

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Дніпропетровська державна фінансова академія

РОЗВИТОК МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА
ПРОМИСЛОВОГО РЕГІОНУ

КОЛЕКТИВНА МОНОГРАФІЯ

Дніпропетровськ 2014

УДК 334 .012.64:338.24
ББК 65.290

**Розвиток малого підприємництва промислового
Р 64 регіону:** монографія / За загальною редакцією академіка
Академії економічних наук України Н.І Редіної. –
Дніпропетровськ, ДДФА, 2014. – 200 с.
ISBN 978-966-8866-90-6

У монографії розглянуто теоретико-методологічні основи становлення і розвитку малого підприємництва; стан та тенденції розвитку малого підприємництва в промислових регіонах; бізнес-планування на малих підприємствах; управління малими підприємствами в умовах сучасної економіки. При цьому застосовано статистичні та математичні методи дослідження проблеми малого бізнесу.

Призначено для широкого кола читачів: представників малих форм господарювання, працівників місцевого самоврядування, науковців, викладачів, студентів.

Рецензенти:

Білопольський М.Г. – доктор економічних наук, професор,
віце-президент Академії економічних
наук України

Янковий О.Г. – доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри економіки
підприємства Одеського національного
економічного університету

Бабенко А.Г. – доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри управління
персоналом та економіки праці
Дніпропетровської державної
фінансової академії

Рекомендовано до друку вченою радою
Дніпропетровської державної фінансової академії
Протокол № 11 від 26.06.2013р.

ISBN 978-966-8866-90-6

© Колектив авторів, 2014
© ДДФА, 2014

Монографія підготовлена колективом авторів

- Баранов А. И. – аспірант кафедри фінансів та маркетингу Придніпровської академії будівництва та архітектури (4.3)
- Ватченко О.Б. – к.е.н., доцент, професор кафедри (1.4)
- Гордієнко В.О. – к.е.н, доцент кафедри фінансів та державного управління ДДФА (2.1)
- Горященко Ю.Г. – к.е.н, ст. викладач кафедри обліку та економічного (1.6)
- Григораш О.В. – аспірант кафедри фінансів та державного управління ДДФА (2.1)
- Зарєвчацька Т.В. – к.е.н, доцент кафедри «Облік і аудит» Донбаської державної машинобудівної академії, м. Краматорськ (2.2)
- Корнецький А.О. – аспірант кафедри економіки підприємств ДДФА (1.3)
- Михальчук Л.В. – ст. викладач кафедри економіки підприємств ДДФА (1.2)
- Падерін І.Д. – д.е.н., професор (1.2, 3, 5.2, Висновки),
- Пампуха С.І. – к.е.н., доцент кафедри економічної теорії (1.1.)
- Пивоваров М.Г. – д.е.н, професор Класичного приватного університету кафедри економіки підприємства, м. Запоріжжя (2.3)
- Ісаєва Н.І. – к.е.н., докторант кафедри фінансів Харківського аерокосмічного університету (2.4)
- Редіна Н.І. – к.е.н., професор (вступ, загальна редакція монографії)
- Романов О.В. – ст. викладач кафедри економіки підприємств ДДФА (5.4)
- Рядно О.А. – д.т.н., професор (5 р.)
- Савельєв І.В. – ст. викладач кафедри економіки підприємств ДДФА (5.3)
- Скрипник ВВ. – аспірант кафедри економіки підприємств ДДФА (1.7)
- Табінський В.А. – к.е.н., доцент кафедри економічної теорії (1.1)
- Фещенко О.М. – к.т.н., доцент кафедри економіки підприємств (1.5)
- Чалапко Л.Д. – к.е.н., доцент (1.1, 4.1)
- Чимшит С.І. – д.е.н., доцент (4.2, 4.3)

Науковий керівник авторського колективу д.е.н., професор І.Д. Падерін

ЗМІСТ

Вступ	6
Розділ 1. Теоретико-методологічні основи становлення і розвитку малого підприємництва	8
1.1. Теоретичні та методологічні засади взаємозв'язків категорії «мале підприємництво» із складовими системи економічних	8
1.2. Методи дослідження розвитку малого підприємництва промислового регіону.....	20
1.3. Законодавче регулювання малого підприємництва України.....	24
1.4. Розвиток підприємницької діяльності у постіндустріальній економіці.....	31
1.5. Особливості діяльності малого підприємництва в регіонах.....	37
1.6. Основні засади регіональної економічної політики відносно малого бізнесу в Україні.....	44
1.7. Державна підтримка розвитку малого підприємства.....	50
Список використаних джерел до розділу 1	52
Розділ 2. Стан та тенденції розвитку малого підприємництва в промислових регіонах	54
2.1. Підвищення ефективності діяльності малого підприємництва у Дніпропетровській області.....	54
2.2. Стан та тенденції розвитку малого підприємництва в Донецькій області.....	65
2.3. Удосконалення управління системи розвитку малих підприємств Запорізької області.....	79
2.4. Аналіз стану малого підприємництва Харківської області.....	90
Список використаних джерел до розділу 2	98
Розділ 3. Бізнес-планування на малих підприємствах	100
Список використаних джерел до розділу 3	103

Розділ 4 Методологічні засади управління малим підприємством в умовах сучасних економічних відносин.....	104
4.1. Принципи формування малим підприємством внутрішнього економічного механізму управління в умовах кризових явищ в економіці.....	104
4.2. Формування та розвиток потенціалу як цільова функція системи управління малим підприємством.....	113
4.3. Методологічні аспекти оцінки потенціалу малого підприємства.....	131
Список використаних джерел до розділу 4	147
Розділ 5. Статистичні та математичні методи дослідження проблем малого бізнесу.....	149
5.1. Методичні основи моделювання віртуального підприємства.....	149
5.2. Використання електронної комерції в малому бізнесі.....	154
5.3. Оцінки ступеня ризику операційної діяльності малих підприємств.....	164
Список використаних джерел до розділу 5	172
Висновки	175
Додаток А. Бізнес-план на тему «Виробництво та реалізація українських електромобілів (переможець регіонального конкурсу бізнес-планів у Дніпропетровській області 2009 року)..	178
Додаток Б. Структуризація системи потенціалів підприємства..	199

ВСТУП

Мале підприємництво виконує важливі функції в Україні: задоволення потреб суспільства, створення робочих місць, наповнення бюджетів усіх рівнів, створення середнього класу, все це є основою ринкової економіки.

Статистика, що характеризує діяльність малого бізнесу в Україні, визначає незадовільність функціонування даного сектора економіки. Адже станом на 2011 р. 35% малих підприємств України є збитковими. Кількість малих підприємств на 10 тис. осіб наявного населення зменшилась до 70 підприємств, а кількість найманих працівників – до 1 млн. 991 тис. осіб. Частка малого бізнесу в ВВП України за різними оцінками складає 10-12%.

Дніпропетровська область повністю відображає загальний стан малого бізнесу країни: кількість малих підприємств на 10 тис. осіб населення регіону – 63 одиниці, 35,6% малих підприємств є збитковими.

Таким чином, мале підприємництво України та регіонів має незадовільний стан, відбувається погіршення ситуації. Тому, дослідження проблем підвищення прибутковості малого бізнесу промислового регіону є надзвичайно актуальним.

Значний внесок у розвиток економічної науки в сфері малого бізнесу зробили в своїх працях такі закордонні вчені, як П. Друкер, В. Даніз, М. Нісканен, С. Джонсон, Ф. Найт, Г. Харман, Р. Томас та інші. Вагомий внесок у розвиток теоретичних і практичних засад функціонування малого підприємництва в Україні та регіонах зробили вітчизняні вчені В. Ляшенко, І. Падерін, М. Пивоваров, Н. Полторак, Н Редіна, Т. Заревчацька, А. Міщенко, О. Рядно, В. Федосов, В Сурмін, О. Янковий та багато інших. Аналіз наукових праць підтвердив необхідність подальшого дослідження проблеми.

Метою монографії є узагальнення закордонного та вітчизняного досвіду, методичних підходів і науково-практичних рекомендацій функціонування та розвитку малого бізнесу, оцінки ефективності малого підприємництва промислового регіону та його впливу на економіку України.

Монографія включає такі напрями: теоретико-методологічні основи становлення і розвитку малого підприємництва; стан та тенденції розвитку малого підприємництва в промислових регіонах; бізнес-планування на малих підприємствах; управління малими підприємствами в умовах сучасної економіки, статистичні та математичні методи дослідження проблеми малого бізнесу.

У монографії представлено наукові результати роботи викладачів кафедри економіки підприємств, економічної теорії та інших кафедр Дніпропетровської державної фінансової академії отримані протягом 2008-2012 рр. у процесі виконання науково-дослідних робіт на теми: «Дослідження соціально-економічних проблем промислового регіону» (2010 р.), «Стратегія розвитку малого бізнесу промислового регіону» (2012 р.).

Матеріали монографії будуть корисними для науковців, які вивчають проблеми малого бізнесу України та регіонів, вони рекомендуються студентам, аспірантам, докторантам, викладачам, керівникам та спеціалістам підприємств, а також тим, хто цікавиться питаннями малого бізнесу.

Висловлюємо подяку рецензентам монографії – доктору економічних наук, професору, віце-президенту Академії економічних наук України Білопольському Миколі Григоровичу; доктору економічних наук, професору, завідувачу кафедри економіки підприємства Одеського національного економічного університету Янковому Олександрю Григоровичу; доктору економічних наук, професору, завідувачу кафедри управління персоналом, економіки праці, Дніпропетровської державної фінансової академії Анатолію Григоровичу Бабенку.

Розділ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ СТАНОВЛЕННЯ І РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

1.1. Теоретичні та методологічні засади взаємозв'язків категорії «мале підприємництво» із складовими системи економічних законів

Підприємницька діяльність – це діяльність особливого роду, яка забезпечує виконання підприємництвом ролі четвертого фактора виробництва і обумовлює його сутність як економічної категорії. В процесі підприємницької діяльності її суб'єкти вступають між собою в певні економічні відносини, тому підприємництво як діяльність є економічною формою виробничих відносин, а значить – і економічною категорією.

Останнє є свідченням того, що мале підприємництво як категорія виступає органічною системною складовою всієї сукупності економічних категорій. І проявляється це на поверхні економічних виробничих відносин через певні її взаємозв'язки і співвідношення з ними у відповідності з тим, в сфері дії якого економічного закону вони реалізуються.

У силу останнього мале підприємництво як економічна діяльність може реалізуватися лише на основі дії відповідних економічних законів. А оскільки ці закони мають об'єктивний характер, то в міру того, наскільки така діяльність узгоджується з їхніми вимогами, настільки вона буде ефективною щодо реалізації економічних інтересів суб'єктів підприємницької діяльності.

При визначенні місця категорії «мале підприємництво» в системі економічних категорій і її співвідношення з ними та економічними законами методологічно важливим є те, що, як джерело економічного зростання суспільства мале підприємництво, як і підприємництво взагалі, є провідним чинником розвитку ринкової економіки. У силу цього його прояв опосередкований дією всієї системи вартісних категорій товарного виробництва і законів його розвитку. Вартість, собівартість продукції, товар та його вартість і споживча вартість, додана вартість та прибуток і їх норма виступають по суті як структуроутворюючі категорії кінцевого результату кругообігу авансованих коштів підприємця, на який зорієнтована вся його підприємницька діяльність.

Результати підприємницької діяльності перебувають у прямій залежності від співвідношення попиту і пропозиції, яке виступає важливою динамічною складовою механізму дії закону попиту і

пропозиції. А у зв'язку з тим, що взаємодія попиту і пропозиції відбувається в умовах конкурентної боротьби, то це є прямим свідченням відповідних зв'язків і співвідношень категорії «підприємництво» з категорією «конкуренція». Остання проявляється як економічний закон розвинутого товарного виробництва, дія якого є для підприємців як товаровиробників зовнішньою примусовою силою до пошуків нових резервів підвищення продуктивності праці та зменшення витрат виробництва. В такому ж співвідношенні проявляються взаємозв'язки категорії «мале підприємництво» із законом вартості та ціною як складовою механізму дії його спонукальної функції.

Як конкретна форма економічної діяльності та складова економічної системи, мале підприємництво реалізується через органічні взаємозв'язки з базовими економічними категоріями, які визначають його структуру. Основними елементами економічної системи є продуктивні сили, техніко-економічні відносини, організаційно-економічні відносини, виробничі відносини або відносини економічної власності, господарський механізм. Але перш за все слід зазначити, що співвідношення категорій «мале підприємництво» і «економічна система» полягає в тому, що остання проявляється як зовнішнє соціально-економічне середовище, під впливом дії якого постійно перебувають суб'єкти підприємницької діяльності.

Співвідношення попиту і пропозиції, як і дія закону в цілому, знаходить своє конкретне вираження в рівні ціни і її динаміки, що є свідченням певного співвідношення категорій «підприємництво» і «ціна». Але більш повно останнє проявляється через дію закону вартості як закону абсолютної дії на мікрорівні в умовах чистої (досконалої) конкуренції. У методологічному аспекті вагомим тут є те, що дія закону вартості по відношенню до суб'єктів підприємницької діяльності також проявляється у формі примусових сил конкурентної боротьби, в результаті чого реалізується його спонукальна функція до зниження індивідуальної вартості товарів і послуг порівняно з громадською. При цьому, максимально ця функція проявляється в умовах відносної відповідності попиту та пропозиції, якщо ринкова ціна на товар визначається суспільно необхідними витратами праці на його виробництво з урахуванням суспільних умов його відтворення. У реальних же ринкових умовах механізм дії закону вартості базується на відхиленні цін від вартості під впливом попиту і пропозиції, яка в значній мірі впливає на результати підприємницької діяльності та перспективні наміри підприємця.

Однією з рис закону вартості є те, що він виражає внутрішньо необхідні, суттєві й постійні зв'язки між індивідуальною та суспільно необхідною працею, з одного боку, і між індивідуальним і суспільно необхідним робочим часом - з іншого. Зазначені взаємозв'язки є складовими одного і того ж процесу, одного і того ж вектора, оскільки зменшення витрат праці на одиницю продукції на основі зростання продуктивності праці зумовлює аналогічні зміни і в затратах часу. А це є свідченням того, що в такому ж аспекті проявляється зв'язок категорії «підприємництво» з законом економії часу, що виражає органічні зв'язки між зменшенням суспільно необхідного робочого часу на виробництво одиниці товару і послуг в процесі розвитку продуктивних сил і зростанням відносного вивільнення часу працівників.

Дія цього закону безпосередньо пов'язана з використанням сукупного фонду часу, тобто робочого та неробочого. Але при визначенні зв'язків категорії «мале підприємництво» з законом економії часу вагомим є те, що при наявному громадському фонді робочого часу його економія позитивно впливає на збільшення загальної кількості продуктів праці та відповідних послуг. Безпосередньо ж це проявляється на рівні підприємства як первинної структурної ланки національної економіки, де відбувається об'єднання факторів виробництва і забезпечується відповідний рівень ефективності їх використання. Конкретною формою прояву останнього є рівень витрат праці в розрахунку на одиницю продукції.

Важливою умовою реалізації закону економії часу є впровадження у виробництво досягнень науково-технічного прогресу, розвиток творчої ініціативи в організації виробництва і праці, постійні пошуки нових методів управління виробництвом. І якщо з боку підприємця все це проявляється як випереджаючі дії з метою забезпечення першості в конкуренції, то співвідношення індивідуального і суспільно необхідного робочого часу на виробництво одиниці товару і послуг буде на його користь і забезпечить більш високий рівень ефективності його підприємницької діяльності.

При визначенні категорійних зв'язків малого підприємництва слід виходити з того, що підприємництво взагалі – це певний вид економічної діяльності і його слід розглядати як складне і багатосистемне поняття, яке є сукупністю економічних, соціальних та правових відносин. І тому воно, як конкретна форма економічної діяльності, реалізується через органічні взаємозв'язки з базовими економічними категоріями, які визначають структуру системи економічних виробничих відносин між людьми щодо

виробництва, розподілу, обміну та споживання матеріальних, духовних благ і послуг.

Безумовно, ступінь зрілості й досконалості економічної системи значною мірою визначає загальні умови розвитку та здійснення підприємницької діяльності, що суттєво впливає на рівень її ефективності та доцільність взагалі. Зазначений вплив зумовлений перш за все відносинами власності.

У першу чергу, це стосується відносин власності, оскільки економічною основою малого підприємництва виступає індивідуальна приватна власність.

Осьовий принцип власності не втрачає своєї вагомості і в умовах формування постіндустріального суспільства, коли могутність державі все більше буде визначати науковий потенціал порівняно з промисловим. І по мірі розвитку цього процесу економічні відносини між господарюючими суб'єктами все в більшій мірі будуть пов'язані з інтелектуальною власністю.

Інтелектуальна власність – це також продукт господарської діяльності, детермінований економічними відносинами. Тому вона може реалізуватись як власність взагалі, через такі правові форми як право кожного підприємця на присвоєння, користування і розпорядження результатами своєї підприємницької діяльності. Такий підхід зумовлений сутністю економічної безпеки суб'єктів підприємництва, яка проявляється як рівень захищеності їх життєво важливих інтересів від внутрішніх та зовнішніх загроз, що виступає як певна ситуаційна рівновага і є результатом безпекотворчої діяльності не тільки самих суб'єктів підприємництва, а й держави. Рівень же безпекотворчої діяльності держави проявляється в тій мірі, на скільки досконалий господарський механізм і, зокрема, державне регулювання як подальшого розвитку малого підприємництва з урахуванням всіх його категоріальних зв'язків у системі економічних законів і категорій, так і інноваційно-інвестиційної діяльності. Лише при такому підході всі програми подальшого прогресивного розвитку будуть складатися в один вектор і проявлятися в такій органічній сукупності як чинники формування умов сталого розвитку підприємництва при переході до постіндустріального суспільства.

Головним у відносинах власності є те, що ядром сукупності цих відносин власності, їх висхідною структурою є відносини індивідуальної власності, де власність людини на засоби виробництва виступає як органічна складова продуктивної сили її праці. У цьому процесі матеріально-речові засоби виробництва функціонують як робочі органи людини, а тому в економічному аспекті виступають складовими суспільної продуктивної сили її праці як специфічного об'єкта індивідуальної власності.

При розгляді під таким кутом зору праці в малому підприємстві, яке реалізується через підприємницьку діяльність як праця його суб'єктів, стає очевидно, що специфічність продуктивної

сили праці як об'єкта індивідуальної власності підприємця полягає в тому, що вона є невід'ємною ланкою його суспільної природи та структурної цілісності як суб'єкта підприємницької діяльності. І це виступає як об'єктивна зумовленість поєднання в одній особі підприємця як працівника, так і власника. На поверхні економічних відносин як відносин власності така подвійність проявляється у формі економічного права кожного підприємця на присвоєння, користування і розпорядження результатами своєї підприємницької діяльності. Останнє реалізується в тій мірі, наскільки досконалий господарський механізм як система основних форм, методів і важелів використання економічних законів, розв'язання суперечностей, суспільного способу виробництва, реалізації відносин власності, а також всебічного розвитку людини й узгодження її інтересів з інтересами колективу, класу та суспільства в цілому.

Виходячи з останнього, стає очевидним, що господарський механізм виступає по відношенню до малого підприємництва як певна сукупність конкретних соціально-економічних складових його зовнішнього середовища. Всі вони в тій чи іншій мірі визначають як масштаби, так і рівень ефективності підприємницької діяльності.

На сучасному етапі господарський механізм формується на основі оптимального поєднання державного регулювання і ринкових важелів управління економікою. Останні, будучи вартісними за своєю економічною природою, проявляються на мікрорівні у формі господарського (комерційного) розрахунку як методу господарювання у підприємстві. Тому це є свідченням того, що категорія «мале підприємство» має безпосередні зв'язки з такими принципами господарського розрахунку:

- самоокупність як заміщення витрат за рахунок власних доходів від реалізації товарів і послуг;
- рентабельність або прибутковість як перевищення доходами витрат;
- матеріальна зацікавленість у результатах діяльності, насамперед в отриманні доходу;
- матеріальна відповідальність за результати виробничої діяльності й виконання договірних зобов'язань;
- самофінансування як здійснення підприємством розширеного відтворення за рахунок чистого прибутку.

Кожен з цих принципів проявляється як економічний інструментарій на основі відповідних економічних категорій. Наприклад, механізм дії принципу самофінансування базується на таких категоріях, як відтворення, розширене відтворення, прибуток і чистий прибуток. А оскільки самофінансування є складовою господарського розрахунку як методу здійснення підприємницької діяльності, то всі ці категорії у відповідному їх співвідношенні виступають не тільки як внутрішній зміст, а і як практичне вираження сутності підприємництва як економічного феномену на поверхні економічних виробничих відносин.

Екологічна ефективність досягається на основі додаткових витрат на охорону природи, очищення її різних компонентів і розширене відтворення оновлених природних ресурсів. При відсутності або недостатньому рівні таких витрат адаптація як суспільства в цілому, так і індивідуального виробництва до зростаючих негативних змін у природному середовищі в кінцевому результаті може призвести до фатальної необхідності у використанні на такі цілі всього інвестиційного капіталу. Розвиток такої ситуації фактично означатиме початок ери «антиекономічного зростання». Як бачимо, йдеться про об'єктивні причинно-наслідкові взаємозв'язки між зростаючим рівнем екологізації виробництва і необхідністю відповідних витрат по забезпеченню його екологічної сумісності. Тим самим стає очевидним, що зростання екологічних витрат проявляється як закон, згідно з яким суспільно-необхідні витрати на охорону, використання і відтворення природних ресурсів зростають у часі й просторі. Дією цього закону і зумовлена необхідність заміни традиційного економічного критерію оцінки результатів виробництва на інтегральний критерій еколого-економічної ефективності.

Оскільки матеріальне виробництво і невиробнича сфера життєдіяльності людини не можуть функціонувати без використання обмежених на сучасному етапі природних ресурсів і руйнівного впливу на навколишнє середовище, то під дію цього закону підпадає і мале підприємство. Лише свідоме узгодження суспільної практики з вимогами цього закону як на планетарному, державному, регіональному, так і на локальному рівні, дає можливість підтримувати оптимальне співвідношення між економічною та екологічною системами. Проявляється це конкретно у формуванні економічного механізму, який дозволяє забезпечити функціонування всієї соціально-екологічної системи з урахуванням екологічних вимог.

Основною функцією такого механізму є економіко-екологічне регулювання підприємницької діяльності як складова процесу регулювання економіки в цілому щодо забезпечення подальшого ефективного розвитку виробництва з урахуванням екологічних факторів в умовах економічної самостійності суб'єктів ринкової економіки.

На рівні глобального підходу про зв'язки категорій «мале підприємство» та «еколого-економічна ефективність» свідчить і той факт, що в перелік суспільних потреб та інтересів входить також і гарантування екологічної безпеки при споживанні екологічних благ як природних ресурсів певної якості. Без можливостей їх споживання в достатній мірі при відповідному рівні якості через незабезпеченість екологічної сумісності виробництва, його будь-які найвищі економічні результати можуть втратити суспільну значимість і проявлятися збитково суспільних інтересів. У сукупності останніх рівень якості середовища як сукупності всіх складових навколишнього середовища проявляється як певний діапазон їх властивостей. І лише забезпечення екологічної сумісності

виробництва на основі додаткових витрат у формі відповідних екологосумісних технологій не призведе до негативних змін умов існування людини як біологічного виду, оскільки воно зорієнтоване на задоволення її сукупних зростаючих потреб.

Органічне злиття природокористування і виробництва, необхідність узгодження розширеного відтворення із законами розвитку природи зумовлюють необхідність виокремлення екологічної відповідальності як одного з основних видів відповідальності.

Наразі спостерігається не тільки посилення її негативного впливу людини на природу як основу праці, а й різке збільшення негативного впливу зміненої людиною природи на подальший суспільний розвиток. Тому підтримання екологічної рівноваги все в більшій мірі набуває характеру господарської діяльності як природоохоронної на основі використання відповідних ресурсів, затрати яких матеріалізуються не в матеріальних благах, а в елементах довкілля в якісному аспекті. І якщо господарюючий суб'єкт не узгоджує свою діяльність із вимогами, зокрема, закону біологічних порогових обмежень, то це призводить до негативних наслідків навіть катастрофічного характеру. Не випадково ще В.І. Ленін звертав особливу увагу на те, що «людські проекти, які не рахуються з великими законами природи, приносять тільки біди...» [2, с. 400]. І це при тому, що на той час негативні наслідки для природи від впровадження у виробництво досягнень науково-технічного прогресу ще не проявлялися масштабно. Проте, значні потенційні загрози уже були очевидні.

Існує загальновідоме аксіоматичне положення, про те, що кожне індивідуальне виробництво є складовою суспільного і тому зорієнтоване на задоволення певних суспільних потреб на основі суспільного поділу праці. Проте для підприємця як власника підприємства визначальним є не галузь виробництва, а рівень ефективності витрат. Тому не менш аксіоматичним є положення й про те, що безпосередньо у відповідності з інтересами підприємця індивідуальне виробництво зорієнтоване на отримання зростаючого прибутку.

З метою досягнення власної мети підприємець прагне до мінімізації сукупних витрат виробництва, в тому числі й тих, що забезпечують екологічну сумісність виробництва і досягнення еколого-економічної ефективності. Безумовно, в такому випадку господарська діяльність малих підприємств завдає певних збитків навколишньому середовищу і тому призводить до виникнення протиріч між економічними інтересами суб'єктів малого підприємництва і станом екологічної безпеки суспільства. В економічному аспекті це проявляється в тому, що в своєму прагненні до оволодіння найбільшою частиною споживчого ринку шляхом мінімізації сукупних витрат, що стосується, в першу чергу, непрямих витрат та зменшення рівня індивідуальної вартості власної продукції, суб'єкти малого підприємництва досягненням своєї

мети таким способом зумовлюють збільшення суспільних витрат на усунення наслідків діяльності екологічно несумісних виробництв.

Зазначена проблема ускладнюється й тим, що на відміну від великих виробництв, де забезпечення екологічної сумісності досягається в деякій мірі через визначення та відшкодування екологічних збитків на основі системи екологічних штрафів і платежів, негативний вплив малих підприємств на стан навколишнього середовища майже не піддається якісному і кількісному визначенню. При цьому, сумарний рівень збитків природному середовищу великої кількості малих підприємств може бути більш значущим у порівнянні з великими підприємствами. А це, як і все вищевказане, свідчить про те, що забезпечення екологічної сумісності малого виробництва і оцінка його ефективності як еколого-економічної ефективності є однією з найважливіших проблем на шляху розвитку і становлення малого підприємництва, функціонування якого є важливою складовою частиною взаємовідносин суспільства з природою.

На додаток до вищезазначеного слід врахувати й те, що необхідність забезпечення екологічної сумісності виробництва може проявлятися не тільки як лімітний фактор розвитку малого підприємства. Капіталомісткі екологосумісні технології в певних галузях (наприклад у хімічній) взагалі роблять неможливим тут розвиток малого підприємництва, або ж зумовлюють необхідність централізації (об'єднання) малих індивідуальних капіталів. Це по суті – єдиний шлях для малого підприємництва в галузі з високим рівнем екологічної небезпеки виробництва.

В умовах формування ринкової економіки все більшого значення набуває страховий захист малого підприємництва. Він може здійснюватися стосовно комерційних, технічних, екологічних та інших ризиків. При цьому суттєвим є той факт, що взагалі страхування виступає по відношенню до малого підприємництва як зовнішній чинник його сталого розвитку.

При дослідженні ефективності розвитку малого підприємництва на особливу увагу заслуговує зв'язок категорії «мале підприємництво» з категорією «економічна безпека».

У сучасних наукових дослідженнях лише в певній мірі просліджується системний підхід до розкриття сутності економічної безпеки як соціально-економічного явища. І проявляється це, в першу чергу, в тому, що їх бачення сутності економічної безпеки базується в основному на одному із її чинників - рівні гармонізації в часі і просторі економічних інтересів підприємства з інтересами пов'язаних з ним суб'єктів зовнішнього середовища.

Певна вагомість вищезазначеного чинника заперечень не викликає, але такий односторонній підхід був би виправданим, якби інтереси підприємства збігалися з інтересами суб'єктів зовнішнього середовища. Адже гармонізація інтересів означає приведення їх в стан відповідності, тобто їх узгодженості. А це може мати місце лише в умовах олігополії, де узгодження інтересів є одним із

способів пониження рівня конкурентної боротьби між окремими монополіями та зменшення непродуктивних витрат.

Недостатній рівень досліджень сутності (змісту) економічної безпеки підприємства в теоретичному аспекті на основі системного підходу негативно відбивається не лише на подальших поглиблених наукових розробках цієї категорії, а й на вирішенні практичних проблем формування механізму її забезпечення. Слід також зазначити, що це зумовлює серйозні перешкоди і на шляху законодавчого врегулювання впровадження безпекотворчих дій і заходів. У своїй загальній сукупності зазначене зумовлює необхідність та актуальність поглибленого системного аналізу категорії «економічна безпека» як поняття цілісного з урахуванням функціональної ролі її окремих складових.

Поглиблене дослідження економічної безпеки підприємства на будь-якому рівні повинно базуватися на таких її аспектах як економічний, екологічний, політичний, правовий та семантичний. Але висхідну конститутивну роль при цьому на рівні абстрактного сприйняття повинен відігравати семантичний аспект. Як певне явище на поверхні економічних виробничих відносин, безпека має форму свого вираження. В її рамках вибудовується системна цілісність взаємозв'язків безпекотворчих складових, які визначають специфічні особливості механізму захисту суб'єктів господарської діяльності. І зумовлено це тим, що сутність економічної безпеки як певного поняття в семантичному аспекті не може залежати від тих чи інших форм діяльності суспільства в цілому, або ж окремих його суб'єктів. Тому її трактування в семантичному аспекті виступає як постулат і являє собою базову засаду при дослідженні сутності безпеки в будь-яких аспектах, на будь-якому рівні і в будь-яких формах прояву.

Постійне страхове забезпечення економічної безпеки підприємства можливе лише тоді, коли воно проявляється не як одиничний акт у рамках страхового договору, а як безперервний процес. Але, якщо в рамках терміну страхового договору застрахований ризик не проявився і відшкодування збитків не було, то постає питання: чи не в збиток підприємству були здійснені страхові платежі? Відповідь на нього зводиться до того, що воно стосується безпосередньо безпекознавчої парадигми в тому сенсі, чи є її складовою беззбитковість будь-яких витрат, якщо ризики, з метою протидії яким вони були здійснені, не настали?

Сутність та функціональне призначення, зокрема, страхових платежів дають позитивну відповідь і на це питання. Вони здійснюються в обмін на гарантію відшкодування збитків від ризиків у разі їх настання. Це означає, що страхові платежі як певні цільові витрати є складовою процесу забезпечення відповідного рівня економічної безпеки підприємства.

Останнє відповідає сутності поняття «процес» як сукупності послідовних дій та засобів, спрямованих на досягнення певного результату. І якщо врахувати такий його семантичний аспект, то стає очевидним, що й тоді, коли застрахований ризик не проявляється,

авансовані страхувальником кошти у формі страхових платежів здійснюють свій рух як продуктивні витрати у специфічному процесі безпекотворення, результатом якого є забезпечення сподіваного рівня економічної безпеки підприємства. При цьому іманентною складовою цього процесу є те, що страхові платежі здійснюють свій рух як такі, що зумовлюють права ймовірнісного відшкодування збитків страхувальнику страховиком відповідно до страхової вартості цінностей. І в разі настання ризику та відшкодування спричинених ним збитків страхові платежі завершують свій обіг уже не як чинник, а як конкретна форма забезпечення економічної безпеки підприємства.

Зв'язок категорії «мале підприємство» з категорією «страхування» може здійснюватися щодо комерційних, технічних, екологічних та інших ризиків. При страхуванні комерційних ризиків об'єктом страхування виступає комерційна діяльність страхувальника, яка здійснюється на основі певних витрат грошових та інших ресурсів з метою отримання прибутку. Відповідальність страхувальника полягає у відшкодуванні страхувальникові втрат, які виникли внаслідок несприятливої, не передбачуваної зміни кон'юнктури ринку та погіршення умов здійснення комерційної діяльності. Відшкодування втрат передбачається і при страхуванні на випадок можливої втрати очікуваного прибутку або недоотримання прибутку.

При екологічному страхуванні, крім економічної зацікавленості в передачі відповідальності за наслідки при можливому аварійному забрудненні навколишнього середовища страхувальнику, страхувальник зацікавлений у підвищенні своєї екологічної безпеки. Досягненню такої мети підпорядковане формування системи екологічних страхових фондів, до яких входять страховий фонд підприємства, фонд взаємного страхування підприємств і фонд страхування екологічного ризику. Безпосередньо страховий фонд підприємства призначений для реалізації відповідальності за відшкодування частини збитку, відповідальність за який не підлягає передачі страхувальникові. Фонд взаємного страхування передбачає накопичення коштів для тих же цілей, що й у страхувальника, але з відмовою від його страхових послуг.

Загалом страхування виступає по відношенню до малого підприємства як зовнішній чинник його сталого розвитку. І найбільш повно це проявляється в аграрному секторі, де результати виробництва (особливо в рослинництві) незалежно від його масштабності постійно перебувають під впливом природно-кліматичних умов: ранні заморозки, тривала відсутність опадів або ж їх надмірність, суховії, посуха і т. п. Нейтралізація впливу цих негативних чинників досягається в значній мірі також і за допомогою системи страхових фондів, яка включає в себе страхові фонди підприємства, фонди взаємного страхування підприємств і страхові фонди страховиків.

Слід зазначити, що при розгляді співвідношення категорій «мале підприємство» та «страхування» вагомим є факт прояву останнього як певного виду підприємницької діяльності. Тобто за

своєю економічною природою категорія «страхування» є специфічним феноменом дуалістичності, оскільки його дія проявляється не тільки як зовнішнього фактора постійного розвитку підприємства, а й як певного виду підприємницької діяльності

У ринковій економіці страхування виступає, з одного боку, засобом захисту підприємництва і добробуту людей, а з іншого – комерційною діяльністю, яка приносить прибуток страхувальнику. Джерелом останнього виступають доходи від власної страхової діяльності; від використання у формі інвестицій тимчасово вільних грошових коштів, що вкладаються в об'єкти матеріального виробництва, невиробничої сфери, банківські депозити, акції підприємств і в інші цінні папери. А це, як і все вищевказане, свідчить про те, що страхування є одним із вагомих факторів стимулювання підприємницької активності як в умовах ринкової системи, так і на певних етапах її становлення.

Взаємозв'язок категорії «мале підприємництво» з іншими економічними категоріями та законами проявляється і через державне регулювання, яке складається не тільки з адміністративних та правових, а й з економічних важелів. Це, зокрема, податкова, амортизаційна та кредитно-фінансова політика, індикативне планування - як складові зовнішнього економічного середовища по відношенню до підприємництва. Але, оскільки від них залежить рівень його кінцевих економічних результатів, то це є також свідченням певних зв'язків категорії «мале підприємництво» з відповідними економічними категоріями і законами, на яких базуються економічні важелі державного регулювання.

На основі проведеного аналізу стає очевидним, що у визначенні сутності економічної безпеки підприємства повинен знайти своє відображення не тільки її семантичний аспект, але й механізм її забезпечення, що базується на безпекотворчій діяльності самого підприємства та суб'єктів зовнішнього середовища, діяльність яких по відношенню до підприємства проявляється як позитивний чинник. На основі зазначеного та з урахуванням аспектів конструктивних підходів до трактування цієї економічної категорії окремими авторами, економічна безпека підприємства будь-якого рівня виступає як ступінь захищеності його інтересів на основі безпекотворчої діяльності, що проявляється у формі відповідної протидії впливу внутрішніх і зовнішніх загроз та ситуаційної динамічної рівноваги. Це є результатом безпекотворчої діяльності самого підприємства, держави й тих зовнішніх суб'єктів, для яких безпекотворення є формою їх господарської діяльності на певних договірних умовах. В такому визначенні чітко проглядаються і логічно поєднуються форма прояву явища і його змістовність. За формою прояву економічна безпека підприємства – це такий стан, коли «нікому (нічому) ніхто (ніщо)» не загрожує. За змістом з причини мінливості як внутрішнього, так і зовнішнього середовища – це процес безпекотворчої діяльності, результатом якої є забезпечення

ситуаційної динамічної рівноваги як протидії впливу негативних чинників будь-якого походження.

Варто зазначити, що в умовах прискореної екологізації суспільного виробництва для адекватної реакції суспільства необхідні глибинні зрушення в його сприйнятті того, що односторонній підхід до економічного зростання, безумовно, являє собою всезростаючу загрозу не тільки для довкілля, а й для економічного прогресу. Адаптація як виробництва, так і суспільства в цілому до різких негативних змін у природному середовищі в кінцевому підсумку може призвести до фатальної необхідності використання на такі цілі всього інвестиційного капіталу.

Протиріччя полягає в тому, що споживання природних ресурсів для задоволення економічних потреб, його зростаючі масштаби і види негативно впливають на виконання другої життєво важливої функції – екологічної, яка забезпечує біологічний режим життя на Землі. З цієї причини екологічні відносини, включаючи і аспект соціальної відповідальності, виникають як захисна реакція на появу негативних наслідків економічної діяльності людини з використанням природних ресурсів як основи праці. Тому, будучи вторинними за своїм походженням (як результат негативної економічної діяльності), вони іманентно несуть у собі відповідальність соціальної спрямованості. Єдність же економічної і екологічної підсистем у системі взаємодії суспільства і природи є свідченням того, що екологічна відповідальність виступає не лише як різновид соціальної відповідальності, а і є складовою її базису взагалі.

Зберігання традиційних підходів до сутності економічного зростання все більше буде проявлятися як протидія при все зростаючій ціні для суспільства покращання «якості життя». Одностороння прагматично зорієнтована економічна активність без урахування екологічної складової в цьому процесі може досягти такого рівня, коли затрати на приріст виробництва перевищуватимуть ціну, яку суспільство буде спроможне платити за цей приріст.

Становлення такої ситуації фактично означатиме початок ери «антиекономічного розвитку», настання якої зумовлене потенційно можливим зіткненням двох великих соціальних сил. Механізм розвитку першої із них базується на основі дії закону зростаючих потреб. Суть іншої сили в цьому протистоянні полягає в тому, що невпинне прагнення до більш повного задоволення зростаючих потреб як у кількісному, так і в якісному аспектах призводить до того, що коефіцієнт задоволення стає все в більшій мірі потенційно небезпечним для довкілля.

З метою запобігання вищезазначеному суспільство повинно вибрати такі орієнтири, які не лише обумовлюють один одного. Втілення однієї мети повинно сприяти і в часі, і в просторі досягненню іншої. А виходячи з тієї ситуації, що вже склалася і проявляє

тенденцію в напрямі негативного розвитку, суспільство із системи, що має якомога повніше забезпечувати зростаючі матеріальні потреби, повинно створювати таку економіку, яка в більшій мірі була б зорієнтована насамперед на вирішення екологічних проблем. Іншої альтернативи на шляху подальшого економічного зростання немає. Лише взявши на озброєння біодинамічний світогляд як прагнення розглядати всі економічні та природні явища в їх взаємозв'язках і взаємозалежностях, у рамках яких вони проявляються як єдине ціле, суспільство може забезпечити не тільки еколого-економічну рівновагу, а й подальше економічне зростання.

1.2. Методи дослідження розвитку малого підприємництва промислового регіону

Майбутнє українського суспільства залежить від творчої активності його громадян. Найважливішою сферою реалізації такої активності в ринкових умовах є приватний бізнес. Малий бізнес – це не лише виробник товарів і послуг, каталізатор науково-технічного прогресу, але й потенційно найбільший працедавець, форма самовиживання для багатьох людей, наповнення бюджетів усіх рівнів.

Мале підприємництво - база для великих соціальних зрушень у суспільстві і його стабільності у вигляді так званого середнього класу. Не можна не відзначити особливої ролі малого підприємництва у вирішенні проблем надання процесам реформації в Україні соціальної спрямованості, порівняно швидкого формування нового шару підприємців, підвищення рівня зайнятості населення, залучення його заощаджень і зростання рівня життя громадян України.

Успіхи регіонального розвитку багато в чому базуються на малому підприємстві. Малий бізнес, зі свого боку, все більшою мірою свої надії на виживання пов'язує зі сприятливими місцевими умовами. Малі підприємства легше й краще пристосовуються до економічних, географічних і національних особливостей регіонів.

Проблеми становлення і розвитку малого підприємництва можуть вивчатися в різних аспектах: економічному, правовому, соціологічному. Соціологічні дослідження, поряд з іншими засобами, дозволяють не лише виявляти різного роду проблеми, висвічуючи їх, так би мовити, зсередини, але й підказують дієві засоби для їх вирішення.

Соціологічні опитування, що регулярно проводяться, допомагають забезпечувати безперебійну роботу механізму зворотного зв'язку для органів управління, доповнюючи і конкретизуючи статистичну інформацію реалістичними якісними оцінками процесів, що вивчаються, з боку суб'єктів цих процесів. Соціологічний підхід у вивченні малого підприємництва полягає в концентрації уваги дослідників не лише на виявленні проблем його розвитку, але й на мотиваційно-поведінковій стороні підприємницької діяльності, на виявленні того, чи є соціальні якості суб'єктів

підприємницької діяльності самодостатніми в здійсненні ними їх інноваційно-економічної ролі в суспільстві.

В огляді розглянуто й узагальнено методи і досвід дослідження Дніпропетровської державної фінансової академії силами викладачів і студентів на основі розгорненої анкети, інтерв'ю, телефонного опитування і фокус-групи розвитку малих підприємств регіону за 2001 – 2010 рр. на прикладі Дніпропетровської області.

Висновки і рекомендації за результатами дослідження на основі розгорнутої анкети такі:

1. З метою розвитку потенціалу малого підприємництва пропонується розробити програму підтримки малого підприємництва Дніпропетровської області на довгострокову перспективу.

2. Проаналізувати нормативні документи і підготувати пропозиції по спрощенню юридичних процедур у правовідносинах «держава і підприємець».

3. Здійснити нормативне регулювання адекватного рівня розвитку МП.

4. Створити координаційні ради в районах Дніпропетровській області

4.1. Координаційним радам виконати аналіз вказаної програми, внести зміни з метою підвищення їх результативності.

4.2. Сприяти формуванню інфраструктури розвитку й підтримки МП в місті та області.

5. Здійснити стимулювання розвитку малого підприємництва. Для цього необхідно:

5.1. Створити сприятливі умови у фінансово-кредитних установах з кредитування для розширення виробництва на МП продукції, що має попит, і створення додаткових робочих місць.

5.2. Здійснити практичні заходи по залученню малих підприємств до виконання державного замовлення.

5.3. Рекомендувати перехід МП до виробництва наукоємної продукції, розвиток науково-технічних фірм і завоювання ними сильних позицій у галузі електроніки, біотехнології, використання нових джерел енергії та ін.

6. Організувати підготовку та перепідготовку працівників малого бізнесу.

6.1. Створити бізнес-центр по навчанню основам і сучасним методам підприємницької діяльності у сфері малого бізнесу на базі Дніпропетровської державної фінансової академії. Для цього необхідно:

6.1.1. Підготувати до тиражування згідно із замовленнями навчальні посібники для підприємців малого бізнесу по менеджменту, маркетингу, бізнес-плануванню, бухгалтерському обліку тощо.

6.1.2. Організувати проведення семінарів-тренінгів з підприємцями малого бізнесу по спеціальних програмах ринкових дисциплін на базі факультету післядипломної освіти академії.

6.1.3. Розробити тематику з проблемних питань малого підприємництва і запропонувати їх як курсові, дипломні й

дисертаційні роботи. Практикувати їх виконання по конкретних завданнях малих підприємств, міськвиконкому і облдержадміністрації.

Висновки за результатами дослідження методом інтерв'ю

1. Переважною більшістю досліджених підприємств Дніпропетровська володіє від 3 до 10 зайнятих чоловік. Майже 80% підприємств - приватні, 12% - колективні, 4% - державні, 5% - іншого типу. Серед інших типів підприємств було названо ТОВ, кооператив. У вибірці були представлені підприємства різних видів діяльності. Основними продуктами діяльності досліджених підприємств є товари і послуги. Серед інших продуктів було названо роботу, продаж і оренду нерухомості, культурні розваги.

2. Результати опитування показали, що конкретними цілями досліджених підприємств, на думку їх керівників, є отримання прибутку або збільшення обсягу продажів (порівну). Серед інших цілей було названо постачання підприємствам необхідної продукції, послуг; залучення нових споживачів виживання, щоб утримуватися на плаву.

3. Найбільш поширеною стратегією досліджених підприємств найчастіше є виживання (більше половини підприємств). Третина підприємств дотримується стратегії прискореного зростання. 3% використовує поєднання стратегій (було названо поєднання таких стратегій: виживання і зростання; зростання + підвищення якості й надійності).

4. Переважна більшість респондентів оцінює рівень якості продукції своїх підприємств як високий. Лише 1% респондентів назвали низьким рівень якості своєї продукції.

5. Підприємства використовують різноманітні види реклами своєї продукції, але найчастіше - рекламу в пресі. Крім зазначених вище видів реклами, які перераховувалися в анкеті, було названо Інтернет (10 чол.); особисті зустрічі; роботу з каталогами; консультаційні.

6. Для половини підприємств основною динамікою за останні роки є «стабільне зростання». Для чверті - підвищення прибутку, для решти – зниження прибутку. Згадувалося також і синусоїдальна динаміка.

7. Дві третини респондентів вважають, що існуюча система оподаткування не сприяє розвитку малого бізнесу, 1/3 - що сприяє.

8. Аналіз діяльності своїх підприємств більшість керівників здійснює раз на місяць, чверть – на тиждень, 10% - щодня.

9. Серед документів, що регламентують діяльність персоналу, більшість керівників найчастіше використовує контракти, половина – посадові інструкції.

10. Серед методів підбору персоналу найбільш популярними є співбесіди, хоча багато хто використовує також резюме і випробування. На половині підприємств за останні 3 роки проводили навчання персоналу в різних формах. Пройшли всього (чол.):

стажування - 237; семінари - 168; курси підвищення кваліфікації - 68; самопідготовку - 93; тренінги - 279.

11. Серед причин, що гальмують розвиток малого підприємництва, найчастіше згадувалися: слабка підтримка держави, бюрократична тяганина з документами, мізерність фінансових ресурсів, неможливість або важкість отримання кредиту, нерозвинена підприємницька етика в країні, тиск злочинних елементів. Чверть респондентів відзначили, що не відчувають себе в безпеці в своєму місті.

12. Найбільш популярними серед керівників підприємств цінностями є (за порядком): матеріальне благополуччя, здоров'я, сім'я, чесність і порядність, свобода. На жаль, такі важливі для бізнесу цінності, як лідерство і авторитетність, для більшості опитаних не є пріоритетними.

Висновки за результатами телефонного опитування

1. Проведене дослідження свідчить про те, що не менше половини підприємців мають низький рівень знань і професійних навичок у сфері менеджменту і маркетингу.

2. У політиці сприяння розвитку малого бізнесу слід підсилити таку складову, як створення чинних структур, щодо підвищення кваліфікації і перекваліфікації персоналу приватних підприємств з метою здобуття їх працівниками додаткової освіти.

3. Вагому роль у вирішенні кадрової проблеми приватних структур можуть зіграти такі спеціалізовані структури, як бізнес-центри, бізнес-інкубатори, професійні об'єднання підприємців. Підприємці відчувають потребу в отриманні: а) компетентних консультацій, б) важливої для ведення бізнесу інформації. Для реалізації підприємцями їх потенціалу часто необхідні не стільки безпосередні фінансові впливання, скільки професійні поради з питань бізнесу. Підприємці активно підтримують ідею створення таких інституцій, як центри сприяння бізнесу, важливим напрямом діяльності яких є представлення підприємцям інформації, консультаційних послуг з різних питань: юридичних, економічних, питань звітності, маркетингу, менеджменту.

4. Пом'якшення кадрової проблеми прискорить переорієнтацію бізнесу з поточних завдань на стратегічне планування діяльності й перспективний розвиток.

Висновки і рекомендації за результатами дослідження методом фокус-груп

1. Проведене соціологічне дослідження свідчить про те, що не менше половини підприємців мають низький рівень знань у сфері менеджменту і маркетингу.

2. У політиці сприяння розвитку малого бізнесу слід підсилити таку складову, як створення або активізація чинних структур, по підвищенню кваліфікації персоналу приватних підприємств, з метою здобуття їх працівникам додаткової освіти.

3. Вагому роль у вирішенні кадрової проблеми приватних структур можуть зіграти такі спеціалізовані структури, як бізнес-центри, бізнес-інкубатори, професійні об'єднання підприємців.

4. Підприємці відчують потребу в отриманні інформації та компетентних консультацій щодо ведення бізнесу. Для реалізації підприємцями їх потенціалу часто необхідні не стільки безпосередні фінансові вливання, скільки професійні поради з питань бізнесу.

5. Підприємці активно підтримують ідею створення таких інституцій, як центри сприяння бізнесу, важливим напрямом діяльності яких є надання підприємцям інформаційно-консультаційних послуг з різних питань: юридичних, економічних, питань звітності, маркетингу, менеджменту.

Пом'якшення кадрової проблеми прискорить переорієнтацію бізнесу з виконання поточних завдань на стратегічне планування діяльності й перспективний розвиток.

Таким чином, у ДДФА за ці роки сформовано науковий напрям дослідження малого бізнесу промислового регіону.

1.3. Законодавче регулювання малого підприємництва України

Основою для діяльності бізнесу в будь-якій країні світу є законодавча база країни, в якій він функціонує. Вибір оптимальної системи правового регулювання бізнесу має, з одного боку, забезпечити представників бізнесу необхідними умовами, а з іншого – наповнювати бюджет країни. Ця задача є особливо важливою для країн, що розвиваються, оскільки подальший ефективний розвиток економіки прямо залежить від ефективності бізнесу. Досвід розвинених країн світу показує, що найбільш ефективною правовою системою для бізнесу виступає така, що дає бізнесу можливість вільно розвиватись і перебувати в конкурентному середовищі.

Правові основи ведення бізнесу в Україні перебувають на стадії становлення. Законодавчий курс має сприяти спрощенню реєстрації підприємств, прозорому веденню бізнесу та відповідному оподаткуванню. Такі принципи побудови бізнесу дають найбільший економічний ефект як для держави, так і для населення.

Сучасна законодавча база малого підприємництва має забезпечувати умови для популяризації та підвищення ефективності бізнесу. Важливий внесок у розвиток правового регулювання малого підприємництва зробили багато закордонних та українських вчених. Так, закордонні вчені В. Даніз, М. Нісканен, Р. Террі, Е. Рейл, Б. Джонс, А. Басу, Г. Ким та інші проводять дослідження з проблем побудови законодавчої бази для малого підприємництва у світі. Значний внесок щодо розробки механізмів вдосконалення правового

регулювання малого бізнесу в сучасних умовах зробили вітчизняні вчені В. Ляшенко, М. Пивоваров, В. Письменний, Н. Степанюк, Н. Редіна та інші.

Метою даною підрозділу є узагальнення знань щодо правових механізмів регулювання малого підприємництва України, огляд законодавчих актів, які регулюють діяльність малого бізнесу, та розробка заходів з підвищення ефективності правового регулювання малого підприємництва в Україні.

Перелік законодавчих актів та державних документів, які стосуються малого підприємництва, зазначені в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Перелік законодавчих документів, які регулюють діяльність малого підприємництва

Документ	Рік прийняття	Статус
Закон України «Про підприємництво»	1991	втратив чинність
Закон України «Про державну підтримку малого підприємництва»	2000	чинний
Господарський кодекс України	2003	чинний
Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців»	2003	чинний
Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань регулювання підприємницької діяльності»	2009	чинний
Податковий кодекс України	2010	чинний
Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності»	2011	чинний

Визначення поняття мале підприємництво зазнавали певних змін: так Закон України «Про державну підтримку малого підприємництва» від 19.10.2000 р. свідчить, що суб'єктами малого підприємництва є зареєстровані у встановленому порядку фізичні особи, а також юридичні особи – суб'єкти підприємництва будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, в яких: середньооблікова чисельність працюючих за звітний період не перевищує 50 осіб; обсяг виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за рік не перевищує 1 000 000 грн. Остання версія,

зазначена в Законі України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань регулювання підприємницької діяльності» від 18.09.2008 р., визначає мале підприємство таким, яке характеризується чисельністю працюючих за звітний рік, що не перевищує 50 осіб та обсягом валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг), що не перевищує 70 млн. грн. Крім того, згідно з Законом України «Про державну підтримку малого підприємництва», до малого підприємства не можуть бути віднесені довірчі товариства, страхові компанії, банки, ломбарди, інші фінансово-кредитні та небанківські фінансові установи, суб'єкти підприємницької діяльності, які проводять діяльність у сфері грального бізнесу, здійснюють обмін іноземної валюти, які є виробниками та імпортерами підакцизних товарів, а також суб'єкти підприємницької діяльності, у статутному фонді яких частка вкладів, що належить юридичним особам – засновникам та учасникам цих суб'єктів, які не є суб'єктами малого підприємства, перевищує 25%. Дані формулювання, з одного боку, в більшій мірі відповідають європейським, що дає змогу оцінювати та порівнювати стан малого бізнесу України з показниками інших країн, а з іншого – все ще не є досконалыми. Слід зауважити, що прийняття таких змін відбулося після підписання Україною в 2008 р., Європейської хартії малих підприємств, яка встановлює стандарти критеріїв функціонування малого бізнесу. Зокрема, Хартія визначає, що малі підприємства - це основа європейської економіки, вони є ключовим джерелом робочих місць і благодатним ґрунтом для бізнесових ідей. Цей крок був важливим в історії розвитку українського бізнесу, проте не всі принципи даної Хартії відповідають дійсності в Україні.

Важливим законодавчим документом є Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців» від 15.05.2003 р. Цей закон був запорукою створення Єдиного державного реєстру юридичних та фізичних осіб – підприємців, крім того, реєстрація була закріплена за місцевими органами влади.. Даним законом були введені важливі зміни до обліку підприємства в Україні і, хоча положення закону зазнали деяких змін, він залишається одним із найважливіших в історії створення законодавчої бази підприємства України.

Іншим важливим етапом створення законодавства, яке регулює діяльність підприємства, було прийняття Господарського кодексу України 16.01.2003 р. Кодекс визначає підприємство як «самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому цим Кодексом та іншими законами». Крім того,

Господарський кодекс визначає види та організаційні форми, організаційну структуру, головні аспекти з управління, зовнішньоекономічну та соціальну діяльність підприємств. Саме господарським кодексом України мало бути дане визначення категорії «бізнес», проте ця економічна категорія не закріплена законодавством України і тому ототожнюється з категорією «підприємництво».

Таким чином, законодавча база України щодо визначення функціонування підприємництва зазнавала змін і вдосконалювалась. Враховуючи ряд нормативних документів, які були прийняті, відкритими залишаються багато питань, які стосуються реєстрацій підприємства, його діяльності та оподаткування. Крім того, ефективне підприємництво потребує наявності відповідних знань у населення; суспільство, в якому ведення бізнесу було заборонено, повинно адаптуватись до ринкових змін і реалізовувати свій бізнес-потенціал. Цьому має сприяти державна політика. Основною економічною концепцією розвинених країн є популяризація бізнесу, причиною цьому є значний досвід в організації ринкових відносин і той ефект, який підприємництво надає державі та суспільству.

Одним із найважливіших етапів формування законодавчого середовища функціонування бізнесу в Україні було прийняття Податкового кодексу, який набув чинності 01.01.2011 р. Вперше в одному документі були зосереджені всі норми, які регулюють оподаткування країни. Податковий кодекс України, безперечно, сприяє цілісності взаємодії держави з юридичними та фізичними особами, забезпечує наповнення державного бюджету та слугує першим інформаційним джерелом оподаткування. Не дивлячись на необхідність змін у деяких статтях кодексу, існування такого законодавчого документу позитивно впливає на систему оподаткування України.

Податковий кодекс України складається з 19 розділів, ним встановлено 18 загальнодержавних і 5 місцевих податків та зборів. Серед основних змін у системі оподаткування виділяється зниження ставки податку на прибуток до 23% у 2011 р., у 2012 р. – до 21%, у 2013 р. – до 19% та з 2014 р. – до 16%. Крім того, податок на додану вартість з 2014 р. буде знижено до 17%. Оподаткування доходів фізичних осіб, згідно з кодексом, буде відбуватися за ставкою 15% для осіб з місячним обсягом доходу до 10 мінімальних заробітних плат та за ставкою 17% для осіб з місячним обсягом доходу вище 10 мінімальних заробітних плат. Іншим важливим аспектом є введення з 2015 р. оподаткування доходів по депозитах за ставкою 5%, проте з 2011 р. ставку оподаткування дивідендів знижено з 2012 р. до 5%. Вперше в Україні був уведений податок на нерухомість, для осіб, які мешкають у квартирах з площею більше ніж 120 кв. м та будинках з площею більше ніж 250 кв.м [11].

Основним завданням податкової системи є перерозподіл національного доходу. Податкова система є важелем державних грошових потоків, тим самим вона регулює загальний напрям державної політики. В такій ситуації проблемою є те, що створити задовільні умови для функціонування кожної одиниці економіки практично неможливо. «Проте, завдання податкової системи саме в тому і полягає, щоб знайти оптимальний баланс інтересів, за якого кожна із сторін, жертвуючи частиною власних економічних вигод, отримувала б нові можливості, реалізація яких принесе їй ще більшу вигоду» [5, с. 77].

Найголовнішою проблемою Податкового кодексу України було ускладнення умов діяльності представників малого бізнесу. Замість спрощення механізмів оподаткування, зменшення ставок або зміни принципів обліку малого підприємництва, підприємці отримали перепони у веденні своєї діяльності. Слід зауважити, що в Україні для представників малого бізнесу діє спрощена система оподаткування, вона дозволяє значно зменшити податкове навантаження та обсяг бухгалтерської звітності. Прийняття Податкового кодексу ввело такі обмеження:

- заборону віднесення на валові витрати товарів або послуг, придбаних у платників єдиного податку – фізичних осіб (ст. 139.1.12);
- заборону для платників єдиного податку отримувати свідоцтво реєстрації платника ПДВ (ст. 181).

Ці обмеження створюють додаткове податкове навантаження для підприємств, які представляють великий бізнес, при розрахунках з представниками малого бізнесу. Підприємствам, які працюють на загальній системі оподаткування, стало економічно неефективно співпрацювати з малими підприємствами. Вищезазначені обмеження значно скоротили ринок збуту представників малого бізнесу, вони стали однією з причин скорочення кількості малих підприємств в Україні.

Основною метою податкової реформи в Україні було підвищення суспільного добробуту громадян. Безперечно, крім забезпечення необхідних умов для функціонування малого бізнесу, Податковий кодекс повинен регулювати всю сукупність податкового навантаження країни і визначення необхідних його критеріїв було складним завданням в умовах, коли «крім податкової реформи, паралельно треба здійснювати структурні зміни в політичному житті країни, тоді як стан економіки не відображає сферу суспільних переваг, а розроблений апарат її теорії не можна розглядати як керівництво для дії» [4]. Проте, в умовах побудови ринкових відносин, українське законодавство не повинно обмежувати мале підприємництво, що було здійснено даним кодексом. Цей документ зробив крок назустріч економічним інтересам представників великого

бізнесу, зменшивши ставки податку на прибуток та ПДВ, проте ввів значні обмеження для функціонування малого підприємництва країни.

Враховуючи негативні настрої серед підприємців, було прийнято Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності», який набув чинності з 01.01.2012 р. Цей закон вніс у Податковий кодекс України зміни, які стосуються спрощеної системи оподаткування, а відповідно і малого бізнесу. Слід зауважити, що в першій редакції Податкового кодексу України розділ, який стосується спрощеної системи оподаткування, був опущений; всі норми, які стосуються єдиного податку, залишались незмінними. Згідно зі статтею 297.1 платники єдиного податку звільняються від сплати:

1. Податку на прибуток підприємств.
2. Податку на доходи фізичних осіб у частині доходів (об'єкта оподаткування) отриманих у результаті господарської діяльності фізичної особи та оподаткованих згідно з цією главою.
3. Податку на додану вартість з операцій з постачання товарів, робіт та послуг, місце постачання яких розташоване на митній території України, крім податку на додану вартість, що сплачується фізичними особами та юридичними особами, які обрали ставку єдиного податку, визначену підпунктом 1 пункту 293.3 статті 293 цього Кодексу.
4. Земельного податку, крім земельного податку за земельні ділянки, що не використовуються для провадження господарської діяльності.
5. Збору за провадження деяких видів підприємницької діяльності.
6. Збору на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства [11].

Даний закон ввів нові механізми відношення бізнесу до спрощеної системи оподаткування: було виділено 4 групи підприємств, які, згідно зі ст. 291.4, мають право сплачувати єдиний податок:

Перша група - фізичні особи – підприємці, які не використовують працю найманих осіб, здійснюють виключно роздрібний продаж товарів з торговельних місць на ринках та/або провадять господарську діяльність з надання побутових послуг населенню і обсяг доходу яких протягом календарного року не перевищує 150 000 грн.

Друга група - фізичні особи - підприємці, які здійснюють господарську діяльність з надання послуг, у тому числі побутових, платникам єдиного податку та/або населенню, виробництво та/або продаж товарів, діяльність у сфері ресторанного господарства, за

умови, що протягом календарного року відповідають сукупності таких критеріїв:

- не використовують працю найманих осіб або кількість осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах, одночасно не перевищує 10 осіб;

- обсяг доходу не перевищує 1 000 000 грн.

Третя група - фізичні особи - підприємці, які протягом календарного року відповідають сукупності таких критеріїв:

- не використовують працю найманих осіб або кількість осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах, одночасно не перевищує 20 осіб;

- обсяг доходу не перевищує 3 000 000 грн.

Четверта група - юридичні особи - суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми, які протягом календарного року відповідають сукупності таких критеріїв:

- середньооблікова кількість працівників не перевищує 50 осіб;

- обсяг доходу не перевищує 5 000 000 грн.

Таким чином, було введено критерії, за якими підприємствам дозволяється користуватися податковими пільгами. Спрощена система оподаткування повинна бути інструментом розвитку малого підприємництва України. Єдиний податок, у першу чергу, повинен спрощувати умови ведення малого бізнесу, сприяти його розповсюдженню та зменшувати податкове навантаження.

Згідно з Податковим кодексом України, єдиний податок можуть сплачувати підприємства, дохід яких не перевищує 5 млн. грн., тоді як малими підприємствами є такі, дохід яких не перевищує 70 млн. грн. Спрощена система оподаткування спрямована саме на малий бізнес, проте далеко не повністю його охоплює. Відсутня комплексність законодавчої підтримки малого бізнесу. Тобто, єдиний податок функціонує лише для мікропідприємств, визначення яких не подано в законодавстві України.

З іншого боку, зміни до Податкового кодексу України повертають можливість малим підприємствам бути платниками ПДВ, що надасть можливість співпрацювати малому та великому бізнесу. З моменту прийняття кодексу така можливість була виключена.

Крім того, було виключено статтю кодексу, яка забороняла віднесення на валові витрати товарів або послуг, придбаних у платників єдиного податку [11].

Безперечно, податкова система, яка регулює діяльність малого бізнесу, потребувала змін, тому прийняття Податкового кодексу України є важливим кроком у побудові ефективного законодавчого регулювання бізнесу. Проте, на жаль, в існуючому вигляді вона сприяє розвитку тіньової економіки. За різними оцінками, частка тіньової економіки України складає від 6% до 30% ВВП, вона пов'язана виключно з внутрішніми чинниками функціонування економіки країни.

1.4. Розвиток підприємницької діяльності у постіндустріальній економіці

Місце і роль малого бізнесу в системі розвинутого ринкового виробництва визначається його функціями, такими як: формування конкурентного середовища; оперативне реагування на зміни кон'юнктури ринку та заповнення малоефективних для великого бізнесу економічних ніш; пом'якшення соціальної напруги в суспільстві через забезпечення зайнятості населення, що втратило роботу; спрямованість на прискорення науково-технічного прогресу та забезпечення активізації інноваційних процесів і розповсюдження ефективних інновацій; поширення демократичних принципів на економічні відносини, що дозволяє громадянину зробити вільний вибір між роллю найманого працівника і незалежного бізнесмена. Саме МСБ надає ринковій економіці необхідної гнучкості та визначає темпи економічного зростання, структуру і якість валового внутрішнього продукту (ВВП). Його частка у структурі ВВП у країнах з ринковою економікою становить від 40% до 65% [7].

МСБ робить великий внесок у формування матеріальної основи добробуту і соціальної стабільності усіх індустріально розвинених країн світу. Він забезпечує більше половини ВВП, біля двох третин загальної кількості робочих місць, четверту частку експорту та прямих іноземних інвестицій. У провідних країнах проводиться цілеспрямована державна підтримка його розвитку, яка враховує галузеві та регіональні особливості та виконує важливу роль у підвищенні конкурентоспроможності. У США 55% нових товарів створено на підприємствах малого бізнесу. В Україні частка МСБ у структурі ВВП набагато нижча і перебуває у межах 10-16% [7].

Досвід передових країн світу показав, що одним з ефективних способів розвитку малих і середніх підприємств є їх об'єднання в кластери. Кластерний підхід став застосовуватися при розробці промислової політики багатьох держав. Саме промисловість визначає територіальну диференціацію у розвитку світового господарства. У багатьох країнах вона є основним чинником, що сприяє ефективному розвитку регіонів або призводить до їх економічної відсталості. Малі та середні підприємства мають успішний розвиток тоді, коли вони групуються навколо промислових компаній на основі виробничо-технологічних, науково-технічних і комерційних зв'язків у межах визначеної території.

Кластерний підхід став застосовуватися при розробці й реалізації стратегій, програм розвитку, перш за все інвестиційного та інноваційного характеру, а також служити основою для вирішення такого важливого завдання, як ефективна взаємодія великого і малого бізнесу. Це підтверджує успішний досвід кластерів США, Китаю (біотехнології), Ірландії (інформатика), Ізраїлю (венчурне фінансування), Тайваню і Японії (машинобудування та електротехніка), в основу розвитку яких були покладені високі технології.

Кластер – значно більш складне явище, ніж просте об'єднання фірм для спільної діяльності. В цьому випадку фірми не тільки включаються в процес кооперування, але, що дуже важливо, продовжують конкурувати одна з одною вибірково в окремих галузях. Завдяки кластерному підходу відбувається більш глибока їхня технологічна кооперація на основі участі в системах нагромадження вартості. Таке конкурентне сусідство є рушійною силою постійних продуктового й технологічного відновлень, спрямованих на зростання продуктивності всіх факторів виробництва, і забезпечує швидке поширення нововведень. У кластері формується особливе інноваційне середовище, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності належних до нього фірм і процвітанню регіону [10].

Зарубіжний досвід свідчить, що прискореному економічному розвитку на основі взаємодії великих, середніх і безлічі малих підприємств сприяє державна політика, яка базується на їх тісній співпраці з центральними, регіональними та місцевими органами. В цих країнах стимулюється зростання експортних можливостей кластерів у розвитку високотехнологічних виробництв і послуг (комунікаційні технології, програмне забезпечення, фармацевтика та ін.).

Процеси глобалізації, посилення міжнародної конкуренції стали об'єктивною передумовою зміни парадигми управління конкурентоспроможністю і полягають у переході до нової промислової політики, яка ґрунтується на кластерній політиці та будується за принципами: доцільності, ієрархічності, комплексності, диференційованого підходу, узгодженості і взаємної ув'язки, координації, системності, стимулювання, підтримки. Кластери стають основною організаційною формою сучасного економічного розвитку. При цьому чинники виробництва стають мобільними, посилюється конкуренція між країнами (регіонами), тому важливими для розвитку і утримання переваги над конкурентами є взаємозв'язки між підприємствами, що приводить до створення сітьових структур – кластерів.

У багатьох країнах залучання кластерів у розвиток їх економік мотивується тим, що:

- кластери виступають чинниками оздоровлення регіональних економік;
- розвиток кластерів впливає на підйом високотехнологічних галузей;
- кластери сприяють активізації підприємницької діяльності в регіонах, які відстають у розвитку;
- кластери забезпечують розвиток експорту виробленої продукції;
- кластери створюють унікальні умови для підготовки фахівців високої кваліфікації за межами галузевої підготовки.

Розуміючи величезну значимість кластерів в економічному перетворенні кожної держави, Організація Об'єднаних Націй для допомоги щодо розвитку конкурентоспроможної економіки у країнах, які розвиваються, і у країнах з перехідною економікою з 1993 р.

створила спеціалізовану установу ЮНІДО (United Nations Industrial Development Organization). Ця організація, мобілізуючи знання, досвід, інформацію і технології, розробила ряд рекомендацій на допомогу урядам і приватному підприємництву країн для забезпечення їх взаємодії в розробці та впровадженні програм створення кластерів. За аналізом матеріалів ЮНІДО, кластеризація є найкращою основою для розвитку малого і середнього підприємництва в усіх країнах світу. Послугами цієї організації скористалося багато країн, а також більша частина країн з колишнього соціалістичного табору. У Чехії реалізується програма «Прогресивні технології для малих і середніх підприємств». В Угорщині створюються технологічні парки, які поєднують вчених з підприємцями. До 2003 року в цій країні було організовано і функціонувало понад 150 кластерів за такою спеціалізацією: будівництво, текстильне виробництво, використання термальних вод, оптична механіка, автомобілебудування, деревообробка, випуск харчової продукції, електроніка та ін. Цей процес активно продовжується і понині. В Болгарії з'явилися недержавні фонди із забезпечення малого інноваційного бізнесу. З метою підвищення конкурентоспроможності промисловості Словенії урядом було прийнято спеціальну національну програму розвитку кластерів, яка отримала підтримку центральної влади і регіонів. Україна в 1990-ті рр. відмовилася від послуг бюро ЮНІДО, і тим самим позбавила себе прямих контактів з цим важливим розробником кластерних стратегій і програм.

В Європі розвиток малих підприємств відбувається за єдиним підходом. Євросоюзом взято курс на формування загальноєвропейської моделі, яка стимулює і доповнює національні та регіональні ініціативи, включаючи розвиток кооперації між кластерами. При цьому кластер розглядається як ключовий інструмент підвищення інноваційного потенціалу малого бізнесу. Останній обумовлений його економічною і технологічною гнучкістю в реалізації нових ідей, що дозволяє реагувати на вимоги ринку. Мале інноваційне підприємництво ґрунтується на комерціалізації новітніх досягнень вітчизняної науки і техніки, винаходів і відкриттів. Чим більше розвинені кластери в окремій країні, тим вище у цій країні рівень життя населення та конкурентоспроможність як підприємств, регіонів, так і держави в цілому.

Країни Євросоюзу розглядають малий та середній бізнес як ключовий елемент інновацій і створення нових робочих місць і зобов'язуються зосередити свою увагу на таких напрямках: освіта й підготовка кадрів; створення пільгових умов для швидкого започаткування бізнесу; забезпечення доступу малого і середнього бізнесу до сучасної інформації та технологій; створення адекватної правової та податкової бази, що сприяє розвитку МСБ.

Перехід до ринкових процесів в Україні привів до розукрупнення багатьох господарюючих одиниць і появи великої кількості малих і середніх підприємств та індивідуальних підприємців.

З розрахунку на 10 тис. населення в Україні припадає 63 малих підприємств (МП), що відповідає за рівнем цього показника розвиненим державам світу. Однак частка продукції МП у загальних обсягах реалізованої продукції є надто низькою і становить 5-6%, у той час як у розвинених державах вона дорівнює 30-40%. Найбільш показовим є приклад Китаю, де на частку невеликих компаній припадає більше 64% всієї проданої за кордон продукції.

За дослідженнями по 25 адміністративно-територіальних одиницях, за винятком м. Київ та м. Севастополь, лідером по кількості МП у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення до 2008 р. була АРК (рис. 1.1). У 2009 р. перше місце посіла Одеська область (88 підприємств), друге місце поділили АРК та Харківська область (83 підприємства), далі йшли – Львівська (79 підприємств) та Київська (76 підприємств) області. Світова фінансова криза вплинула на діяльність суб'єктів господарювання. В Україні у 2010 р. відбулося зменшення кількості МП у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення у порівнянні з 2009 р. По АРК – на 26,5%, Одеській області – 21,6%, Київській – 14,5%, Львівській – 11,4% та Харківській – 8,4%.

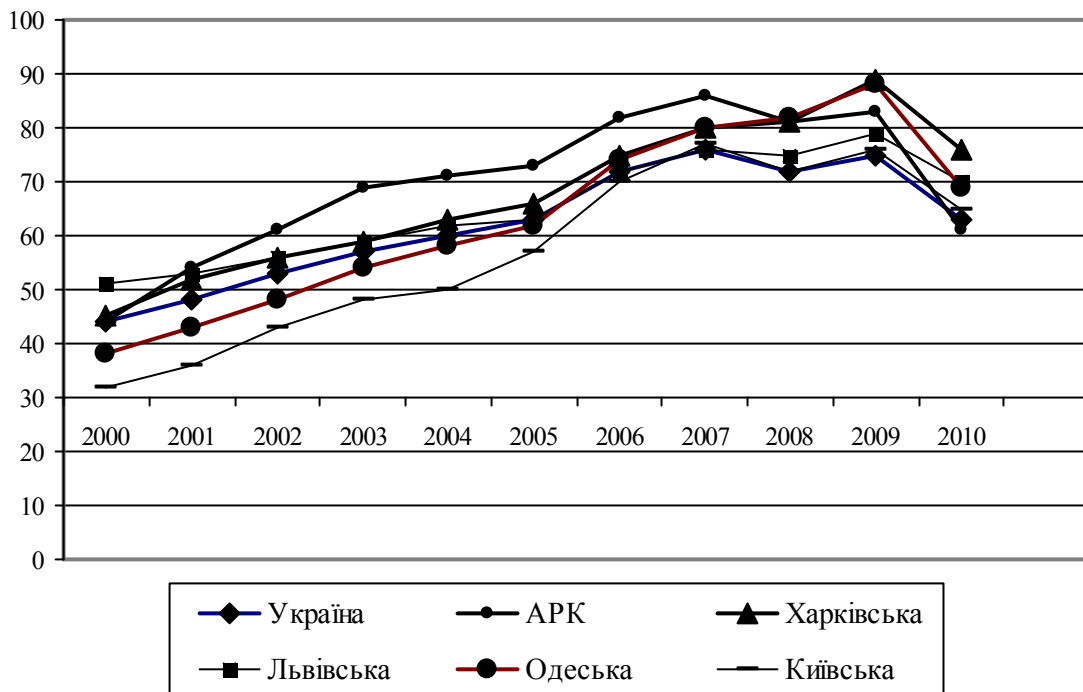


Рис. 1.1. Динаміка розвитку МП в Україні і за провідними регіонами за 2000-2010 рр.

Найбільшу ж частку продукції у загальному обсязі реалізованої продукції (робіт, послуг) надають МП Херсонського, Кіровоградського, Чернівецького, Житомирського та Хмельницького регіонів (табл. 1.2) [17].

Таблиця 1.2

Частка продукції МП у загальному обсязі реалізованої продукції (робіт, послуг) за регіонами

Регіон	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Україна	8,1	7,1	6,7	6,6	5,3	5,5	18,8	18,1	16,3	16,7	14,2
Херсонський	13,7	10,9	11,0	10,5	9,8	10,8	40,5	40,2	35,3	33,3	29,0
Кіровський	14,9	15,6	14,3	13,3	10,8	12,0	39,1	34,8	33,1	31,1	24,2
Чернівецький	20,2	17,9	17,7	17,3	14,3	13,3	33,2	32,6	28,5	28,4	32,5
Житомирський	14,5	13,2	10,8	10,8	6,9	12,5	27,5	25,0	28,4	28,1	26,4
Хмельницький	14,1	11,5	11,8	10,8	9,8	8,2	34,8	27,8	25,7	26,0	26,4

Більша частка малих підприємств задіяна у сферах торгівлі та надання послуг. Наприклад, у 2010 р. в різних регіонах від 54,2% до 67,5% реалізованої продукції (робіт, послуг) надала торгівля, ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку. Промисловість, сільське господарство і будівництво у сукупності не дотягують до нижчої межі лідируючого виду діяльності.

За даними Держкомстату сукупний фінансовий результат (прибуток) малих і середніх підприємств був позитивним у 2006 р. (отримано прибутків на суму 5187,1 млн. грн.), 2007 р. – 5699,1 млн. грн. та у 2010 р. – 1148,8 млн. грн., але два кризових роки – 2008 р. та 2009 р. – були збитковими (рис. 1.2).

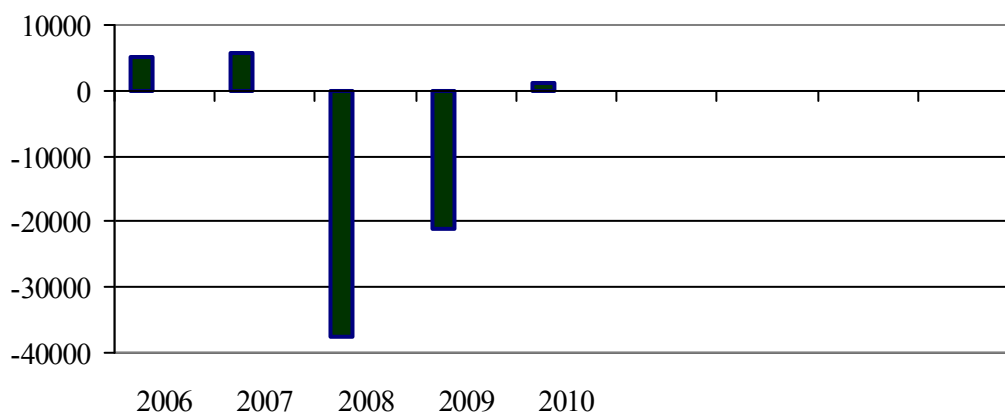


Рис. 1.2. Фінансовий результат від звичайної діяльності малих підприємств до оподаткування за 2006 – 2010 рр.

У країнах ринку власник на свій розсуд і ризик використовує наявні людські, матеріальні, природні ресурси, і всі рішення щодо

власності повинні мати за мету кінцевий результат. Мета МБ – власник, який ефективно працює протягом багатьох років: динамічний, прибутковий, інноваційний. Підприємства малого бізнесу, будучи найважливішим суб'єктом інновацій, роблять істотний внесок у розвиток виробництва в технічно передових галузях. На сучасному етапі формування постіндустріальної економіки – економіки знань найважливішою її складовою є інновації з залученням до інноваційного процесу малого бізнесу. Інноваційна діяльність малих фірм створює базу для структурної перебудови всього господарства на наукомісткій основі.

Україна, приєднавшись до Європейської хартії малих та середніх підприємств, намагається будувати розвиток малого та середнього бізнесу за принципами цієї хартії. Розвиток малого бізнесу має велике значення для перетворення економіки України на конкурентоздатну країну, яка використовує досягнення науково-технічного прогресу. На початку 2009 р. було підписано Декларацію про встановлення співробітництва між урядом України і Європейським комітетом щодо політики у сфері розвитку малих та середніх підприємств.

У Програмі економічних реформ на 2010-2014 рр. «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава», затвердженій Президентом України, визначено перехід держави від т.з. «сировинної» економіки до економіки розвитку інноваційно-соціально орієнтованого типу.

В Україні розвиток МСБ стикається з суттєвими перешкодами. Підприємства цієї сфери діяльності поки що не посіли належного місця у структурі національної економіки. Чинним законодавством чітко не визначено засади розвитку національної інноваційної системи, не конкретизовано її структуру, не передбачено стимулювання залучення у науково-технічну та інноваційну сфери позабюджетних коштів, не стимулюються витрати промисловості на наукові дослідження і розробки, а також інвестиції в інноваційну сферу з боку банків та інших інвесторів. За матеріалами Національної доповіді «Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні» фінансування науково-технічної діяльності з Державного бюджету України протягом останніх п'яти років не перевищує 0,4% ВВП при визначеній статтею 34 Закону України «Про наукову і науково-технічну діяльність» нормі – 1,7%. Питома вага програмно-цільового фінансування наукових досліджень не перевищує 10% загальних витрат на науку при законодавчо встановлених 30% (стаття 6 Закону України «Про пріоритетні напрями розвитку науки і техніки»). Здійснюється приватизація науково-дослідних установ, особливо галузевої науки. Руйнується матеріально-технічна база, не контролюється передача об'єктів інтелектуальної власності у користування.

Венчурний капітал – цей специфічний тип фінансування ризикованих проектів в Україні, не отримав розвитку. Це пов'язано з нестабільним зовнішнім середовищем і відсутністю розвиненої

інфраструктури. Незважаючи на всі труднощі, з якими стикається малий бізнес в Україні, його необхідно розвивати та поширювати, бо в провідних економічно розвинутих державах він служить основним джерелом формування доходу людини, нововведень у виробництво. При цьому поліпшується якість життя населення регіону і досягаються високі показники загального розвитку регіональної економіки.

1.5. Особливості діяльності малого підприємництва в регіонах

В останні роки в Україні посилюється інтерес до вивчення проблем і перспектив розвитку малих підприємств і до аналізу тенденцій змін у даному секторі економіки у зв'язку з внесенням змін до законодавства (особливо податкового), що регулює дану галузь. Ці зміни знаменують собою початок нового етапу розвитку сектору малого бізнесу. Тому особливої актуальності набуває аналіз даного питання, що стосується проблем і перспектив малих підприємств в Україні.

Сьогодні у всьому світі питання щодо розвитку та підтримки малого бізнесу стають все більш обговорюваними, адже він має відігравати важливу роль в економічному зростанні розвинутих країн та впровадженні нових технологій, що дають змогу забезпечити високий рівень конкурентоспроможності економіки та зайняти міцні позиції на міжнародній економічній арені. Як свідчить світовий досвід, однією з найбільш важливих та стійких особливостей сучасної політики у галузі підприємництва є її базування на практиці цілеспрямованої державної підтримки, особливо малих форм господарювання. Ступінь і масштаби такої підтримки суттєво відрізняються в різних країнах і багато в чому залежать від специфічних моделей національного ринкового господарства, а також від загальної стратегії держави щодо впливу на економічні та соціальні процеси у країні.

Найбільш динамічним елементом структури народного господарства, що постійно змінюється, є мале підприємництво, і сьогодні його розвиток в регіонах України здійснюється в умовах незбалансованої політики держави, яка спричиняє ряд проблем, що стають все більш нагальними і пов'язані, насамперед, з недооцінкою ролі й значення малих підприємств. Слід зауважити, що саме мале підприємництво значно сприяє соціальному та регіональному розвитку, оскільки виступає прикладом ініціативності й дієвості, а головне – є значним джерелом надходжень до місцевих бюджетів. На сучасному етапі мале підприємництво як самостійний елемент ринкової економіки істотно впливає на структурну перебудову в економіці регіону та країни, робить вагомий внесок у збільшення загальних обсягів

виробництва, створює сприятливе середовище для розвитку конкуренції, забезпечує сильнодіючі стимули до інноваційної та високоефективної праці. Мале підприємництво являє собою найбільш гнучку, динамічну і масову форму організації господарської діяльності. Саме у цьому секторі створюється та перебуває в обігу основна частина національних ресурсів, які є живильним середовищем розвитку економіки будь-якої країни. Світовий досвід і практика господарювання показують, що найважливішою ознакою ринкової економіки є існування і взаємодія багатьох великих, середніх і малих підприємств, їх оптимальне співвідношення. Саме цей сектор економіки впливає на структуру економіки та розширює сферу свободи ринкового вибору, характеризується раціональними формами управління, забезпечує більш швидку реалізацію нових бізнес-ідей.

В Україні сьогодні життєво важливим є включення розвитку малих підприємств до загальної стратегії структурної реконструкції регіональної економіки, адже саме ця ланка господарювання виступає рушійною силою на шляху раціоналізації, модернізації виробництва і як наслідок – процвітання держави в майбутньому, адже ефективна політика розвитку малого підприємництва, з одного боку, сприяє створенню нових робочих місць та отримання доходів, а з іншого – вирішенню такого важливого соціального питання як безробіття шляхом залучення громадян до підприємницької діяльності. Так, наприклад, у промислово-розвинутих країнах, таких як США, Японія, Великобританія, Франція, на малий та середній бізнес припадає до 90-95% усіх підприємств, де зосереджено велику частку економічно активного населення (від 49% у Великобританії до 78% у Японії) і виробляється значний обсяг валового внутрішнього продукту (50-60%).

Державне регулювання та підтримка розвитку малого підприємництва в Україні здійснюється відповідними загальнодержавними, регіональними та місцевими органами влади з метою узгодження інтересів держави і сектора малого підприємництва [14]. Державна підтримка малого підприємництва на місцевому рівні здійснюється в рамках впровадження регіональних і місцевих програм відповідно до Закону України «Про державну підтримку малого підприємництва».

Новий етап в історії впровадження регіональних програм пов'язаний із затвердженням постановою Кабінету Міністрів України Державної стратегії регіонального розвитку від 21.07.2006 р. на період до 2015 р., що стало поштовхом для розробки стратегій соціально-економічного розвитку окремих регіонів України. Підтримка розвитку малого підприємництва повинна носити регіональний характер і враховувати рівень розвитку підприємництва в окремих районах та

видах економічної діяльності. При розробці регіональних програм підтримки необхідно брати до уваги економічну спеціалізацію того чи іншого регіону, рівень його виробничого потенціалу та наявність відповідної сировинної бази [5].

У 2011 – на початку 2012 рр. згідно з Національним планом дій щодо впровадження Програми економічних реформ на 2010-2014 рр. «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава» з метою стимулювання розвитку малого підприємництва в Україні було здійснено кроки щодо:

1. Оптимізації дозвільної системи:

а) законодавчо затверджено вичерпний перелік документів дозвільного характеру (прийнято Закон України «Про перелік документів дозвільного характеру у сфері господарської діяльності»);

б) внесено зміни до законодавчих актів щодо посилення відповідальності посадових осіб органів державної влади та органів місцевого самоврядування за порушення законодавства у сфері дозвільної системи.

2. Спрощення системи ліцензування:

а) з 78 до 57 скорочено перелік видів діяльності, що підлягають ліцензуванню (прийнято Закон України «Щодо обмеження державного регулювання господарської діяльності»);

б) для спрощення процедури отримання ліцензій суб'єктами господарювання розроблено проект Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України».

3. Оптимізації системи нагляду (розроблено проект Закону України «Про саморегулюючі організації», яким передбачена передача саморегулюючим організаціям частини функцій державного нагляду).

4. Спрощення процедури створення та ліквідації підприємств:

а) спрощено започаткування та ведення бізнесу завдяки запровадженню принципу необов'язковості свідоцтва про державну реєстрацію (прийнято Закон України «Щодо скасування свідоцтва про державну реєстрацію юридичної особи та фізичної особи-підприємця»);

б) спрощено процедуру припинення діяльності суб'єктів господарювання шляхом зняття з них низки адміністративних обов'язків (прийнято Закон України «Щодо спрощення процедур припинення діяльності юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців»).

5. Розроблення заходів сприяння розвитку малого підприємництва:

а) створюються умови для надання суб'єктам малого підприємництва державної підтримки, у т.ч. фінансової (прийнято Закон України «Про розвиток та підтримку малого і середнього підприємництва в Україні»);

б) створюються умови для забезпечення оптимальної процедури використання бюджетних коштів, передбачених для мікрокредитування суб'єктів малого підприємництва (постанова кабміну «Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для мікрокредитування суб'єктів малого підприємництва»).

6. Упровадження заходів щодо прискореного перегляду регуляторних актів, прийнятих органами місцевого самоврядування.

7. У межах реалізації регіональних програм підтримки малого підприємництва (такі програми на 2011 – 2012 рр. було затверджено в усіх регіонах, проте, за даними Державного комітету з питань регуляторної політики та підприємництва, за 9 місяців 2011 р. вони були профінансовані лише на 33,3 % від передбаченого) реалізуються заходи щодо створення умов для залучення інвестицій:

а) удосконалюється нормативно-правове середовище в напрямі стимулювання розвитку підприємництва та інвестиційної діяльності;

б) формується інфраструктура підтримки малого підприємництва;

в) проводяться конкурси бізнес-проектів [5].

Безперечно, успішність і дієвість регіональних програм розвитку малого підприємництва визначається наявністю необхідного обсягу фінансових ресурсів, передбачених для їх реалізації, тому важливо проаналізувати фінансування відповідних заходів з метою виявлення реального стану виконання затверджених регіональних та місцевих програм підтримки малого підприємництва. Як свідчить аналіз, впродовж останніх трьох років ситуація щодо рівня фактичного фінансування заходів регіональних програм підтримки малого підприємництва в регіонах дещо стабілізувалась, позначившись на рівні від 17,85 млн. грн. у 2008 р. до 18,66 млн. грн. у 2011 р. Разом з тим, лишається незадовільним показник відповідності фактичного виділення коштів обсягам передбачених видатків у місцевих бюджетах на такі заходи, що наочно у динаміці показано на рис.1.3.

Загальна сума передбачених видатків на виконання заходів регіональних програм підтримки малого підприємництва в бюджетах АР Крим, областей, міст Києва та Севастополя в 2011 р. склала 39,1 млн. грн., у порівнянні з 2010 р., що більше на 1,7 млн. грн. [8].

Значна диференціація у рівнях фінансування заходів регіональних програм підтримки малого підприємництва негативно позначається на їх ефективності, що не забезпечує вирішення проблем малого та середнього підприємництва та не сприяє зменшенню диспропорцій в економічному розвитку регіонів, а також в управлінні у сфері малого бізнесу в умовах економічної кризи [17].

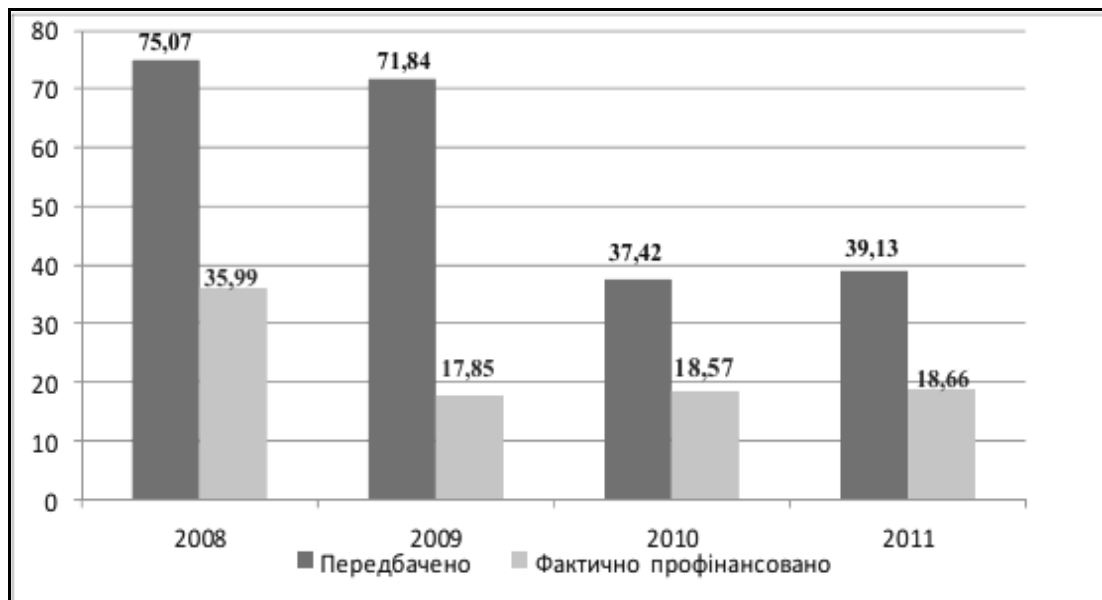


Рис. 1. 3. *Обсяги фінансування регіональних програм розвитку малого та середнього підприємництва в Україні за період 2008-2011 рр.*

У 2011 р. обсяги загального кредитування малого та середнього бізнесу у порівнянні з аналогічним періодом 2010 р. скоротились майже на 3 млн. грн. і склали 11,7 млн. грн. Також скоротився рівень мікрокредитування малого підприємництва міжнародними організаціями через уповноважені комерційні банки. Якщо у 2010 р. було надано 2492,4 млн. грн. банківських кредитів, то впродовж 2011 р. ця сума сягнула лише 191,9 млн. грн. На кінець 2011 р. мережа інфраструктури підтримки підприємництва в регіонах України включала: 558 бізнес-центрів; 80 бізнес-інкубаторів; 43 технопарки; 746 лізингових центрів; 2184 небанківські фінансово-кредитні установи (в т.ч. 1606 кредитних спілок); 237 фондів підтримки підприємництва (з них 30 створені за участю УФПП); 2964 інвестиційно-інноваційні фонди і компанії; 3184 інформаційно-консультативні установи. Зміни у складі інфраструктури підтримки підприємництва в регіонах країни відбувались з початку 2011 р. у різних напрямках. У переважній більшості регіонів кількість об'єктів інфраструктури залишилась без змін, адже менше 5% обсягів фінансування програм спрямовуються на розвиток інфраструктури в регіонах. Значна диференціація у рівнях фінансування заходів регіональних програм підтримки малого підприємництва негативно позначається на їхній ефективності, що не забезпечує вирішення проблем малого та середнього підприємництва й не сприяє зменшенню диспропорцій в економічному розвитку регіонів. Аналіз структури фінансування заходів регіональних програм демонструє, що в більшості регіонів перевага надавалась заходам, пов'язаним із фінансово-кредитною підтримкою малого підприємництва в регіонах (рис. 1.4). Зокрема, впродовж 2011 р. найбільші обсяги фінансування заходів регіональних програм було спрямовано на компенсацію частини вартості банківських кредитів для суб'єктів малого підприємництва за рахунок бюджетних коштів – майже 76%. Заходи, спрямовані на здешевлення вартості кредитів для суб'єктів.

Заходи, спрямовані на здешевлення вартості кредитів для суб'єктів малого підприємництва за рахунок бюджетних коштів, здійснювали 9 регіонів: АР Крим, Вінницька, Волинська, Донецька, Закарпатська, Кіровоградська, Чернівецька, Чернігівська області та м. Київ [1].

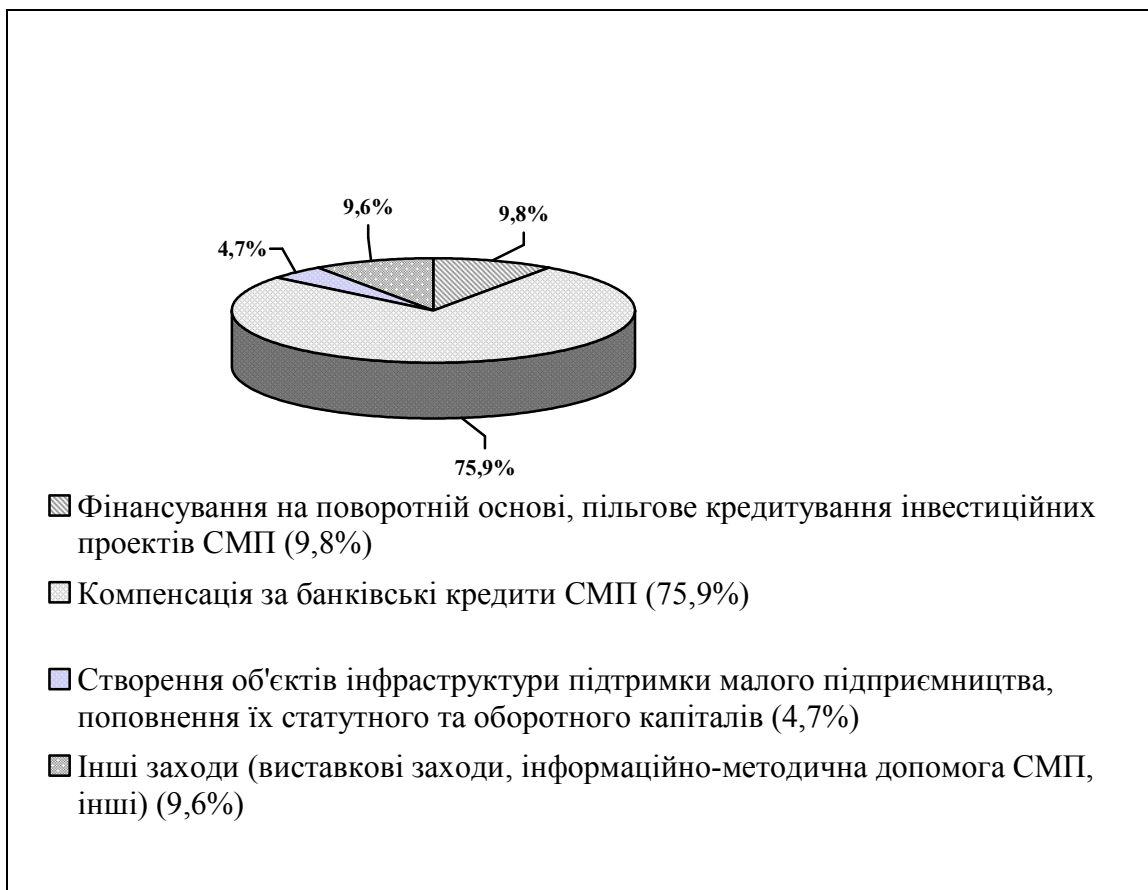


Рис. 1.4. Структура фінансування регіональних програм у 2011 р.

На пільгове кредитування інвестиційних проектів, фінансування на поворотній та безповоротній основі було витрачено 9,8% коштів регіональних бюджетів, спрямованих на реалізацію програмних заходів. За звітами з регіонів, пільгові кредити малому та середньому підприємству надавали в Івано-Франківській, Кіровоградській, Одеській, Харківській, Хмельницькій та Чернігівській областях. Майже таку ж частину коштів – 9,6% від загальних обсягів фінансування регіональних програм, було використано на надання інформаційної допомоги, здійснення навчання, організацію семінарів, конференцій, забезпечення участі підприємців у виставкових заходах. Про фінансування робіт за цими напрямками звітували у переважній більшості регіонів України [1].

У 2011 р. продовжувалася тенденція 2010-2011 рр. щодо зменшення кількості: лізингових центрів – на 19 од., кредитних спілок – на 166 од., фондів підтримки підприємства – на 8 од., інвестиційно-інноваційних фондів і компаній – на 34 од., але, разом з тим, є й

позитивні зміни: зросла кількість бізнес-центрів – на 45 од., бізнес-інкубаторів – на 11 од., інформаційно-консультативних установ – на 16 од., кількість громадських об'єднань суб'єктів підприємництва – на 133 од. (рис. 1.5) [17].

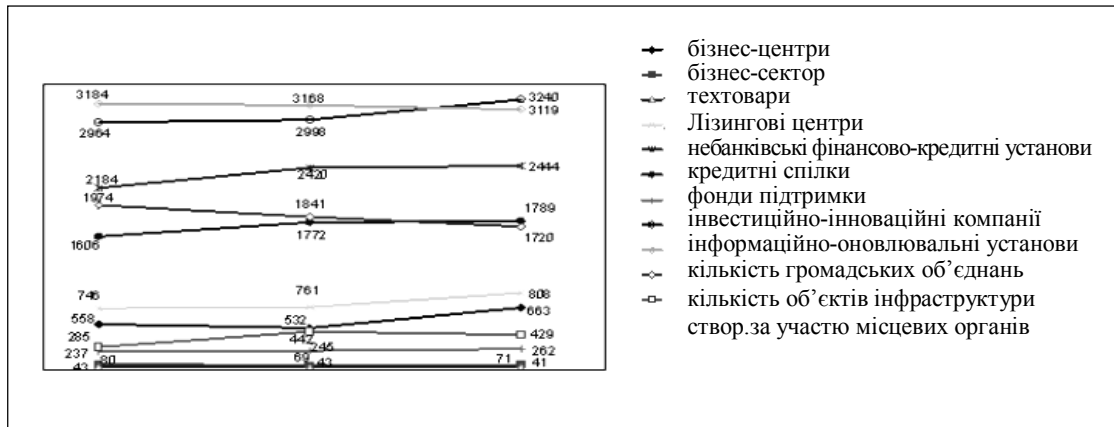


Рис. 1.5 Динаміка розвитку об'єктів інфраструктури підтримки малого підприємництва в Україні протягом 2009-2011 рр., одиниць

Зміни у складі інфраструктури підтримки підприємництва в регіонах країни з початку 2011 р. відбувались у різних напрямках. У переважній більшості регіонів кількість об'єктів інфраструктури залишилась без змін (рис. 1.6) [4]. В окремих регіонах були створені нові об'єкти, наприклад: АР Крим (+4 бізнес-центри); Донецька область (+3 бізнес-центри, +13 інвестиційних фондів і компаній, +9 інноваційних фондів і компаній, - 9 кредитних спілок);

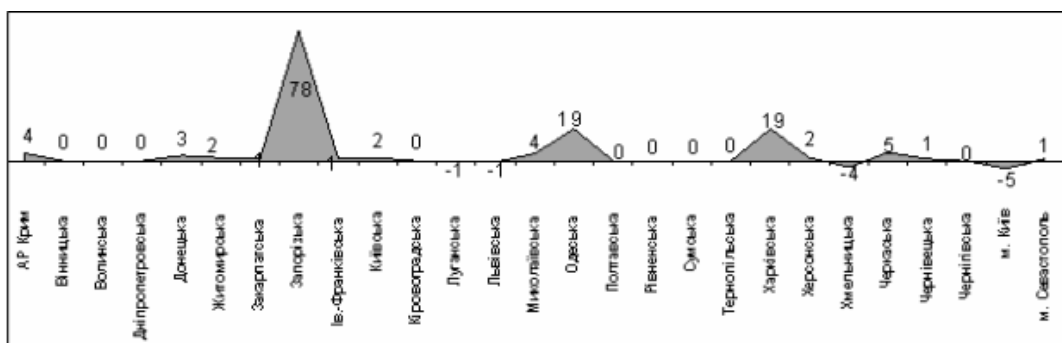


Рис. 1.6. Приріст (скорочення) кількості об'єктів інфраструктури підтримки малого підприємництва за регіонами України протягом 2010-2011 рр., одиниць

Житомирська область (+6 інвестиційних фондів і компаній, +1 інноваційній фонд, +36 інформаційно-консультативних установ); Одеська область (-3 небанківські-фінансово кредитні установи, +1 фонди підтримки підприємництва, +12 інвестиційних фондів і компаній, +11 інноваційних фондів і компаній).

Основною причиною такого стриманого розвитку інфраструктури малого підприємництва є скорочення бюджетної підтримки на його функціонування.

Загальновідомо, що найбільш ефективними є об'єкти інфраструктури, що створюються за участю місцевих органів влади та самоврядування. Послуги в таких установах є більш кваліфікованими, а їх вартість максимально наближена до можливостей малого підприємництва.

Щодо вдосконалення системи підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації кадрів для малого підприємництва в рамках регіональних програм, то кількість безробітних, що отримали фахову підготовку для заняття підприємницькою діяльністю, протягом 2011 року зменшилась у порівнянні з 2010 р. на 25,3 тис. осіб, кількість підприємців, що пройшли підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації, зменшилась на 1,25 тис. осіб.

Отже, в Україні сьогодні регіональні програми підтримки малого підприємництва є головним інструментом забезпечення розвитку регіональної економіки, проте у здійсненні сучасної держаної політики існують значні недоліки, спричинені головним чином фінансовими проблемами у забезпеченні цих заходів, які, в свою чергу, унеможливають повну реалізацію відповідних складових таких програм. Тому подальший розвиток малого бізнесу можливий лише за умов раціонального поєднання дієвих методів і засобів державного регулювання й підтримки, головними серед яких є:

- державна підтримка виробництва і реалізації продукції, що передбачає надання державних замовлень, сприяння експорту товарів і послуг;

- фінансово-кредитна підтримка, що передбачає розробку пільгових програм кредитування, бюджетне фінансування галузей економіки у відповідності з пріоритетами економічної політики держави;

- інформаційно-консультативна підтримка створення і розвитку малого підприємництва, навчання спеціалістів та підвищення кваліфікації працівників за рахунок державних коштів у спеціально створених центрах [6].

У подальшому існуючі проблеми необхідно постійно аналізувати, координувати і вирішувати якнайшвидше.

1.6. Основні засади регіональної економічної політики відносно малого бізнесу в Україні

В умовах розгортання в Україні демократичних і самоорганізаційних процесів регіональний розвиток, перш за все, має забезпечуватись взаємоузгодженістю інтересів і можливостей органів місцевого самоврядування і виконавчої влади, з одного боку, та малого і середнього бізнесу - з іншого. Однак, їхні інформаційні потреби зазвичай перебувають у різних площинах. І навіть за теперішніх умов деякої консолідації великого та середнього бізнесу,

що поступово усвідомлює свої корпоративні інтереси, для вирішення проблем регіонального розвитку її все ж недостатньо. Необхідна інша консолідація на засадах ефективної взаємодії між великим, малим і середнім бізнесом та владними органами.

Даний підпункт присвячено визначено впливу регіональної економічної політики на розвиток малого бізнесу в Україні.

Досвід розвинутих європейських країн засвідчує надзвичайну важливість виваженої регіональної політики у забезпеченні соціально-економічного процвітання, економічної безпеки та територіальної цілісності [6].

Державна регіональна економічна політика ґрунтується на пріоритетності загальнонаціональних інтересів, ефективному використанні потенціалу територій та економічній самостійності регіонів. До її складу входять бюджетна та податкова політика, планування, прогнозування, програмування розвитку регіону, використання природних ресурсів і власності регіонів на основі активної інвестиційної політики, розміщення продуктивних сил, політика розвитку регіональних комплексів, контроль-аналітична діяльність та інформаційне забезпечення.

До суб'єктів державної регіональної політики слід віднести, у першу чергу, офіційну владу, юридичних осіб, громадські об'єднання та інших учасників соціально-економічного розвитку регіону; до об'єктів – самі регіони (або їх адміністративно-територіальні утворення), які відрізняються за соціально-економічним, соціокультурним, демографічним потенціалом (рис. 1.7).



Рис. 1.7. Суб'єкти й об'єкти державної регіональної політики
Джерело: складено автором за [1]

При цьому, регіональний розвиток сьогодні розглядають у двох аспектах: 1) як зміну структури регіонів або територіальних утворень всередині них (прогресивна зміна структури); 2) як ускладнення регіональної системи (ефективна позитивна зміна) [1].

Визначальними чинниками регіонального розвитку є регіоналізація, локалізація та глобалізація. Перше визначається включенням регіональних політичних, економічних та соціальних структур у загальнонаціональну та транснаціональну економічні системи, що відбувається через посилення транскордонного співробітництва, формування нових регіонів з конкурентними перевагами та автономізацію територій.

Під автономією слід розуміти надання самоврядному органу можливості самостійно визначати власну внутрішню структуру.

Регіоналізм указує на мобільність регіональної політики держави. Сьогодні цей термін використовується для позначення децентралізації державного устрою, просторової диференціації суспільного життя, міждержавного співробітництва сусідніх країн або підходу до розгляду і розв'язання проблем з позицій інтересу регіону.

Вплив локалізаційних процесів на розвиток регіонів визначається розробкою стратегічних цілей з підвищення міжнародної конкурентоспроможності регіонів, розвитком регіональної інноваційної системи, регіональним менеджментом і маркетингом, процесами урбанізації (формуванням міст-регіонів, зростанням ролі міст в економічній системі).

Основні принципи політики господарського порядку, що забезпечують умови для розвитку економіки регіонів і країни в цілому та спираються на приватне підприємництво, сформулював ще в 40-50-ті рр. німецький економіст В. Ойкен. Вони дозволяють пояснити, наскільки сприятливою для приватного сектору є економічна політика [2]. Серед них :

- комплексність заходів регулювання, заснована на розумінні взаємозалежності всіх економічних явищ і процесів. Критерієм того, наскільки цей принцип реалізується, є ефективність механізму конкурентних цін;

- наявність валютного стабілізатора, тобто забезпечення певної стабільності вартості грошей. Адже в умовах високої інфляції підприємці просто не можуть порахувати ефективність інвестицій. Ринки фінансових ресурсів для них є практично закритими як унаслідок надмірно високих процентних ставок, так і через відсутність ефективних механізмів захисту прав кредиторів та інвесторів. Фінансові інститути й сьогодні не готові у певній мірі до того, щоб «піднімати» капітал для приватнопідприємницьких структур і нести пов'язані з цим ризики;

- відкритість ринків, що означає свободу переливу капіталу, товарів і робочої сили, що сприяє створенню дійсно конкурентного

середовища. В умовах усе більшої відкритості України для зовнішнього ринку при відносній слабкості вітчизняних виробників реалізація даного принципу, не підкріплена заходами промислової, структурної, регіональної політики, призвела до посилення конкуренції для ряду вітчизняних підприємницьких структур. Відповіддю на це стало наростаюче відособлення регіональних ринків (через введення різних адміністративних заборон, особливо у сфері малого бізнесу). Це перешкоджає формуванню виробничого сектору, сприяючи зміцненню позицій вітчизняних монополій. Парадокс полягає в тому, що приватний сектор в нашій країні страждає як від надмірної «відкритості» внутрішнього ринку (товари легкої, харчової промисловості тощо), так і від його штучної «закритості» під тиском лобістів вітчизняних монополій (див.табл.1.3);

- існування приватної власності;
- свобода укладення договорів. Реалізація цього принципу припускає ефективну конкуренцію і можливість вибору як для покупця, так і для продавця.

Таблиця 1.3

Стратегії взаємодії бізнесу і влади

Стратегії	Характер і прогностні наслідки від реалізації
Тісна взаємодія бізнесу і держави / захоплення бізнесом держави (capture state)	Як показала практика близького зарубіжжя (зокрема Російської Федерації), ці стратегії не є ефективними і довготерміновими. Як правило, агресивний наступ (інформаційний вплив, (ІВ) одного з суб'єктів на іншого змінюється контрнаступом. На нашу думку, внаслідок реалізації стратегії захоплення державою бізнесу відбудуться об'єднання великих підприємств у так звані державні холдинги. На зразок цього Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України сьогодні планує провести подібну експансію в сфері освіти, об'єднавши ВНЗ, тим самим отримавши домінування над даною сферою. Вважаємо, що у цій стратегії є й значні переваги за умов виконання переходу бізнесу від традиційного лобіювання до цивілізованого лобізму та належної державної підтримки підприємств, установ і організацій, що перебувають у кризовому фінансовому стані
Захоплення державою бізнесу (capture business)	
Дистанціювання бізнесу від держави	Дана стратегія має ряд негативних наслідків, серед яких переміщення активів у тіньовий сектор, несплата податків тощо. Можлива за умов створення і розвитку фінансово-промислових груп, принципово нових за характером взаємодії із суспільством

1	2
Ліберальна	Стратегія припускає достатньо високий ступінь свободи підприємництва і невелике втручання влади в економіку. Стосовно регіонів, активний патронаж української регіональної влади над бізнесом виявляється неможливим як внаслідок відсутності цілеспрямованих спроб з боку влади, так і внаслідок слабкості самого інституту регіональної влади
Державно-приватне партнерство (ДПП)	Прийнятна універсальна стратегія. Стосовно України бар'єрами реалізації є традиційний лобізм, недосконала система формування корпоративних мереж, проникнення у законодавчі органи влади тощо

Джерело: структуровано за даними [13]

– Дотримання даного принципу господарської політики в умовах перехідної економіки, припускає структурну реформу природних монополій, реструктуризацію підприємств, а також впровадження конкурсів при формуванні державних замовлень; господарську відповідальність: той, хто ухвалює оперативні рішення, повинен нести за них майнову відповідальність; незмінність економічної політики, необхідну для того, щоб дати імпульс господарській діяльності, перш за все, у сфері інвестицій [13].

Отже, ефективна взаємодія, спрямована на стійкий розвиток територій, можлива за таких умов:

– переходу бізнесу від індивідуального лобіювання своїх інтересів до так званого цивілізованого лобізму, колективних дій, спрямованих на забезпечення стійкого соціально-економічного розвитку територій;

– створення інтегрованих бізнес-груп на кшталт ФПГ, які відрізняються від останніх способом заснування – на умовах мережових взаємовідносин. Такі групи здатні утворювати замкнені інформаційні потоки, внаслідок чого виникає певний захист від впливу зовнішнього середовища. Особливо це актуально для середнього і малого бізнесу, оскільки саме їм дуже важко консолідуватися для побудови діалогової платформи з владою.

На регіональному рівні стратегії тісної взаємодії бізнесу і держави та захоплення державою бізнесу [13] ототожнюють симбіотичну модель – припущення зрощення влади і бізнесу, як правило, за наявності домінуючого гравця, але з урахуванням інтересів бізнес-груп, не представлених у владі. Голова регіону в цьому випадку дуже тісно пов'язаний з бізнесом, а результатом часто

є створення системи стійких преференцій для власного або особливо наближеного бізнесу, монополізація певних галузей економіки.

Стратегія дистанціювання бізнесу від держави на рівні регіону може бути представлена функціональною моделлю. Вона припускає взаємне дистанціювання влади і бізнесу й автономне вирішення ними своїх завдань з включенням механізму партнерських відносин при виникненні загальної необхідності.

Ліберальна модель припускає достатньо високий ступінь свободи підприємництва і невелике втручання влади в економіку. Для України вона неможлива внаслідок відсутності цілеспрямованих спроб з боку влади і слабкості самого інституту регіональної влади.

Стратегія державно-приватного партнерства (ДПП) (партнерська модель) полягає у встановленні довгострокових відносин між підприємствами, громадськими об'єднаннями, суб'єктами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування щодо вирішення важливих для суспільства соціально-економічних проблем.

До 90-х рр. ХХ ст. в Україні використовувалася стратегія тісної взаємодії бізнесу і держави, доповнена стратегіями поведінки економічних агентів (*exit i voice*). Стратегія *exit* передбачає низькі бар'єри входу і виходу із системи, *voice* – активну поведінку суб'єкта, за якої він прагне впливати на ринок з метою зміни «правил гри». Суб'єкти економічної політики широко використовували стратегію *exit*, адже конкуренція у тодішній системі була майже відсутньою. У 90-х рр. ХХ ст. в Україні за реалізації недосконалої монетарної політики уряду провідними стратегіями взаємодії були захоплення держави (державний рівень), дистанціювання бізнесу від держави («вільне підприємництво») (здебільшого регіональний рівень). Причому на рівні місцевої влади будь-якої стратегії взаємодії взагалі не було, оскільки міста не були забезпечені ніякими значущими ресурсами для розвитку бізнесу. Провідними галузями у регіонах залишались традиційні – машинобудування, металургія і т.п., у той час як увесь цивілізований світ переходив до нових технологічних укладів. Саме у цей час розпочався новий виток соціально-економічного розвитку України, який зараз дуже повільно набирає обертів. Тодішня Україна, знесилена від корупції, безладу, хаосу, розбалансованої економічної системи, почала свій власний соціально-економічний розвиток. Стратегія «вільного підприємництва» на початку 90-х рр. ХХ ст. виявлялася «відносно успішною лише тоді, коли регіон з самого початку володів певними умовами для розвитку бізнесу – у вигляді транспортної, торгової й телекомунікаційної інфраструктури, людського капіталу і т.п.» [13, с. 130].

Така форма інформаційної взаємодії як ДПП успішно використовується у Великобританії з 1992 року у формі Приватної

Фінансової Ініціативи. «Приголомшливим» і показовим результатом є зростання інвестицій за весь період існування цієї програми в 113,4 рази.

Згідно з Постановою Кабінету Міністрів України «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2015 року» [12], основними інструментами державної підтримки у напрямі партнерства є: надання субвенцій для забезпечення розвитку інфраструктури; забезпечення сприятливих умов для створення нових підприємств (у тому числі іноземних); формування державної та регіональної інфраструктури залучення інвестицій (агентств із залучення інвестицій, бюро з обслуговування інвесторів); підвищення мотивації органів місцевого самоврядування та виконавчої влади щодо створення сприятливого клімату для малого й середнього бізнесу шляхом збільшення частки податкових надходжень, що залишається в місцевих бюджетах тощо. Отже :

1. Малий бізнес має чітко виражену регіональну орієнтацію і може суттєво впливати на зміни в структурі економіки, а тому заходи з його регулювання мають стати пріоритетними в регіональній економічній політиці.

2. Економічна політика держави повинна сприяти формуванню суб'єктів ринку, що адекватно реагують на імпульси ринкового господарства.

3. Сьогодні необхідна консолідація на засадах ефективної взаємодії між великим, малим і середнім бізнесом та владними органами. Глобалізаційні перетворення у світі вказують Україні на вибір державно-приватного партнерства взаємодії малого бізнесу і влади.

4. У регіональному аспекті державно-приватне партнерство передбачає розробку регіональних планів розвитку окремих територіально-виробничих кластерів, безпосередньо регіональних планів розвитку державно-приватного партнерства.

1.7. Державна підтримка розвитку малого підприємництва

Розвиток малого підприємництва в значній мірі залежить від формування державної політики. Проте, незважаючи на те, що підтримка малого підприємництва визнана одним із пріоритетів державної політики, ці підприємства продовжують стикатися зі значними перешкодами як з боку держави, так і з боку ринкового середовища.

Підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку. В Україні

підприємництво здійснюється в будь-якій дозволеній законом організаційній формі на вибір підприємця [14, с. 35].

Відповідно до ст. 1 Закону України «Про державну підтримку малого підприємництва» суб'єктами малого підприємництва виступають:

- фізичні особи, зареєстровані у встановленому законом порядку як суб'єкти підприємницької діяльності;
- юридичні особи - суб'єкти підприємницької діяльності будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та обсяг річного валового доходу не перевищує 70 млн. грн.

В основі малого підприємництва лежить приватна власність на засоби виробництва та кінцеві результати виробничої діяльності в різних її формах і видах. Але характерною визначальною особливістю його є діалектична єдність власності, управління і контролю в особі суб'єкта підприємницької діяльності [7, с. 26].

Державна підтримка підприємництва – це створення державою сприятливих організаційних та економічних умов для розвитку підприємництва органами влади на умовах і в порядку, передбачених законом.

У більшості країн світу малому підприємству в усіх сферах господарювання належить значне місце в загальній сумі валового національного продукту, виробництві товарів та продуктів, наданні послуг, що дає змогу повніше задовольняти попит у товарах, збільшувати зайнятість, надходження грошових ресурсів до бюджету за рахунок сплати податків. Тому на сьогодні актуальним залишається питання розвитку малого підприємництва для забезпечення зростання всіх секторів економіки України.

Державна підтримка малого бізнесу повинна здійснюватись у різних формах, але в економічних умовах, що склалися в Україні, основне навантаження повинно бути покладене на часткове фінансування та надання гарантій по позиках та контрактних зобов'язаннях. Активна фінансова підтримка з боку держави ефективна лише на стадіях становлення – як окремого підприємства, так і всього цього сектора економіки, і повинна мати адресний характер. Тобто необхідно групувати суб'єктів малого бізнесу за відповідними ознаками (мікропідприємства, інноваційні підприємства, сільськогосподарські підприємства тощо) для надання фінансової допомоги кожній групі у формі, яка найбільш адекватно відповідатиме її потребам та специфіці. Програми підтримки малих підприємств повинні тісно взаємодіяти з програмами структурної перебудови економіки, адміністративної реформи як один з елементів по створенню нових робочих місць та використанню науково-

технічного та кадрового потенціалу, що звільняється в результаті здійснення зазначених програм.

Тож сьогодні в Україні спостерігається загострена суперечність між існуючим попитом з боку суб'єктів малого підприємництва щодо отримання фінансово-кредитної, організаційної, інформаційно-консультативної, науково-технічної державної підтримки і практичною недосяжністю для пересічного суб'єкта малого підприємництва отримання такої підтримки. З огляду на обмежені бюджетні кошти, державним органам слід орієнтуватися на виконання страхових, гарантійних функцій, а також створення сприятливих нормативно-правових, інформаційних умов для розвитку недержавної фінансово-кредитної інфраструктури малого підприємництва.

На період формування та становлення ринкових інститутів в Україні і для створення певної кількості малих підприємств, після чого цей сектор економіки функціонуватиме порівняно автономно, необхідна активна державна підтримка малого підприємництва.

Список використаних джерел до розділу 1

1. *Данилишин, Б.М.* Державна підтримка та податкове регулювання підприємницької діяльності в Україні [Текст] : монографія / Б.М. Данилишин, О.М. Кондрашов. – Донецьк: Юго-Восток, 2010. – 296 с.

2. *Долгопятова, Т.Г.* Малый бизнес в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.smb.ru/analitics.html?id=mb_russia&part=p2_1. - Заглавие с экрана.

3. *Ерёмченко, А.* Малое предпринимательство и современная экономика [Электронный ресурс] // Газета Поступінформ № 319 (14.01.2010 – 21.01.2010) – Режим доступу : <http://postup.org.ua/node/383>

4. *Камлик, М. І.* Економічна безпека підприємницької діяльності. Економіко-правовий аспект [Текст] : навчальний посібник / М. І. Камлик. – К.: Атіка, 2005.– 432 с.

5. *Кириченко, О. А.* Методичні основи економічної безпеки суб'єктів господарювання в трансформаційній економіці [Текст] : / О.А. Кириченко, Ю.Г. Кім // Актуальні проблеми економіки: Науковий економічний журнал. – 2008. – № 12. – С. 90-94.

6. *Лібанова, Е.М.* Людський розвиток регіонів України : аналіз та прогноз [Текст] : монографія / Ред. Е.М. Лібанова ; НАН України. Ін-т демографії та соц. дослідж. – К., 2007. – 327 с.

7. *Методи і моделі оцінювання розвитку малого бізнесу: мезо- та макрорівень* [Текст] : монографія / Т.В. Уманець, Ю.О. Ольвінська, О.В. Лукачова; за ред. Т.В. Уманець. – Донецьк: «ВІК», 2010. – 280 с.

8. Національний план дій щодо впровадження Програми економічних реформ на 2010-2014 роки «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/903/>

9. Основи споживчих знань [Текст] : навчальний посібник для вищих навчальних закладів / С.А. Вегера, А.С. Єрохіна, К.О. Максименко, Ю. Ханік-Посполітака / За ред. К.О. Максименко, О.В. Овчарук. – К.: КІС, 2008. – 192 с.

10. Плужников, И.А. Реинжиниринг концепции территориально-производственного комплекса в современных условиях России [Текст] / И.А. Плужников // Вестник ТГУ. – 2010. – Вып. 8 (88). – С. 25-29.

11. Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності : Закон України № 4114-VI від 04.11.2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://minrd.gov.ua/podatki-ta-zbori/mistsevi-podatki/ediniy-podatok/normativno-pravovi-akti/53460.html>

12. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2015 року: Постанова Кабінету Міністрів України від 21 липня 2006 р. № 1001 (з останньою редакцією від 02.12.2011 р.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?Nreg=1001-2006-%EF>. – Назва з екрану.

13. Постсоветский институционализм – 2006: Власть и бизнес [Текст] : монографія / под ред. Р.М. Нуреева. - Ростов-на-Дону: Наука-Пресс, 2006. – 512 с.

14. Програма економічних реформ на 2010 – 2014 роки «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава» [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.president.gov.ua/docs/Programa_reform_FINAL_1.pdf.

15. Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка [Текст] : підручник / С.І. Дорогунцов, Т.А. Заяць, Ю.І. Пітюренко та ін.; За заг. ред. С.І. Дорогунцова. – К. : КНЕУ, 2005. – 988 с.

16. Соколенко, С.И. Перспективы роста экономики Крыма на основе инновационных кластеров : Материалы конференции «Активизация предпринимательства и международного делового сотрудничества в АР Крым». – Симферополь: Минэконом АРК, 2009. – 108 с. - С. 26-31.

17. Статистичний збірник «Регіони України 2010» / Держ. ком. статистики України; ред. О. Г. Осауленка: в 2-х ч. – ч. II. – К.: Інформаційно-аналітичне агентство, 2010. – 808 с. – С. 314.

18. Статистичні дані Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>

Розділ 2

СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В ПРОМИСЛОВИХ РЕГІОНАХ

2.1. Підвищення ефективності діяльності малого підприємництва у Дніпропетровській області

Діяльність малого підприємництва активно підтримується як на державному, так і на місцевому рівнях. Щороку місцевими бюджетами України затверджується значна кількість цільових програм (ЦП). Формування такої програми передбачає застосування методології програмно-цільового планування (ПЦП). ПЦП вимагає наявності чітко сформульованої мети, конкретно поставлених завдань та формування оціночних показників, зокрема: продукту, витрат, ефективності і якості [13, 14].

Дослідження використання програмно-цільових методів на регіональному рівні в Україні висвітило ряд істотних недоліків. Головні розпорядники коштів адаптують ПЦП до вже існуючих методів планування й управління.

Перед формуванням програми не проводяться дослідження проблем і послідовності їх вирішення, а кошти виділяються не на конкретну мету, а на певну структуру, яка вже використовує їх на свій власній розсуд. Важко погодитися із формулюванням мети, та їх покрокові завдання носять формальний, неконкретний, непрозорий характер. Нечітке визначення мети призводить до спотворення завдань, які ні до чого не ведуть і взагалі суперечать ідеології ПЦП - фінансування цілі, а не установ.

Дослідження регіональних програм Дніпропетровської області [8] виявило, що практично у всіх програмах забезпечена наявність тільки показника витрат, який формується від досягнутого рівня і спрямований на формальні заходи, тобто системно не витікає з мети і завдань цієї програми. Інших оціночних показників просто немає. В такому разі, яким чином буде проведена оцінка досягнення мети програми? Наявні програми досить складно контролювати. Існує можливість спрямувати кошти не на реалізацію програми, а за іншим призначенням. Тому виникає необхідність використання дієвих методів щодо оцінки ефективності запровадження таких програм.

Мале підприємництво (МП) - цілком самостійна і найбільш типова форма організації економічного життя суспільства зі своїми особливостями, перевагами і недоліками, закономірностями розвитку.

З одного боку, швидке реагування МП на зміни умов функціонування робить його більш мобільним і таким, що добре адаптується, а з іншого – залежним від кон'юнктури ринку, динаміки зовнішніх соціально-економічних і політичних умов. Відносно невеликий капітал звужує рамки виробництва, обмежує можливість

залучення додаткових ресурсів (науково-технічних, фінансових, виробничих, трудових і т. ін.).

Розвиток МП суттєво стимулюють такі чинники:

- розширення сфери послуг, що надає МП;
- зменшення вартості інформаційних систем і спрощення використання останніх;
- підвищення загальноосвітнього рівня людей, здобуття досвіду роботи у великих компаніях;
- скорочення кількості змін;
- велика конкурентоспроможність за рахунок менших витрат, пов'язаних зі зниженням накладних витрат і меншими коливаннями заробітної плати.

Аналіз цих показників створює багато запитань. Для відповіді на них були побудовані економіко-статистичні моделі (ЕСМ) за допомогою електронних таблиць EXCEL.

Статистичні дані розвитку МП у Дніпропетровській області представлені в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Показники розвитку МП у Дніпропетровській області за 2000-2010 рр.

Кількість МП	2000	2001	2002	2003	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Всього, шт.	13494	15331	17001	18566	18960	19424	23441	24645	23449	23853
на 10000 населення, шт.	37	43	48	53	56	68	72	69	71	72
Рентабельність МП, %	-	-	-	-0,9	-0,6	0,3	1,3	0,2	-12,8	-4,0
Середньорічна кількість працівників на 1 МП, чол.	8	7,3	7,2	7,1	6	6	5,1	5,7	5,7	5,4
Середньомісячна ЗП на МП, грн.	190	219	268	332	436	625	814	1001	1165	1300
Частка продукції МП в обсязі реалізованої продукції, %	3,7	3,9	4,1	4,5	3,2	15,6	15,2	13,2	14,1	11,5

Складено за [10]

Використання стохастичних моделей для вирішення питань, щодо розвитку малих підприємств, означає якісно вищий рівень володіння процесами дійсності.

Процес побудови моделі зв'язку між факторами, що нас цікавлять, складається з таких етапів:

- постановка завдання;
- розробка його формальної схеми;
- формалізація завдання;
- побудова моделі статистичного, лінійного зв'язку між показником y та фактором x :

$$y = a_0 + a_1 x_1,$$

де a_0 і a_1 – невідомі параметри регресії, що мають бути оцінені.

Чому збільшення кількості малих підприємств призводить до зменшення чисельності працюючих на 1 підприємство (адже малим в Україні вважається підприємство з чисельністю до 50 чел.)?

Для відповіді на це питання було зроблено припущення, що це пов'язано з появою великої кількості підприємств з малою чисельністю персоналу (директор, бухгалтер), і все стало на свої місця. У цьому разі виникає «розбавлення» нормальних (тих, які щось виробляють) МП з двома працюючими. Підприємства з малою кількістю працюючих можуть бути організовані при структурах, що надають фінансові послуги (наприклад, видача готівки).

Це припущення може бути підтверджено зв'язком між кількістю МП і фінансовою активністю. У якості показника, що може характеризувати фінансову активність, було використано динаміку прибутків банківської системи України.

Дані для аналізу зв'язку між кількістю МП і прибутками банківської системи представлено у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Прибутки банківської системи України за 2000-2010 рр.

№ з/п	Рік	2000	2001	2002	2003	2004	2005
1	Прибутки банківської системи України, тис. грн.	-30	530	683	827	1261	2166
2	Кількість МП в Україні, одиниць	217930	233607	253791	272741	283398	295109
№ з/п	Рік	2006	2007	2008	2009	2010	
1	Прибутки банківської системи України, тис. грн.	4110	6 451	8 386	-9438	-13000	
2	Кількість МП в Україні, одиниць	307398	324000	333883	348245	361488	

Складено та розраховано за [8].

Отримані результати свідчать про щільний зв'язок між банківською активністю і кількістю МП (коефіцієнти детермінації – 0,78),

що підтверджує наше припущення. Таким чином, доки банки будуть займатися переведенням коштів у готівку, чисельність працюючих на одному підприємстві буде скорочуватись, а більшість підприємств буде займатися фінансовою діяльністю, декларувати останню у галузі торгівлі, посередництві, інколи сільському господарстві або будівництві. Чому в цих галузях? Бо у них простіше приховувати доходи від оподаткування.

Динаміка частки продукції МП в обсязі всієї промислової продукції та рентабельності представлена на рис. 2.1.

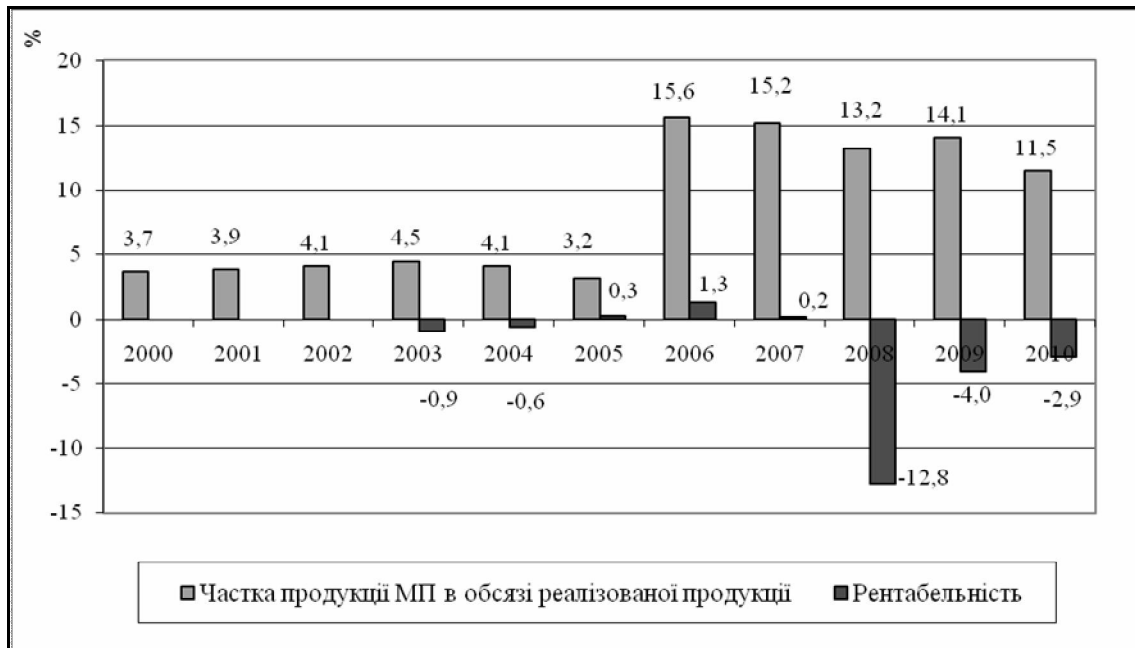


Рис. 2.1. Динаміка частки продукції МП в обсязі реалізованої продукції та рентабельності за 2000-2010 рр.

Навіщо збільшувати кількість підприємств, коли нема результатів їхньої діяльності: рентабельність відсутня, а частка продукції МП у обсязі реалізованої промислової продукції має тенденцію до зменшення.

Розглянемо, як співвідносяться заробітна плата на 1 МП у Дніпропетровській області з середньорічною заробітною платою по Україні та рівнем прожиткового мінімуму (табл. 2.3).

Як можуть працювати робітники із середньомісячною заробітною платою, що менша за прожитковий мінімум? Лише з 2005 р. ЗП стала вищою за мінімум. Але все одно на МП заробітна плата нижча за середньомісячну заробітну плату по області. Якщо вірити статистичній інформації, ця тенденція зберігається і донині. Який сенс відкривати підприємство «на свій страх і ризик»?

Таблиця 2.3

Динаміка середньомісячної заробітної плати на МП і прожиткового мінімуму у Дніпропетровській області за 2001-2010 рр.

Рік	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Прожитковий мінімум, грн.	311	342	342	362	423	463	516	608	744	875
Середньомісяч на ЗП на МП в обл., грн.	190	219	268	332	436	625	814	1 001	1 165	1 300
Середньомісяч на ЗП по області, грн.	370	438	526	667	913	1 139	1 455	1 866	1 962	2 654

Складено та розраховано за [10]

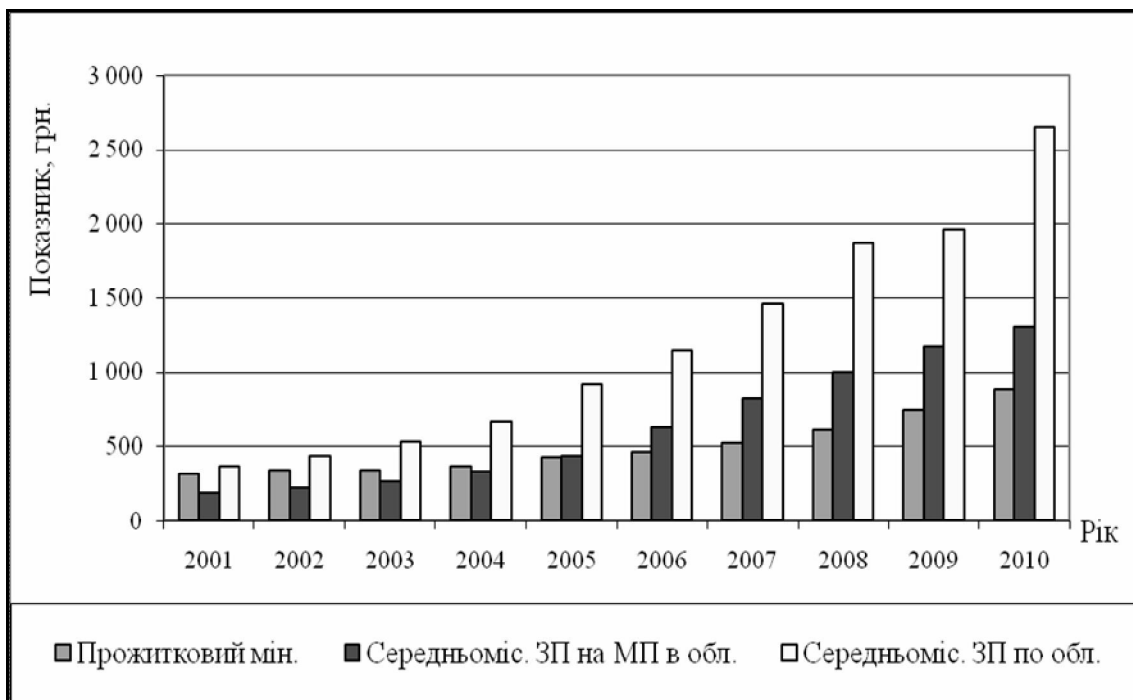


Рис. 2.2. Динаміка прожиткового мінімуму, середньомісячної заробітної плати на МП та по області

Логічно передбачити, що зростання кількості МП приведе до зростання їх внеску в обсяг реалізованої продукції. Для підтвердження чи скасування цієї тези були побудовані моделі залежності між кількістю МП на 10000 чол. населення Дніпропетровської області і частиною реалізованої продукції цими підприємствами (рис. 2.3).

Зворотній зв'язок між кількістю МП і часткою продукції в обсязі реалізованої продукції по Дніпропетровській області суперечить логіці. Тому потрібно було провести подальші дослідження цього факту.

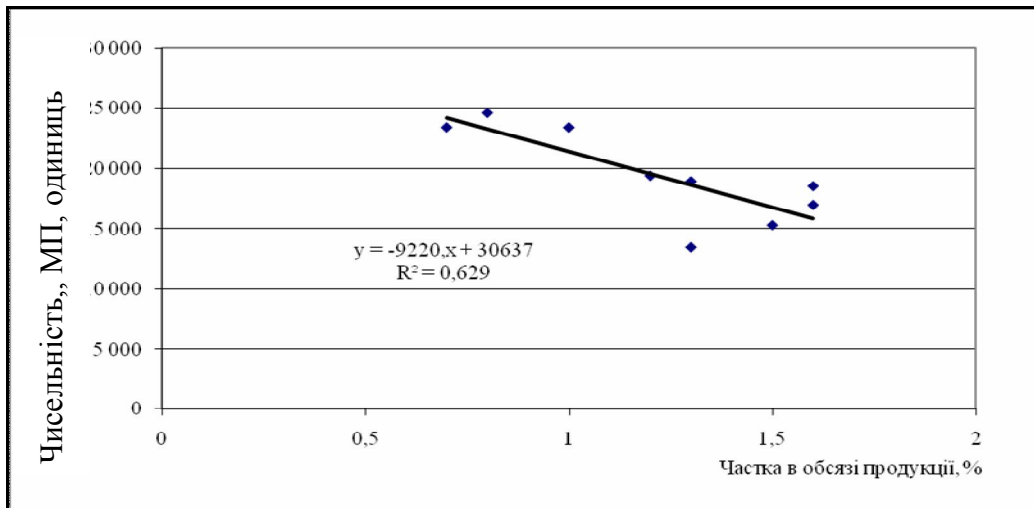


Рис. 2.3. Зв'язок між часткою реалізованої продукції МП

Для проведення досліджень були розроблені моделі залежності кількості МП по різних галузях промисловості і часткою продукції цих підприємств в обсязі реалізованої продукції. Зв'язок між часткою продукції МП легкої промисловості і її кількістю відображений на рис. 2.4.

Коефіцієнт множеної детермінації $R^2 = 0,92$ свідчить про суттєвий зв'язок між часткою продукції МП легкої промисловості в обсязі реалізованої продукції Дніпропетровської області і її кількістю.

Проаналізуємо залежність між кількістю МП, що виробляють машини та устаткування й обсягом реалізованої ними продукції.

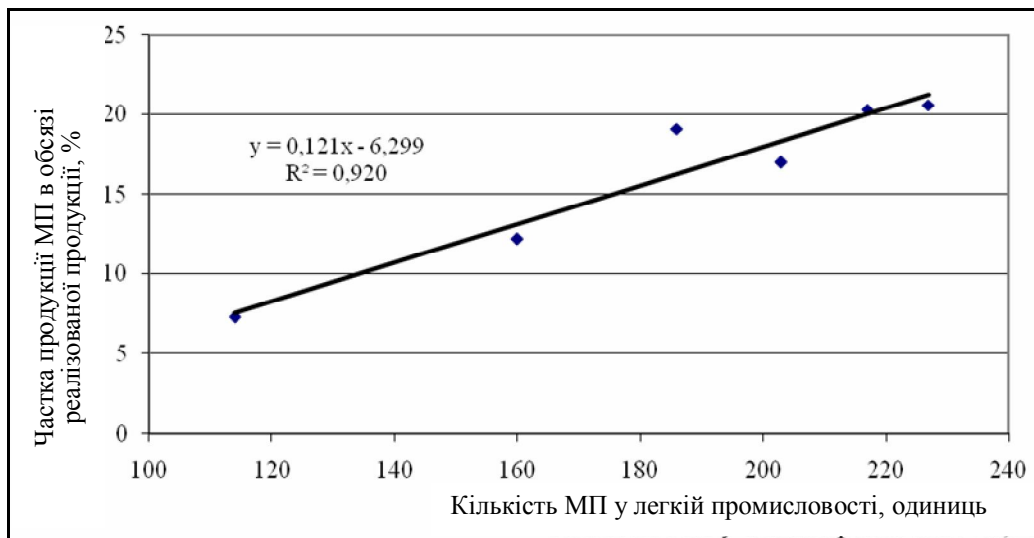


Рис. 2.4. Зв'язок між часткою реалізованої продукції МП у легкій промисловості і кількістю МП

Коефіцієнт детермінації $R^2 = 0,73$ свідчить про суттєвий зв'язок між часткою продукції МП, що виробляють машини й устаткування, і їх кількістю.

Таким чином, усі галузі, в яких функціонує МП, підтримуються за рахунок функціонування регіональних програм, що згідно з [15] функціонують на засадах програмно-цільового планування.

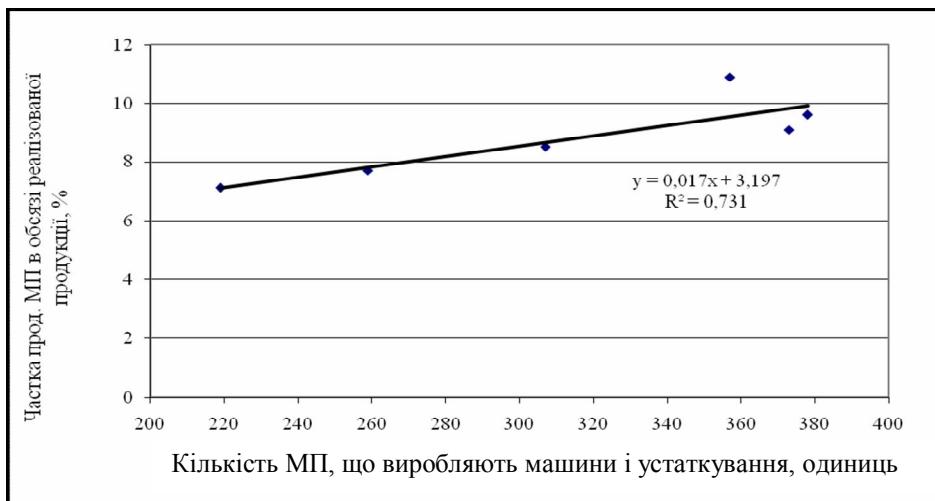


Рис. 2.5. Зв'язок між часткою реалізованої продукції МП, що виробляють машини й устаткування, і їх кількістю

Особливості програмно-цілевих методів далеко не завжди знаходять своє відображення у програмах. Яскраво демонструє це «Програма розвитку малого підприємництва у Дніпропетровській області на 2011 – 2012 рр.» [16]. Взагалі цільова програма повинна включати мету, завдання, показники оцінки.

Як відомо, мета має коротко, чітко, зрозуміло відображати основний зміст. Цей підхід розкрито у методиці SMART [15]. Однак, оскільки при застосуванні ПЦП мета декомпозується на конкретні завдання, підходи до її визначення відрізняються від запропонованих у методиці SMART. Аналіз спільних і відмінних рис визначення мети при застосуванні ПЦП і методики SMART представлено в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Аналіз спільних і відмінних рис визначення мети при застосуванні ПЦП і методики SMART

Критерій	Особливості встановлення мети		Причини відмінності
	у ПЦП	При застосуванні SMART	
1	Може бути неконкретна і тільки визначити напрям руху	Конкретна (включає одиниці виміру)	Згідно з ПЦП застосовується системний підхід. Мета декомпозується на завдання і показники оцінки, які і забезпечують виконання завдань з конкретизації
2	Може бути якісною (не вимірюваною)	Вимірювана	Згідно з ПЦП для вимірювання використовуються показники

1	2	3	4
3	Досяжна	Досяжна	Відмінностей немає
4	Реалістична	Реалістична	Згідно з ПЦП мета повинна бути амбітною. Реалістичність досягається за допомогою декомпозиції мети на завдання
5	Невизначена в часі	Визначена у часі	Визначеність у часі досягається декомпозицією на завдання

До визначення мети бракує системного підходу в «Програмі розвитку малого підприємництва у Дніпропетровській області на 2011 – 2012 рр.» (надалі Програма). Нечітке визначення мети призводить до спотворення завдань, які ні до чого не призводять і взагалі суперечать ідеології ПЦП (фінансування цілі), а не установ (наприклад, завдання Програми 1, 3. (табл. 2.5).

Програми повинні мати такі показники оцінки:

- показники витрат (ресурсів) визначають обсяги та структуру ресурсів, що забезпечують виконання бюджетної програми;
- показники продукту (обсяг виконаних робіт) використовуються для оцінки досягнення поставлених цілей;
- показники ефективності (рентабельності) визначають вартість (у грошах або робочих годинах) одиниці продукції, витрати ресурсів на одиницю показника продукту.

Таблиця 2.5

Рекомендації щодо формулювання мети і завдань Програми розвитку малого підприємництва у Дніпропетровській області на 2011 – 2012 рр.

Мета	
Сформульована у програмі	Рекомендоване формулювання
Метою Програми є створення належних умов для реалізації конституційного права мешканців області на підприємницьку діяльність, підвищення добробуту громадян Дніпропетровщини шляхом розвитку малого і середнього бізнесу та сприяння насиченню регіонального ринку високоякісними товарами й послугами від діяльності підприємництва, а також спрямування дій місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, суб'єктів господарювання, громадських об'єднань підприємців, установ ринкової інфраструктури на розв'язання актуальних проблем, що стримують розвиток приватної ініціативи, та формування і впровадження ефективної державно-громадської системи підтримки й захисту підприємництва	Підвищення ефективності МП у Дніпропетровській області

1	2
Завдання	
Сформульовані у програмі завдання	Рекомендовані завдання
1. Упорядкування нормативного регулювання підприємницької діяльності. 2. Фінансово-кредитна та інвестиційна підтримка. 3. Ресурсне та інформаційне забезпечення, формування інфраструктури підтримки підприємства. 4. Цільові проекти і підпрограми	1. Запровадити механізм гнучкого оподаткування для МП (виходячи з галузі, де започатковано МП). 2. Запровадити механізм отримання МП кредитів на вигідних умовах. 3. Запровадити стимули для МП, які працюють у наукомістких секторах економіки

Слід наголосити, що головним показником виступає показник якості, тільки він є тим індикатором відповіді на питання – чи досягнута мета?

Затверджені і рекомендовані показники якості програми розвитку малого підприємництва (МП) у Дніпропетровській області на 2011 – 2012 рр. представлено у табл. 2.6.

Аналізуючи затверджені показники, можна стверджувати, що 1-3,5,6 не відповідають вимогам до формулювання якісних показників. Останній показник (13) взагалі носить характер лозунгу.

Таблиця 2.6

Показники якості програми розвитку МП

Затверджені	Рекомендовані
Збільшення: 1. Кількості малих підприємств на 3,0%. 2. Чисельності працюючих на 2,8%. 3. Фізичних осіб-підприємців на 1,0%. 4. Частки прибуткових підприємств до 65,2%. 5. Кількості об'єктів інфраструктури підтримки підприємництва в середньому на 1%. 6. Чисельності висококваліфікованих фахівців серед суб'єктів господарювання. 7. Прискорення розвитку підприємництва та підвищення його конкурентоспроможності.	1. Частка продукції МП в обсязі реалізованої регіоном продукції, %. 2. Рівень зайнятості населення, %. 3. Рівень безробіття, %. 4. Часта наукоємних підприємств у загальній кількості, %. 5. Частка підприємців, задоволених створеними умовами розвитку МП, %.

Статистична звітність за показниками 5-7 взагалі не ведеться. Серед затверджених показників якісним є тільки частка прибуткових підприємств (%). Але цей показник, на наш погляд, не є об'єктивним,

оскільки МП зацікавлене у зменшенні податку на прибуток. Аналізуючи статистичну звітність розвитку МП, можна бачити, що більшість із них є збитковими, тоді виникає питання – навіщо вони працюють?

Рекомендовані показники повністю відповідають вимогам ПЦП до якісних показників і їх можна отримати з офіційної статистичної звітності. Але, використання рекомендованих показників, теж не завжди робить можливим здійснення об'єктивної оцінки ефективності досягнення мети програми, що є наслідком суттєвого коливання економічних і соціальних показників у часі. В такому разі висновок буде залежати від того, на мінімум чи максимум коливання якісного показника прийдеться оцінка. Прикладом є коливання якісного показника - частки продукції МП в обсязі реалізованої регіоном продукції (%) (табл. 2.7).

Аналізуючи наведену статистичну інформацію, можна констатувати значну зміну величини показника у 2006 р., що є наслідком набуття чинності Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань регулювання підприємницької діяльності» від 18.09.08 № 523–VI.

Таблиця 2.7

Динаміка частки продукції МП в обсязі реалізованої регіоном продукції, %

Рік	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Значення показника	3,7	3,9	4,1	4,5	3,5	3,2	15,6	15,2	13,2	14,1	11,5

Значущість зміни показників було розраховано за допомогою U-критерію Мана–Уїтні. Він дозволяє оцінити розбіжності між двома малими вибірками, коли $n_1, n_2 \geq 3$ або $n_1=2, n_2 \geq 5$. Результати розрахунків U-критерію Мана–Уїтні за допомогою електронних таблиць EXCEL наведено в табл. 2.8.

Таблиця 2.8

Результати розрахунків U-критерію Мана–Уїтні

№ з/п	2000 - 2005	Ранг 1	2006 - 2010	Ранг 2
1	3,7	3	15.6	11
2	3,9	4	15.2	10
3	4,1	5	13.2	8
4	4,5	6	14.1	9
5	3,5	2	11.5	7
6	3,2	1		
Суми:		21		45

Результат: $U_{\text{Емп}} = 0$. Емпіричне значення критерію $U_{\text{Емп}}$ (0) перебуває у зоні значущості, тому розбіжності у показниках суттєві і достовірні.

Здійснити більш точну оцінку програми можливо за допомогою побудови економіко-математичної моделі (ЕММ) зв'язку якісного показника частки продукції МП в обсязі реалізованої регіоном продукції (%) та її кількості. Проблема вивчення взаємозв'язків економічних показників є однією з найважливіших в економічному аналізі і може бути реалізована за допомогою електронних таблиць EXCEL. Використані дані для розрахунків наведено у табл. 2.9 [10].

Таблиця 2.9

Дані для розрахунків

Рік	Кількість МП на 10 тис. населення, од.	Частки продукції МП в обсязі реалізованої регіоном продукції, %
2000	37	3,7
2001	43	3,9
2002	48	4,1
2003	53	4,5
2004	54	3,5
2005	56	3,2
2006	68	15,6
2007	72	15,2
2008	69	13,2
2009	71	14,1
2010	56	11,5

На основі наведених даних були побудовані дві ЕСМ, які характеризують зв'язок показників до і після зміни законодавства. Оцінку параметрів моделей представлено в таблиці 2.10.

Таблиця 2.10

Оцінка параметрів моделей

До зміни законодавства		Після зміни законодавства	
$a_1 = -0,00946$	$a_0 = 4,275572$	$b_1 = 0,203717$	$b_0 = 0,230216$
$Sa_1 = 0,030824$	$Sa_0 = 1,509153$	$Sb_1 = 0,088798$	$Sb_0 = 5,989225$
$R^2 = 0,023016$	$S = 0,506015$	$R^2 = 0,636944$	$S = 1,146836$
$F = 0,094231$	$df = 4$	$F = 5,263182$	$df = 3$
$Ssreg = 0,024128$	$Ssresid = 1,024205$	$Ssreg = 6,922305$	$Ssresid = 3,945695$

Адекватність моделей було перевірено за допомогою критерію Фішера. Порівнюючи табличне значення критерію з фактично отриманим, можна констатувати, що моделі неадекватні (при допустимій помилці 0,05).

Для першої моделі $F_{\text{Табл}}=7,7 > F_{\text{Факт}}=0,09$. Для другої моделі $F_{\text{Табл}}=10,12 > F_{\text{Факт}}=5,2$. Можна зробити висновок про відсутність зв'язку між показниками, а також про неефективність програм розвитку МП у Дніпропетровській області.

2.2. Стан та тенденції розвитку малого підприємництва в Донецькій області

Підтримка малого підприємництва Донецької області здійснюється згідно з нормами Регіональної програми підтримки малого підприємництва в Донецькій області на 2011 - 2012 рр. [18] (далі - Програма). При її створенні була врахована економічна специфіка регіону, зокрема – висока концентрація промислового виробництва та залежність регіону від стану великих містоутворюючих підприємств. Пріоритетними завданнями Програми, зокрема, є такі:

- стимулювання інвестиційної та інноваційної активності у сфері малого підприємництва;
- формування соціальних замовлень громад з метою залучення інвестицій;
- участь малого бізнесу в національних та регіональних проєктах.

Обсяги коштів, заплановані на реалізацію Програми упродовж 2011 – 2012 рр., складають 21,0 млн. грн., у тому числі кошти обласного бюджету – 4,3 млн. грн., кошти бюджетів міст та районів – 2,0 млн. грн. Решта фінансування запланована за рахунок коштів Українського державного фонду підтримки селянських (фермерських) господарств.

Результативність як програм підтримки, так і діяльності підприємницького сектору на рівні суб'єктів господарювання може бути забезпечена лише за умови здійснення ретельного аналізу стану та тенденцій розвитку малого підприємництва регіону, що у цій роботі здійснено шляхом реалізації таких етапів:

- виявлення ролі Донецької області у формуванні та розвитку малого підприємництва в межах України;
- порівняння показників діяльності малих, середніх та великих підприємств Донецької області;
- зіставлення показників діяльності суб'єктів малого підприємництва – фізичних та юридичних осіб;
- аналіз основних показників діяльності малих підприємств Донецької області;
- комплексний аналіз рівня розвитку малого підприємництва у розрізі видів діяльності та міст області;
- виявлення тенденцій розвитку інвестиційної діяльності малого підприємництва.

Особливу увагу у процесі дослідження приділено юридичним особам, оскільки організаційна форма підприємства є більш високим

ступенем розвитку порівняно із організаційною формою суб'єкта підприємницької діяльності – фізичної особи.

Комплексний аналіз рівня розвитку малого підприємництва проведено шляхом рейтингового оцінювання стану регіонів України, видів економічної діяльності та міст Донецької області. У якості інформаційної бази для аналізу використано виключно офіційно оприлюднену статистичну інформацію, що певною мірою спричиняє суб'єктивність результатів оцінювання. Втім результати комплексного рейтингового оцінювання дозволяють дослідити загальні тенденції розвитку малого підприємництва у поточних умовах.

Донецька область є індустріально розвиненим регіоном України, у якому сконцентрована значна кількість великих промислових підприємств. Тому особливістю формування малого бізнесу регіону є тісна співпраця малого підприємництва із великим і середнім бізнесом та суттєва економічна залежність від нього. Втім, зважаючи на об'єктивну необхідність малого підприємництва в умовах ринкової економіки, у 2010 р. кількість працівників, зайнятих у сфері малого підприємництва, склала 400,4 тис. осіб, що відповідає 8,1 % загальної кількості зайнятих працівників малого підприємництва у цілому по Україні [2, с. 26].

Малими підприємствами, кількість яких складає 92% загальної кількості підприємств області, у 2010 р. сформовано 7,6% загального обсягу реалізації регіону. Для порівняння, аналогічні показники у цілому по Україні складають відповідно – 92,9% та 14,2%. Причиною такого дисбалансу є історично сформована висока концентрація великих промислових підприємств на території регіону.

Незважаючи на незначні показники обсягів реалізації малих підприємств, у Донецькій області упродовж 2006 – 2010 рр. спостерігається перевищення середньомісячної заробітної плати працівників малого підприємництва порівняно із середніми показниками по Україні. У 2010 р. таке перевищення склало 2,4% (1280,46 грн. у Донецькій області порівняно із 1249,88 грн. у середньому по Україні). Слід зазначити, що показники середньомісячної заробітної плати як по Україні, так і по Донецькому регіону, є доволі близькими до встановлених розмірів мінімальної заробітної плати. Це свідчить, з одного боку, про нестачу коштів на малих підприємствах для належного фінансування оплати праці. З іншого боку, наближення зафіксованих у звітності малих підприємств показників оплати праці до мінімальної заробітної плати може бути результатом неповного відображення оборотів в обліку та звітності й приховування малими підприємствами частки доходу від оподаткування та декларування.

Донецька область, як найбільш густонаселений регіон України, формує суттєвий вплив на стан та розвиток малого підприємництва в Україні. Для виявлення ролі Донецької області у формуванні сектору малого підприємництва здійснено рейтингове оцінювання регіонів. У якості інформаційної бази для складання рейтингів використано оприлюднену статистичну інформацію (усього – 33 показника) щодо розвитку малого підприємництва, зокрема: зайнятість на

малих підприємствах, фонд оплати праці, обсяги реалізації, валові капітальні інвестиції, фінансовий результат тощо.

Значення рейтингового показника оцінено методом відстаней за формулою:

$$R_j = \sqrt{\sum_{i=1}^n (1 - X_{ij})^2}, \quad (2.1)$$

де n – кількість досліджуваних показників;

X_{sj} – стандартизований показник j -го регіону [1; 20].

Стандартизація показників позитивного впливу проводилась шляхом ділення значення досліджуваного i -го показника для j -го регіону на максимальне значення досліджуваного показника. Для показників негативного впливу стандартизацію здійснено шляхом ділення мінімального значення досліджуваного показника на значення досліджуваного i -го показника для j -го регіону. Усі показники, використані у процесі рейтингового оцінювання регіонів, мають додатні значення.

Виявлено, що у 2010 р. Донецька область посідала 6 місце серед регіонів України за станом розвитку малого підприємництва (рис. 2.6).

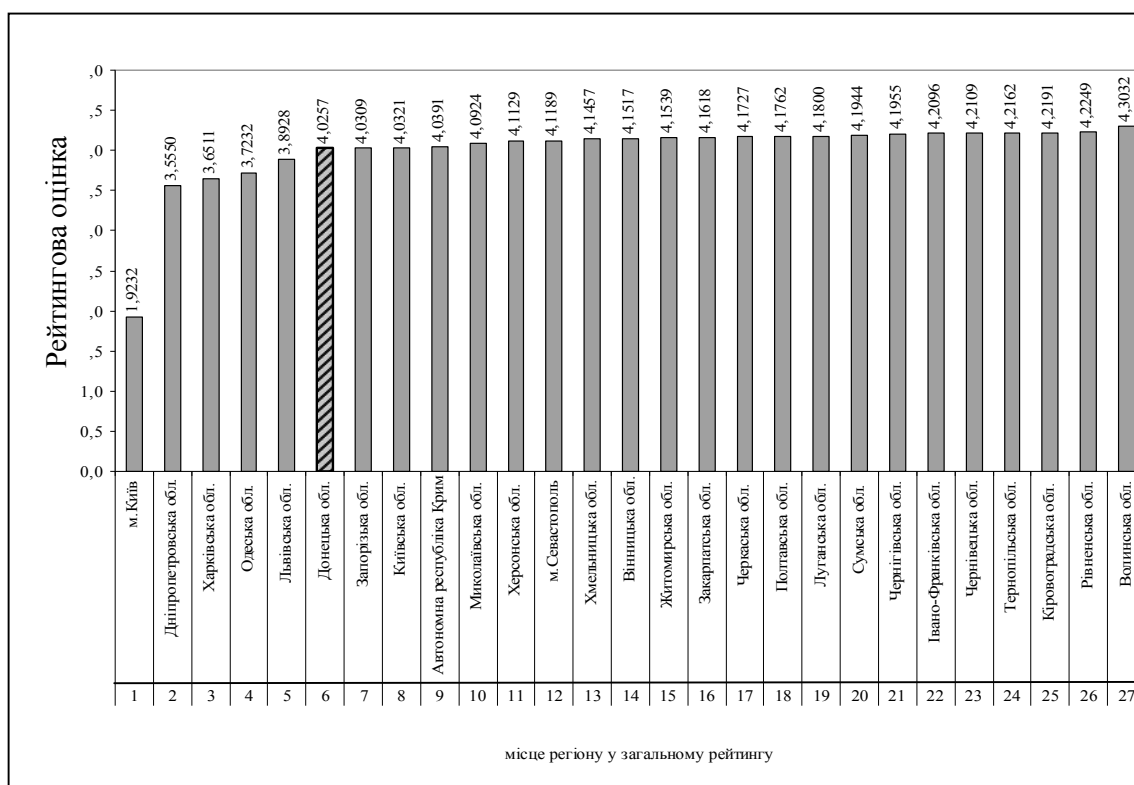


Рис. 2.6. Роль Донецької області у формуванні сектору малого підприємництва України у 2010 р. (розраховано за даними оприлюдненої статистичної інформації щодо розвитку малого підприємництва)

Рейтингове оцінювання регіонів проведено двічі: з урахуванням та без урахування показників інвестиційної діяльності малих підприємств. Порівняння результатів оцінювання дозволило виявити регіони, на рейтингову оцінку яких суттєво впливає інвестиційна активність суб'єктів малого підприємництва. Виявлено, що у Донецькій області показники інвестиційної діяльності формують більш суттєвий позитивний вплив на загальну рейтингову оцінку, ніж у інших регіонах: зазначений регіон посідає 6 місце загального рейтингу з урахуванням показників інвестиційної діяльності та лише 15 місце – без їх урахування.

На формування рейтингової оцінки вплинули, зокрема, показники інвестиційної діяльності малих підприємств – валові капітальні інвестиції та витрати на інформатизацію. У результаті оцінювання інвестиційної діяльності малих підприємств виявлено падіння показників Донецької області з 3 місця у 2008 р. до 6 місця у 2010 р. Така тенденція зумовлена, передусім, впливом кризових явищ на діяльність та фінансові можливості малих підприємств області.

Дослідження тенденцій розвитку малого підприємництва Донецької області потребує більш детального аналізу ролі малих підприємств регіону у формуванні основних економічних показників порівняно із представниками великого та середнього бізнесу (рис. 2.7).

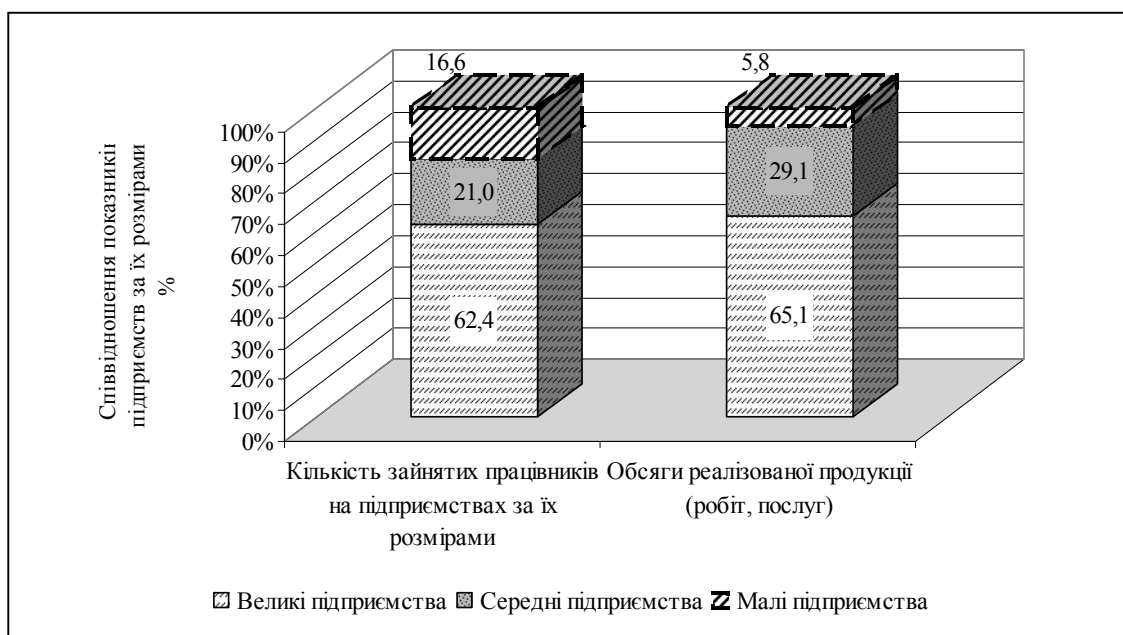


Рис. 2.7 Роль малих підприємств Донецької області у формуванні зайнятості населення та обсягів реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) у 2011 р., % (за показниками [20])

Кількість працівників, зайнятих на малих підприємствах Донецької області, склала 16,6% до загальної кількості зайнятих працівників. Найбільша зайнятість (69,4% та 60,8%) спостерігалась на малих

підприємствах освіти та охорони здоров'я [9]. Втім у зазначених сферах діяльності великі підприємства у Донецькій області відсутні взагалі. На підприємствах промисловості у 2011 р. було зайнято 4,7%, будівництва – 35,1%, сільського господарства – 24,5% загальної кількості зайнятих працівників відповідного виду діяльності.

Упродовж 2011 р. малими підприємствами Донецької області, які склали 93% загальної кількості підприємств, сформовано 5,8% обсягу реалізації. Найвищі показники реалізації створено підприємствами освіти (67,9%), охорони здоров'я (50,7%), надання комунальних послуг (26,9%). У виробничій сфері господарювання сформовано такі обсяги реалізації: малими підприємствами промисловості – 1,6%, будівництва – 16,2% загального обсягу реалізації відповідного виду діяльності [20]. Найбільші обсяги реалізації у виробничій сфері сформовані великими підприємствами промисловості (91,8%) та будівництва (49,5%). Доволі значний обсяг реалізації (20,9% загального обсягу) створено малими підприємствами, зайнятими у операціях інжинірингу та надання послуг підприємцям. Це зумовлено тим, що суттєва частка малих підприємств області зайняті у сфері обслуговування великого та середнього бізнесу.

Розподіл сектору малого підприємництва Донецької області на фізичні та юридичні особи упродовж 2006-2010 рр. є доволі однорідним. Середні показники зайнятості працівників та обсягів реалізації суб'єктів малого підприємництва у аспекті їх розподілу на фізичні та юридичні особи представлено на рис. 2.8.

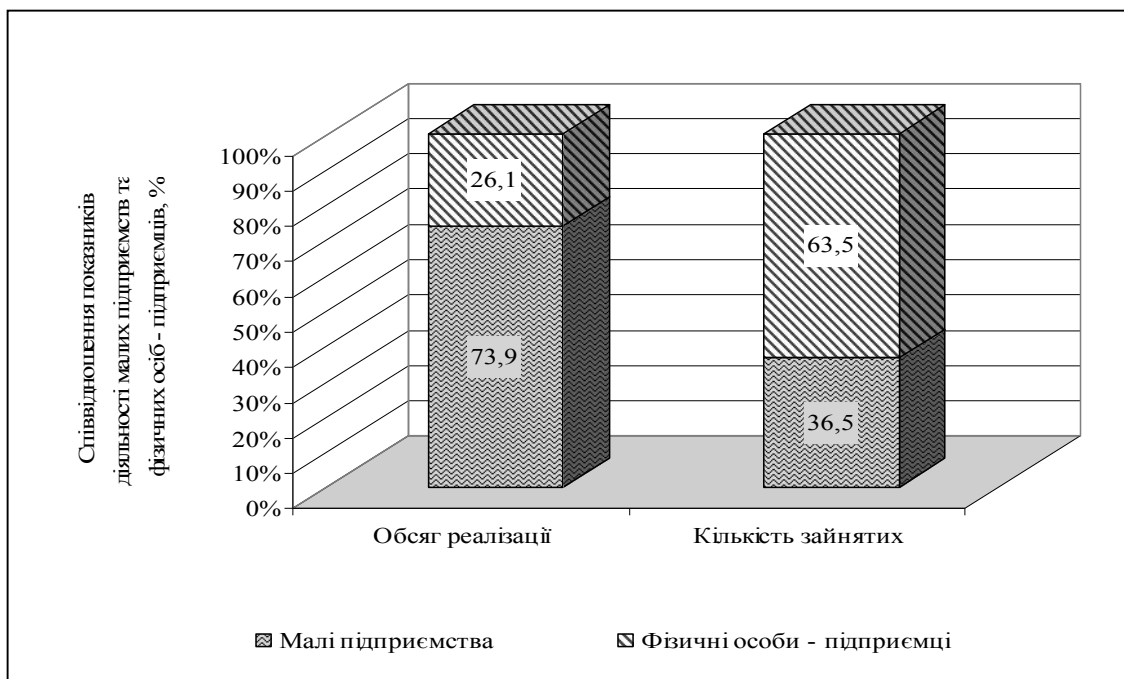


Рис. 2.8. Розподіл обсягів реалізації та кількості зайнятих працівників між малими підприємствами та фізичними особами – підприємцями Донецької області за 2006 – 2010 рр., %.

(розраховано за показниками [2, с. 41])

Більшість населення, зайнятого у секторі малого підприємництва Донецької області (у середньому - 63,5%), працює у сфері діяльності фізичних осіб – підприємців. Це може бути зумовлено більш зручними умовами застосування спрощеної системи оподаткування та обліку для фізичних осіб порівняно із юридичними особами – малими підприємствами. Втім обсяги реалізації, створені фізичними особами, є суттєво меншими порівняно із показниками малих підприємств. Останніми упродовж 2006-2010 рр. створено близько 74% загальних обсягів реалізації суб'єктів малого підприємництва, що пов'язано з більш високим рівнем розвитку юридичних осіб порівняно із організаційною формою фізичної особи.

Більш детальний аналіз діяльності суб'єктів малого підприємництва Донецької області проведено в аспекті дослідження показників діяльності малих підприємств, оскільки ними створені значно більші обсяги реалізації, ніж фізичними особами – підприємцями.

Фінансовий результат діяльності малих підприємств області упродовж 2009 – 2011 рр. набуває від'ємних значень (рис. 2.9).

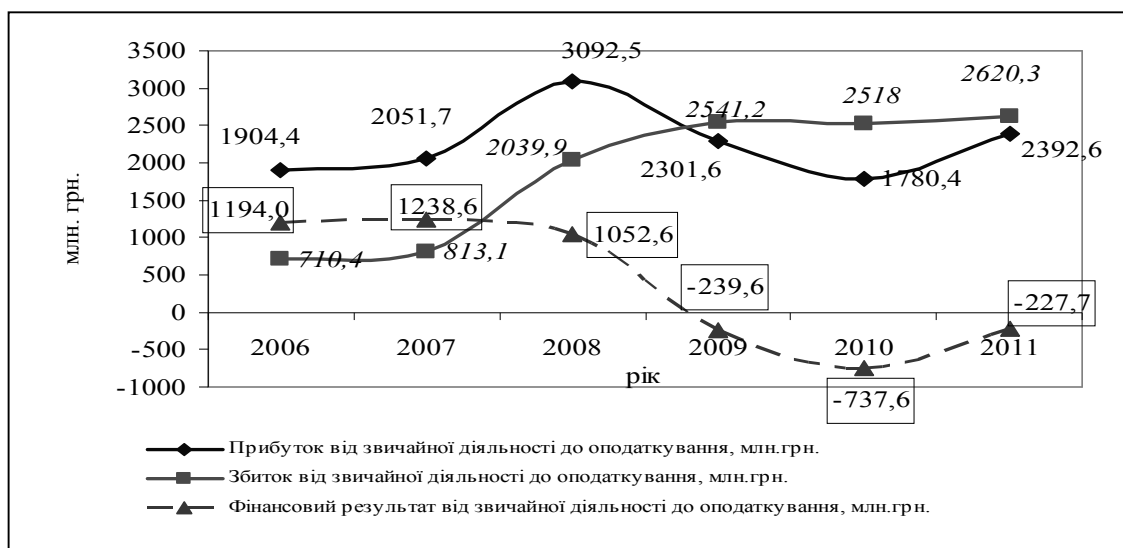


Рис. 2.9. Фінансовий результат малих підприємств Донецької області за 2006 – 2011 рр. (за показниками [20])

За період 2008 – 2010 рр. спостерігається скорочення прибутку, отриманого малими підприємствами на 42,4% з 3092,5 млн. грн. у 2008 р. до 1780,4 млн. грн. у 2010 р. Збільшення збитків за той самий період склало 23,4%. Негативні тенденції формування фінансових результатів малих підприємств пов'язані передусім зі значною залежністю суб'єктів малого підприємництва від мінливих зовнішніх умов, зокрема – від загальнооекономічної кризи останніх років. У 2011 р. спостерігається скорочення збитків до 277,7 млн. грн., що свідчить про поступове подолання малими підприємствами впливу кризових явищ.

Темпи приросту середньомісячної заробітної плати працівників малих підприємств упродовж 2006 – 2011 рр. перевищують темпи

приросту обсягів реалізації (рис. 2.10). Це можна пояснити загальним низьким рівнем оплати праці на малих підприємствах та наближенням середньомісячної заробітної плати працівників до рівня мінімальної заробітної плати.

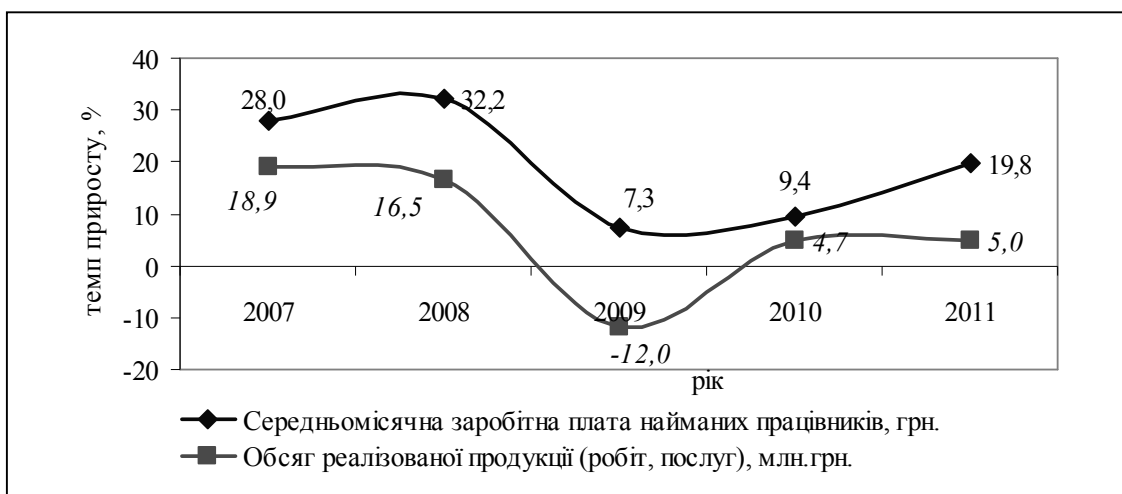


Рис. 2.10. Темп приросту середньомісячної заробітної плати та обсягів реалізації малих підприємств за 2007-2011 рр., % до попереднього року.

Позитивною тенденцією є зростання рівня досліджуваних показників заробітної плати у 2011 р.: середньомісячна заробітна плата збільшилась на 19,8 %, обсяг реалізації - на 5% порівняно із попереднім роком.

Донецька область є індустріальним регіоном. Втім суб'єкти малого підприємництва області зайняті як у виробничих, так і у невиробничих сферах господарювання. Для виявлення найбільш розвинених та проблемних видів економічної діяльності здійснено їх рейтингове оцінювання за 2008-2010 рр. за такими показниками:

- кількість зайнятих працівників;
- кількість найманих працівників;
- обсяг реалізованої продукції;
- частка кількості найманих працівників малих підприємств у загальній кількості найманих працівників;
- середньомісячна заробітна плата найманих працівників;
- валові капітальні інвестиції;
- обсяг отриманого прибутку;
- обсяг отриманого збитку (показник негативного впливу).

Рейтингове оцінювання виконано методом відстаней. Ранжирування видів економічної діяльності здійснено у порядку зростання рейтингової оцінки: найвищий ранг мають види діяльності із найнижчим значенням рейтингової оцінки.

Види економічної діяльності малих підприємств Донецької області за рівнем рейтингової оцінки умовно поділено на три групи з рівними

інтервалами. До першої групи, яка характеризується найліпшим станом розвитку малого підприємництва, увійшли види діяльності із найменшою рейтинговою оцінкою. Друга група ілюструє середній рівень розвитку, третя група сформована видами діяльності з найвищою рейтинговою оцінкою, що відповідає найгіршому рівню розвитку малого підприємництва (табл. 2.11).

Таблиця 2.11

Групування видів економічної діяльності за станом розвитку малого підприємництва Донецької області залежно від результатів рейтингового оцінювання (за даними 2010 р.)

№ групи	Інтервал групування (рейтингові оцінки)	Місця рейтингу	Види економічної діяльності
1	1,6759 – 2,1388	1 – 2	Торгівля; операції з нерухомим майном, інжиніринг, послуги підприємцям
2	2,1389 – 2,6019	3 – 4	Промисловість; будівництво
3	2,6020 – 3,0651	5 – 11	Освіта; діяльність транспорту та зв'язку; сільське господарство; фінансова діяльність; комунальні послуги, культура і спорт; охорона здоров'я, діяльність готелів та ресторанів

Результати рейтингового оцінювання і ранжирування видів економічної діяльності малих підприємств Донецької області за 2008 – 2010 рр. наведено у табл. 2.7 та на рис. 2.12.

Таблиця 2.12

Узагальнення результатів рейтингового оцінювання розвитку малого підприємництва Донецької області за видами економічної діяльності

Вид економічної діяльності	2008		2009		2010	
	рейтинг	ранг	рейтинг	ранг	рейтинг	ранг
Сільське господарство	2,4444	11	2,340832	7	2,8447	7
Промисловість	2,1183	4	1,992656	4	2,4875	3
Будівництво	1,8222	3	1,814646	3	2,5441	4
Торгівля	0,6792	1	0,395751	1	1,7616	2
Діяльність готелів та ресторанів	2,1721	5	2,3596	8	3,0651	11
Діяльність транспорту та зв'язку	2,3904	7	2,299511	6	2,8409	6
Фінансова діяльність	2,443	10	2,398232	9	2,9615	8
Операції з нерухомим майном, інжиніринг	1,2853	2	0,91042	2	1,6759	1
Освіта	2,4381	8	2,420511	11	2,8045	5
Охорона здоров'я	2,4399	9	2,410725	10	3,0373	10
Комунальні послуги; культура і спорт	2,3719	6	2,286159	5	3,0242	9

Найбільш розвиненими видами діяльності, що проваджують суб'єкти малого підприємництва Донецької області, є операції з нерухомим майном та інжиніринг (1 місце рейтингу у 2010 р.), торгівля (2 місце), промисловість (3 місце), будівництво (4 місце рейтингу у 2010 р.). Названі види діяльності розвиваються доволі стабільно, без суттєвих переміщень у рейтинговій таблиці. Позитивною характеристикою діяльності малого підприємництва є переміщення промислових суб'єктів малого підприємництва з 4-го місця загального рейтингу у 2008 – 2009 рр. на 3-тє місце. Подальший розвиток промислової сфери сприятиме більш динамічному розвитку регіону в цілому.

Малий бізнес Донецької області характеризується чіткою територіальною диференціацією. Найліпші умови для здійснення підприємницької діяльності мають великі міста області, зокрема – Донецьк, Макіївка, Маріуполь, Краматорськ [20]. У цих містах зосереджена найбільша кількість суб'єктів малого підприємництва.

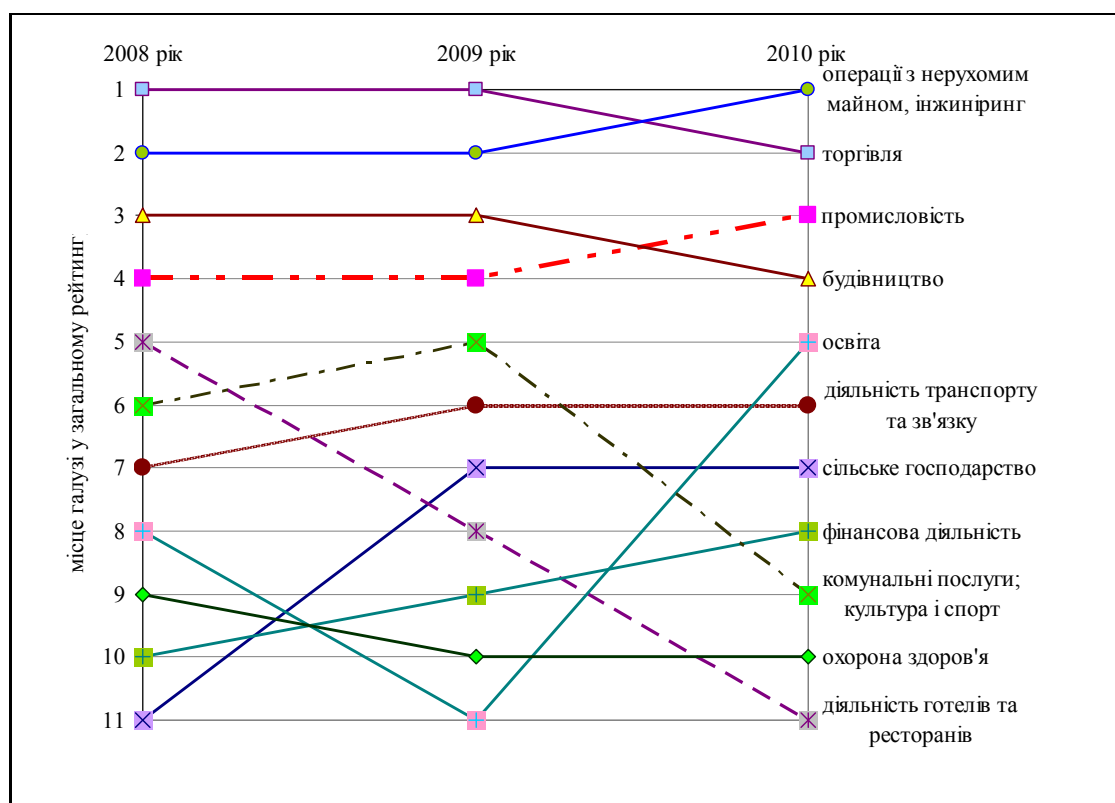


Рис. 2.11. Динаміка змін рейтингу розвитку малого підприємництва Донецької області за 2008 – 2010 рр. (за видами економічної діяльності)

Рейтингове оцінювання міст області за станом розвитку малого підприємництва дозволило виявити найбільш розвинені та проблемні міста за комплексом таких ознак:

- кількість малих підприємств на 10 тис. осіб;
- кількість зайнятих працівників;

- кількість найманих працівників;
- частка кількості найманих працівників малих підприємств у загальній кількості найманих працівників;
- кількість малих підприємств;
- рівень зайнятості на малих підприємствах;
- кількість найманих працівників на одному малому підприємстві;
- середньомісячна заробітна плата одного найманого працівника;
- обсяг реалізованої продукції.

Результати рейтингового оцінювання і ранжирування міст Донецької області за 2008 – 2010 рр. наведено у табл. 2.13 та на рис. 2.11.

Таблиця 2.13

Узагальнення результатів рейтингового оцінювання міст Донецької області за рівнем розвитку малого підприємництва

Місто	2008		2009		2010	
	рейтинг	ранг	рейтинг	ранг	рейтинг	ранг
Донецьк	1,2140	1	1,2410	1	1,3123	1
Авдіївка	2,3527	17	2,3393	15	2,3918	17
Артемівськ	2,3493	16	2,3384	14	2,3704	15
Вугледар	2,4995	28	2,4904	27	2,4750	22
Горлівка	2,2597	10	2,2906	11	2,2704	9
Дебальцеве	2,1928	9	2,2325	9	2,2938	10
Дзержинськ	2,4012	21	2,4108	22	2,5590	27
Димитрів	2,3599	19	2,3757	18	2,4199	19
Добропілля	2,4697	26	2,4178	23	2,4773	23
Докучаєвськ	2,4713	27	2,5861	28	2,5456	25
Дружківка	2,2944	11	2,3255	13	2,3610	13
Єнакієве	2,4113	23	2,4436	25	2,4589	21
Жданівка	2,4006	20	2,3779	19	2,5889	28
Кіровське	2,4269	24	2,4709	26	2,5489	26
Костянтинівка	2,0987	6	2,1354	7	2,1758	6
Краматорськ	2,1211	7	2,1339	6	2,2137	7
Красний Лиман	2,0323	2	2,0643	3	2,0359	2
Красноармійськ	2,3594	18	2,4035	21	2,3919	18
Макіївка	2,1738	8	2,1976	8	2,2461	8
Маріуполь	2,0645	3	2,1133	5	2,1027	3
Новгородівка	2,3250	13	2,3854	20	2,5447	24
Селидове	2,4283	25	2,4309	24	2,4522	20
Слов'янськ	2,0951	5	2,0352	2	2,1734	5
Сніжне	2,4052	22	2,3509	16	2,3599	12
Торез	2,3404	15	2,2821	10	2,3579	11
Харцизьк	2,3302	14	2,3735	17	2,3634	14
Шахтарськ	2,3068	12	2,3002	12	2,3799	16
Ясинувата	2,0710	4,0	2,0705	4,0	2,1237	4,0

Перше місце за рівнем розвитку малого підприємництва незмінно займає Донецьк як місто, у якому зосереджені максимальні можливості для організації та провадження підприємницької діяльності. Маріуполь у 2010 р. займає 3-тє місце рейтингу, Краматорськ, Макіївка, Горлівка – відповідно 7 – 9-тє місця рейтингу. На формування рейтингового балу, зокрема, впливає питома вага обсягів реалізації малих підприємств у загальному обсязі реалізації міста. Тому найбільш великі міста, у яких зосереджено великі промислові підприємства, дещо поступаються у рейтингу невеликим містам області, зокрема – Красному Лиману, Ясинуватій, Слов'янську, Костянтинівці.

Утім великі міста області (Маріуполь, Макіївка, Горлівка, Краматорськ) займають належні місця у загальному рейтингу за станом розвитку малого підприємництва.

Важливою характеристикою діяльності малих підприємств є показники інвестиційної діяльності малих підприємств, представлені передусім валовими капітальними інвестиціями. Інноваційні перетворення здійснюються суб'єктами малого підприємництва переважно у межах інвестиційної діяльності. Тому для виявлення тенденцій розвитку інвестиційної діяльності здійснено дослідження тенденцій формування валових капітальних інвестицій (табл. 2.14, рис. 2.12).

Таблиця 2.14

*Динаміка валових капітальних інвестицій малих підприємств
Донецької області за 2008 – 2010 рр. (за видами діяльності)
[17, с. 61-62]*

Вид економічної діяльності	Валові капітальні інвестиції, млн. грн.			Темп приросту, %		
	2008	2009	2010	2009/2008	2010/2009	2010/2008
Промисловість	204,6	111	126,3	-45,75	13,78	-38,27
Будівництво	541,5	191,5	135,7	-64,64	-29,14	-74,94
Торгівля, ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку	1123,6	577,3	236,5	-48,62	-59,03	-78,95
Операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям	1294,5	563,9	441	-56,44	-21,79	-65,93
Інші галузі	281,3	207	181	-26,41	-12,56	-35,66
Разом	3445,5	1650,7	1120,5	-52,09	-32,12	-67,48



Рис. 2.12. Динаміка валових капітальних інвестицій малих підприємств Донецької області за 2008 – 2010 рр. (за окремими видами діяльності)

Упродовж 2008 – 2010 рр. спостерігається скорочення обсягу валових капітальних інвестицій малих підприємств Донецької області на 67,48%. Зменшення обсягу інвестицій спостерігалось упродовж усього періоду дослідження. Така тенденція вкрай негативно характеризує діяльність малих підприємств області. Втім найменше скорочення серед провідних галузей малого підприємства області спостерігається на підприємствах промисловості та складає 38,27%.

Уповільнення інвестиційного розвитку зумовлено передусім нестачею коштів на оновлення основних засобів та нематеріальних активів. Враховуючи стратегічне значення малого підприємництва для національної економіки, сприянню розвитку інвестиційної діяльності доцільно приділити особливу увагу у процесі розробки програм підтримки малого підприємництва на регіональному та державному рівнях.

Структура капітальних інвестицій малих підприємств за найбільш розвиненими видами економічної діяльності представлена на рис. 2.13.

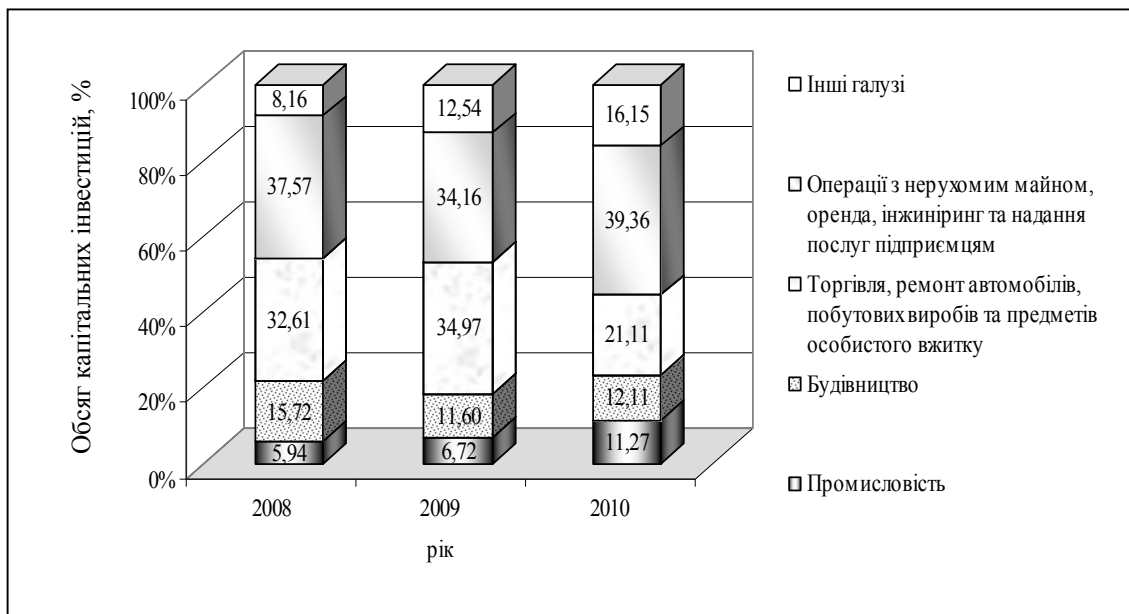


Рис. 2.13. Структура капітальних інвестицій малих підприємств Донецької області за найбільш розвиненими видами економічної діяльності за 2008 – 2010 рр.

У 2010 р. перше місце за обсягом капітальних інвестицій належало малим підприємствам, які за видом діяльності об'єднані у групу «Операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям». Частка інвестицій цих підприємств у загальному обсязі капітальних інвестицій складала 39,36%. У тому числі 23,33% (102,8 млн. грн.) – на придбання нових основних засобів. Друге місце за обсягом капітальних інвестицій у 2010 р. сформовано підприємствами торгівлі, частка яких складає 21,11% або 236,5 млн. грн., з яких на придбання нових основних засобів спрямований найбільший обсяг коштів 46,51% (110,0 млн. грн.). Третє місце за інвестиційною активністю належить малим підприємствам сфери будівництва. Ними у 2010 р. сформовано 12,11% (135,7 млн. грн.) капітальних інвестицій, з яких 84,16% (114,2 млн. грн.) розміщено у будівництво та поліпшення будівель та споруд.

Промислові малі підприємства сформували 11,27% (126,3 млн. грн.) капітальних інвестицій малих підприємств області, що відповідає четвертому місцю. На будівництво промисловими підприємствами спрямовано 37,93% капітальних інвестицій (47,9 млн. грн.), на придбання нових основних засобів – 41,65% (52,6 млн. грн.).

Дослідження стану тенденцій розвитку малого підприємництва Донецької області дозволяє сформулювати такі висновки. Донецька область відіграє суттєву роль у формуванні сектору малого підприємництва в Україні, посідаючи 6-те місце у рейтингу розвитку регіонів України станом на 2010 р. Незважаючи на значну концентрацію великих підприємств, суб'єктами малого

підприємництва області створено 5,8% обсягів реалізації. Малі підприємства виробничої сфери, зокрема – промисловості та будівництва, суттєво поступаються за показниками обсягів реалізації та зайнятості суб'єктам невиробничих видів господарювання. Це свідчить про доцільність посилення заходів державного стимулювання діяльності малих підприємств, зайнятих у зазначених сферах господарювання.

Аналіз основних показників діяльності малих підприємств свідчить про поступове подолання ними впливу кризи, що підтверджуються позитивною динамікою фінансового результату та середньомісячної заробітної плати упродовж 2010 – 2011 рр.

Комплексний аналіз видів економічної діяльності малих підприємств області показав, що підприємства виробничої сфери (промисловість та будівництво) посідають відповідно 3-тє та 4-тє місця загального рейтингу, незважаючи на порівняно низькі показники зайнятості працівників та обсягів реалізації. Підтримка діяльності зазначених сфер господарювання дозволить підвищити показники їх діяльності завдяки наявності внутрішніх резервів розвитку.

Найбільш розвиненим містом стосовно стану малого підприємництва є Донецьк. Інші великі міста області (Маріуполь, Макіївка, Горлівка, Краматорськ) займають належні місця у загальному рейтингу за станом розвитку малого підприємництва.

Скорочення капітальних інвестицій малого підприємництва Донецької області упродовж 2008 – 2010 рр. є негативною характеристикою інвестиційного клімату області. Втім мінімальні темпи скорочення інвестицій (38,27%) серед найбільш розвинених видів економічної діяльності спостерігаються на малих підприємствах промисловості. Це означає, що серед виробничих сфер господарювання промисловість є найбільш перспективною для розвитку малого підприємства та для застосування заходів державної підтримки.

У якості пропозицій щодо визначення пріоритетних напрямів підтримки малого підприємництва Донецької області слід зазначити таке. Найбільш виправданими сферами підтримки є виробничі види діяльності малих підприємства області, зокрема промисловість та будівництво. Для підприємств зазначених галузей господарювання, за умови здійснення ними інвестиційної діяльності, доцільно застосовувати економічні заходи державного регулювання у вигляді державної підтримки, у т.ч. надання мікрокредитів для ведення власної справи, надання позик на впровадження нових технологій, застосування певних податкових преференцій. Регулювання сектору малого підприємництва невиробничої сфери має бути обмежене заходами у вигляді створення сприятливих економічних, соціальних і організаційних умов господарювання.

2.3. Удосконалення управління системи розвитку малих підприємств Запорізької області

Одним із пріоритетів регіональної політики Запорізької облдержадміністрації є підтримка розвитку малого підприємництва.

У Запорізькій області реалізація політики підтримки підприємництва здійснюється відповідно до основних заходів Комплексної програми розвитку малого підприємництва в Запорізькій області на 2011-2012 рр., затвердженої рішенням обласної ради від 24.02.2011 № 8 (далі - Програма).

Стосовно рейтингу регіонів сучасної класифікації України Запорізька область входить у групу т. зв. «лідерів» у розвитку малого підприємництва.

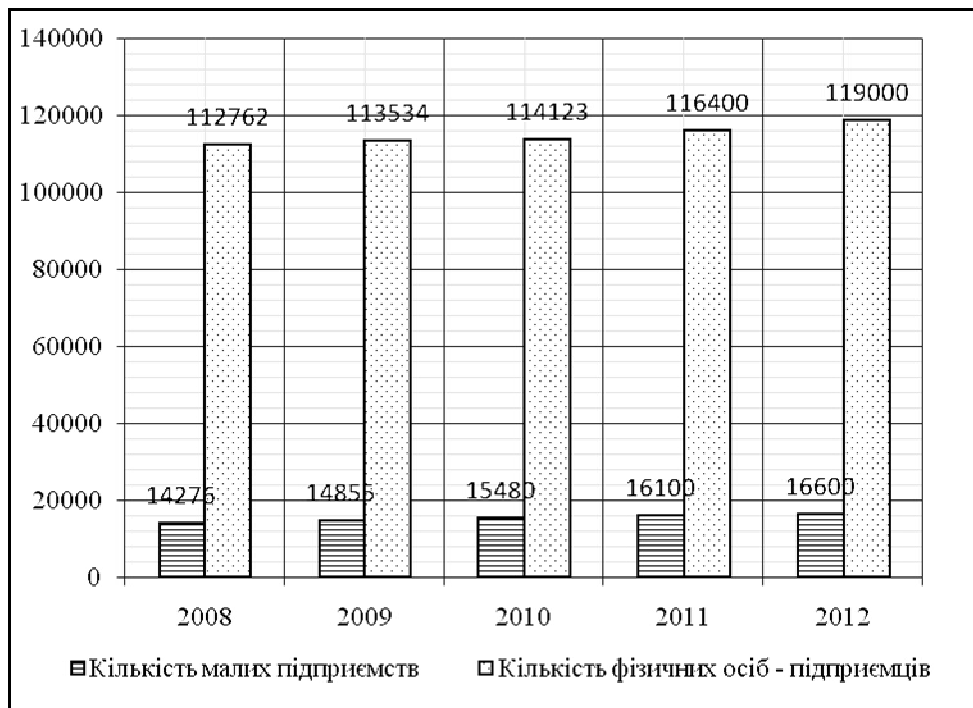
Результати дослідження свідчать про те, що в період кризи в українській економіці, що відбувалась в Україні протягом 2009–2010 рр., в області збережена тенденція щодо кількісного збільшення суб'єктів малого підприємництва. Однак необхідно зазначити, що темпи зростання суб'єктів малого підприємництва у вказаний період зменшились.

З урахуванням тенденції поступового виходу України з фінансової кризи, на кінець дії Програми був прогнозований загальний приріст суб'єктів малого підприємництва (рис.2.14).

Так, у кінці 2011 р., за прогнозними показниками, кількість малих підприємств має становити близько 16 100 од., або 104% порівняно з 2010 р., у кінці 2012 р. – 16 600 од., або 103,1% порівняно з 2011 р. Кількість фізичних осіб – підприємців у кінці 2011 р. має становити 116 400 осіб, або 102% порівняно з 2010 р. та в кінці 2012 р. – 11 900 осіб, або 102,2% порівняно з 2011 р. [5, с. 169-189].

За прогнозними показниками, на кінець 2011 й 2012 рр. очікується, що кількість фермерських господарств залишиться на рівні 2010 р. і буде становити 2283 одиниць. При цьому прогнозується, що площа землі, яка перебуває в користуванні фермерів, збільшиться. Так, на початок 2010 р. у користуванні фермерів перебувало 326,6 тис. га. На кінець 2010 р. відповідна площа землі збільшилась до 338,6 тис. га, на кінець 2011 р. очікується зростання до 350,0 тис. га та на кінець 2012 р. – 360,0 тис. га.

Основним джерелом формування фінансових результатів є отриманий ними дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг). Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за 2009 р. становив 17 597,9 млн. грн. і зменшився проти 2008 р. на 15,9%.



Дані 2012-2013 рр. (прогнози).

Рис. 2.14. *Кількість суб'єктів малого підприємництва у Запорізькій області (без фермерських господарств)*

Найбільший дохід отримали підприємства торгівлі – 11 336,8 млн. грн. (64,4% загальної суми по малих підприємствах), промисловості – 20 089 млн. грн. (11,4%) та підприємства, що займаються операціями з нерухомим майном, орендою, інжинірингом та наданням послуг підприємцям – 11 65,6 млн. грн. (6,6%).

Основні показники розвитку малих підприємств регіону за 2007-2011 рр. (табл. 2.15) відносно результатів у цілому в Україні свідчать про таке.

З наведених даних табл. 2.15 видно, що в цілому основні показники економічного розвитку в регіоні мають позитивну тенденцію за обсягом реалізованої продукції (робіт, послуг), за прибутком від звичайної діяльності до оподаткування. Виняток становлять тільки показники «кількість малих підприємств на 10 тис. осіб наявного населення» та «кількість найманих працівників». Це пов'язано, по-перше, зі змінами демографічної ситуації в країні, по-друге, з кризовими явищами в зарубіжній та вітчизняній економіці. З іншого боку, порівняння цих результатів з національними надають оптимістичну тенденцію, а саме: кількість малих підприємств на 10 тис. наявного населення в регіоні в 2007 р. була 86, 2008 р. – 85, 2009 р. – 88, 2010 р. – 70, у 2011 р. – 71. Кількість найманих працівників на малих підприємствах у відсотках до попереднього року: у 2007 р. – 103,9%; 2008 р. – 96,5%; 2009 р. – 94,1%; 2010 р. – 96,5%; 2011р. – 101,2%.

Основні показники розвитку малих підприємств у регіоні [8, с. 244-254]

Показники	Роки				
	2007*	2008*	2009	2010	2011
Кількість малих підприємств на 10 тис. осіб наявного населення	86	85	88	70	71
Кількість найманих працівників, тис. осіб	87,8	84,7	79,7	76,9	77,8
відсотків до попереднього року у розрахунку на одне підприємство	103,9	96,5	94,1	96,5	101,2
відсотків до кількості найманих працівників підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності	6	5	5	6	6
Обсяг реалізованої продукції (робіт, послуг), млн. грн.	22,4	22,6	23,4	23,8	24,5
Відсотків до обсягу реалізованої продукції (робіт, послуг) по економіці в цілому	16 907,3	17 924,2	16 269,6	17 924,1	19 097,7
Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування,* млн. грн.	17,3	15,3	18,2	16,0	15,3
відсотків до прибутку від звичайної діяльності до оподаткування по економіці в цілому	773,9	779,8	732,9	1132,7	1372,0
	13,2	16,7	13,4	16,1	15,7

*За 2007-2008 рр. наведено фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування.

В області спостерігаються позитивні тенденції розвитку малого підприємництва. За підсумками 2011 р. у Запорізькій області кількість малих підприємств склала 17833 од., або 101% до попереднього року (2010 р. – 17646 од.). Зіставлення результатів прогнозування тенденції розвитку малого підприємництва з фактичними свідчать про те, що фактично кількість малих підприємств зросла на в 2011 р. на 1733 од., тобто на 10,8%.

Найбільшу питому вагу серед суб'єктів малого підприємництва представляють фізичні особи-підприємці.

За даними Державної податкової адміністрації в Запорізькій області в 2011 р. кількість фізичних осіб-підприємців склала 110125 осіб, що на 3,5% менше проти показника 2010 р. (114123 осіб).

Кількість фермерських господарств станом на 01.07.2011 склала 2299 од., або 101,1% до показника відповідного періоду 2010 р.

Спостерігається постійне зростання площі землі, яка обробляється фермерами. Так, у користуванні фермерів на 01.07.2011 р. перебувало 347,7 тис. га сільськогосподарських угідь, або 103,7% до показника попереднього року.

Як і у попередні роки, відбулося зменшення кількості працюючих осіб у сфері малого підприємництва.

Так, у 2011 р. кількість зайнятих працівників на малих підприємствах склала 77800 осіб, а це 4,7% від загальної кількості працівників (у 2010 р. – 76900 осіб).

Із загальної кількості найманих робітників 25,5% працювали в сфері торгівлі, ремонті автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вживання; 16,3% - у промисловості, 16,3% - на підприємствах зі здійснення операцій з нерухомим майном, оренди, інжинірингу та надання послуг підприємцям [3].

Середньомісячна заробітна плата одного найманого робітника малого підприємства в 2010 р. склала 1140,76 грн., що на 12,8% більше, ніж у 2009 р. По відношенню до середнього показника по Україні заробітна плата найманих працівників по області становила 91,3%.

Обсяг реалізованої продукції (робіт, послуг) малих підприємств склав 19097,7 млн. грн, а це 15,7% загальнообласного обсягу. Основну частку обсягу реалізації малих підприємств, як і в попередні роки, склали підприємства торгівлі, ремонту автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку (62,7%).

Надходження від діяльності суб'єктів малого підприємництва до зведеного бюджету області за підсумками 2011 р. склали 41527,1 тис. грн., що на 60,1% менше 2010 р. (121230,7 тис. грн.). Питома вага надходжень склала 1,2% (2010 р. – 4,3%). Однією з причин зменшення надходжень від діяльності суб'єктів малого підприємництва є складне та надмірне податкове навантаження на суб'єктів малого підприємництва, відсутність доступу до фінансово-кредитних ресурсів, а також недосконала законодавча база щодо державної підтримки малого підприємництва. За даними Державної податкової служби в Запорізькій області надходження від діяльності суб'єктів малого підприємництва до бюджетів усіх рівнів склали 322,9 млн. грн. (2010 рік – 818,9). Питома вага надходження від діяльності суб'єктів малого підприємництва до бюджетів усіх рівнів склала 20% (2010 р. – 28,7%), підприємств, що займаються операціями з нерухомим майном, орендою, інжинірингом та наданням послуг підприємцям (-8,0%); готелів та ресторанів (-5,7%); підприємств будівництва (-2,1%) та фінансової сфери (-1,9%).

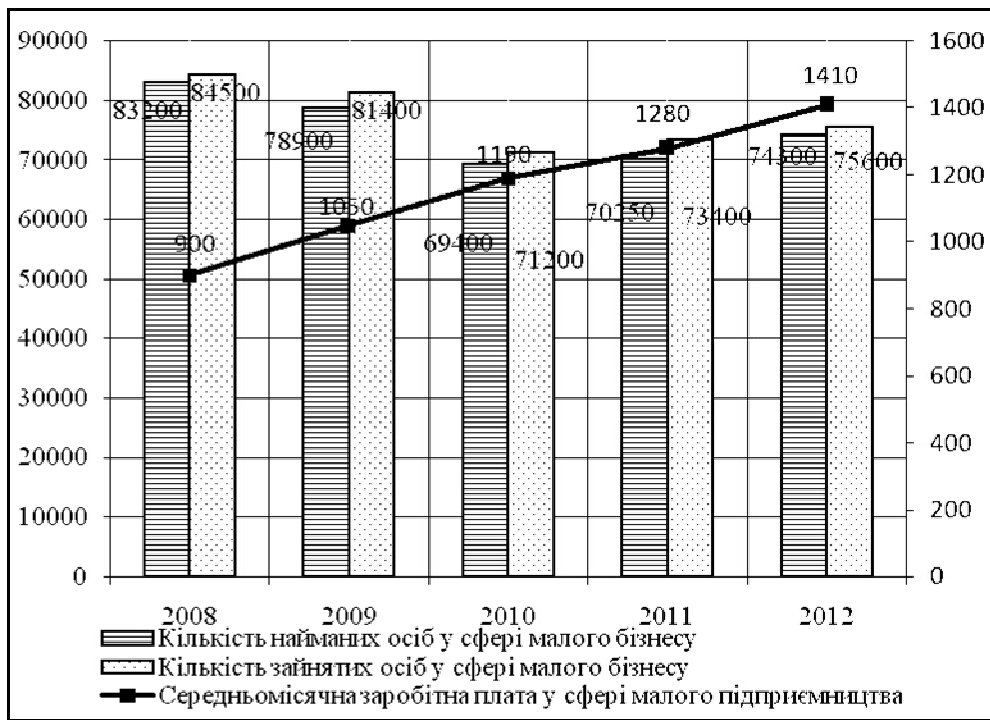


Рис. 2.15. Рівень рентабельності діяльності підприємств малого бізнесу

Важливим показником, який характеризує діяльність підприємств, є коефіцієнт рентабельності операційної діяльності (рис. 2.15). Від операційної діяльності підприємств малого бізнесу по області вона становила 0,1%. Це означає, що на кожну гривню реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) одержано 0,1 коп. прибутку. Порівняно з попереднім роком рентабельність знизилась на 1,9%.

Рентабельно спрацювали підприємства сільського господарства, мисливства та лісового господарства (20,3%), охорони здоров'я й надання соціальної допомоги (2,7%), транспорту та зв'язку (0,9%), освіти (0,7%). Нерентабельною виявилась діяльність підприємств, що займаються наданням комунальних та індивідуальних послуг (сфера культури та спорту (-15,5%)).

Стосовно фінансово-кредитної та інвестиційної підтримки реалізації заходів Комплексної програми від 24.02.2011 № 8 (зі змінами) передбачено кошти у сумі 370 тис. грн. У 2011 р. за рахунок коштів обласного бюджету профінансовано заходи Комплексної програми у сумі 302,6 тис. грн., а саме:

- 1) організація та проведення урочистого засідання «День підприємця» – 50,0 тис. грн.;
- 2) проведення регіонального конкурсу на кращий «Дозвільний центр» – 5,0 тис. грн.;
- 3) створення сайту – інформаційного веб-ресурсу з відкриттям форуму для обговорення, внесення пропозицій, практичних прикладів та порад до інноваційних проектів суб'єктів малого підприємництва – 20,0 тис. грн.;

4) проведення аналізу розвитку малого підприємництва в області, створення «мапи підприємництва» Запорізької області – 20,0 тис. грн.;

5) часткова компенсація суб'єктам малого підприємництва – витрати на участь у виставкових заходах, у тому числі в універсальній виставці «Покровський ярмарок» – 100,0 тис. грн., а також погашення фінансових зобов'язань 2010 р. – 66,027 тис. грн.;

6) здійснення аналізу, дослідження стану розвитку машинобудівного бізнесу в м. Мелітополь для створення «дорожньої мапи» розвитку малого машинобудівного бізнесу – 10,0 тис. грн.;

7) проведення конкурсу на визначення кращих регіональних брендів, розробка та випуск календарів з кращими брендами 29,6 тис. грн.;

8) організація та проведення на місцевому телебаченні (визначеному за підсумками конкурсу) роботи інформаційно-аналітичної телевізійної програми, присвяченої малому підприємству – погашення фінансових зобов'язань 2010 р. – 22,0 тис. грн.

Ресурсне та інформаційне забезпечення, подальше формування інфраструктури підтримки підприємництва

За підсумками 2011 р. Запорізька область зайняла 2 місце по Україні щодо ресурсного та інформаційного забезпечення, подальшого формування інфраструктури підтримки підприємництва, наявності бізнес-центрів, бізнес-інкубаторів та фондів підтримки підприємництва.

У 2011 р. облдержадміністрацією була поновлена робота обласної виїзної приймальні з розгляду звернень суб'єктів підприємницької діяльності. До її складу були включені представники структурних підрозділів облдержадміністрації, Державної податкової служби в Запорізькій області, Головного управління Пенсійного фонду України в Запорізькій області, Головного управління Держкомзему в Запорізькій області, ГУМВС України в Запорізькій області, Державного закладу «Запорізька обласна санітарно-епідеміологічна станція», постійної комісії Запорізької обласної ради з питань регуляторної політики та підприємництва. У 2011 р. засідання зазначеної вище приймальні були проведені у м. Бердянськ, (Бердянського району), м. Мелітополь (Мелітопольського району), м. Токмак (Токмацького району), Вільнянському районі, де розглядалися актуальні для представників бізнесу питання.

Одним із пріоритетних напрямів роботи облдержадміністрації є формування інфраструктури підтримки підприємництва.

Нею також складено план організаційних та методично-консультативних заходів стосовно розробки проекту створення бізнес-інкубатора «АгроБУМрозвиток».

Протягом року були проведені виїзні зустрічі з керівниками підприємств великого машинобудівного бізнесу міста (ГРП «АвтоЗАЗМотор», ВАТ «Автокольорит», ВАТ «Завод ім. 23 жовтня», ТОВ «Продмаш», ПАТ «Мелком») з метою виявлення незадіяних

виробничих площ для створення бізнес-інкубатора. В результаті виявлено найбільш привабливу площу на ГРП «АвтоЗАЗМотор» (земельні ділянки від 3 до 5 тис.кв.м). Після перемовин була узгоджена попередня ціна за 1 кв.м (15 грн.). Проведено перемовини з кількома підприємствами, що входять до кластеру «АгроБУМ» (ТОВ «Еталон-Запчастина», ТОВ «Тара», ТОВ «Турбоком», ТОВ «Таврія-Турбо», ТОВ «МПП Агро», ТОВ «Базіс», СП «Гідроліга Італія»). Керівники цих підприємств погодилися надавати консультаційну допомогу (маркетингова, бухгалтерська, юридична, виробнича) підприємцям, які започаткуватимуть власний бізнес та матимуть бажання стати учасниками «Бізнес-інкубатора», про створення якого підприємці міста були проінформовані через місцеві ЗМІ.

Інформаційно-консультативна підтримка малого бізнесу забезпечується і громадськими об'єднаннями підприємців та представників бізнесу.

Так, запорізькою консалтинговою компанією «Інтелектуальний сервісний центр», постійно проводиться методична і просвітницька робота серед керівників та працівників підприємств малого бізнесу. На сайті компанії (<http://isc.at.ua>) розміщуються публікації на тему сучасних підходів стосовно управління бізнесом, організації роботи й мотивації персоналу, підвищення ефективності маркетингової діяльності.

Запорізька торгово-промислова палата (далі – ЗТПП) інформує підприємців з питань ведення бізнесу шляхом поштових та електронних розсилок, а також за допомогою ЗМІ (засобів масової інформації) й розміщення інформації на виставковому сайті ЗТПП.

З метою розширення інформаційного забезпечення ЗТПП створено Інтернет-ресурс стосовно інформаційної і маркетингової підтримки малого бізнесу (biz.cci.zp.ua) з розділом організації масових sms-розсилок новин і анонсів для підприємців (Програма sms), який наразі доопрацьовується.

Для надання суб'єктам підприємництва оперативної інформаційно-консультативної допомоги розпорядженням голови облдержадміністрації від 12.05.2009 №158 запроваджено для підприємців телефонну «гарячу лінію» (213-13-21) з питань функціонування дозвільної системи, державної реєстрації та надання адміністративних послуг. Функціонування «гарячої лінії» забезпечується Державною організацією «Регіональний фонд підтримки підприємництва в Запорізькій області».

З метою надання консультативних, навчально-методичних послуг Державною організацією «Регіональний фонд підтримки підприємництва в Запорізькій області» у 2011 р. проведено 40 виїзних семінарів. У семінарах взяли участь 1260 осіб.

Державною податковою адміністрацією ДПА в Запорізькій області було проведено ряд загальних і тематичних семінарів та семінарів-практикумів для платників податків, на яких роз'яснювали положення Податкового кодексу України, порядок надання

податкової звітності та сплати податків і зборів. Протягом I кварталу участь у таких семінарах взяли близько 19 тис. платників податків, у тому числі суб'єкти малого підприємництва.

Фахівці Запорізької державної спеціалізованої податкової інспекції по роботі з великими платниками податків, у рамках угоди про співробітництво із Запорізькою ТПП, щоквартально проводили безкоштовні консультації з податкової звітності для підприємств-членів ЗТПП.

Продовжує свою роботу і консультативний пункт із актуальних питань оподаткування (Професійний клуб бухгалтерів» при ЗТПП).

ДПА в Запорізькій області проведено ряд загальних і тематичних семінарів та семінарів-практикумів для платників податків, на яких роз'яснюються новації в оподаткуванні у зв'язку із введенням Податкового кодексу України та, зокрема, питання оподаткування прибутку підприємств. Семінар проведено спільно з територіальним відділенням Асоціації платників податків України в Запорізькій області. Участь у таких семінарах брали суб'єкти малого підприємництва.

Здійснюються заходи щодо орієнтації безробітних на підприємницьку діяльність. Зацікавленим особам, які бажали започаткувати власну справу, обласним центром зайнятості надавався спектр послуг: індивідуальні консультації із застосуванням діагностичних методик щодо визначення підприємницького потенціалу, надання для ознайомлення літератури з питань організації підприємницької діяльності, консультації тощо.

Протягом 2011 р. базовими центрами зайнятості здійснено одноразову виплату допомоги по безробіттю для організації підприємницької діяльності 876 безробітним, які одержали свідоцтво про державну реєстрацію суб'єктів підприємницької діяльності в сфері торгівлі, сільського господарства, надання побутових послуг населенню. Працевлаштовано 696 безробітних на додаткові робочі місця (створені у сфері малого бізнесу) з наданням роботодавцям дотацій.

Для підтримки розвитку молодіжного підприємництва у 2011 р. проведено обласний конкурс бізнес-планів для молоді (було подано 12 робіт). За його підсумками було визначено 3 переможці у номінації «виробництво, сфера послуг і торгівля».

Приділяється увага формуванню позитивного іміджу підприємницької справи. Так, 02.09.2011 р. облдержадміністрацією було організовано та проведено урочисте засідання до Дня підприємця під гаслом «Запорізький край-регіон можливостей».

У зазначеному засіданні взяли участь 300 осіб. Райдержадміністраціями, містами обласного значення та громадськими організаціями було подано 215 кандидатур, які протягом року активно сприяли розвитку підприємництва. Нагороджено дипломами 62 переможці за 14 номінаціями, інші кандидатури, які були подані для участі у конкурсі, визначені лауреатами. З обласного бюджету на проведення урочистого засідання

Дня підприємця було виділено кошти у сумі 50 тис. омі. За рахунок коштів обласного бюджету була проведена концертна програма, переможці та лауреати були нагороджені дипломами та заохочувальними подарунками.

Облдержадміністрацією постійно забезпечується співпраця із запорізькими товаровиробниками, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності малого підприємництва в Запорізькій області [14].

Реалізується проект «Купуй запорізьке – обирай своє», який підтримали і взяли активну участь у його реалізації 20 товаровиробників, близько 50 підприємств, що надають послуги та майже 100 представників роздрібною торгівлі.

З метою підтримки місцевих товаровиробників 11.10.2011 р. в області був організований та проведений обласний конкурс на кращі локальні бренди (торгові марки) продукції місцевих товаровиробників. За його результатами було визначено 18 кращих локальних брендів (торгових марок) продукції місцевих товаровиробників.

Інформація із зображенням кращих локальних брендів (торгових марок) продукції місцевих товаровиробників – переможців конкурсу розміщена у календарях на 2012 р., виготовлення яких було профінансовано з обласного бюджету.

Облдержадміністрацією постійно забезпечується підтримка розвитку кластерних об'єднань. Так, за рахунок коштів обласного бюджету (20 тис.грн.), Таврійським державним агротехнологічним університетом, спільно із громадською організацією «Інноваційно-технологічний кластер «АгроБУМ», було проведено дослідження щодо створення «дорожньої мапи» розвитку малого й середнього машинобудівного бізнесу. Зазначене дослідження використовується учасниками кластерного об'єднання «АгроБУМ» представниками малого і середнього машинобудівного бізнесу.

Крім того, постійно надається методична та консультативна підтримка кластера бджільництва в Мелітопольському районі «Бджола не знає кордонів». Представниками бізнесу м. Запоріжжя (ТМ «Пан Круасан», ТОВ «АЙС», ТОВ «Урожай» та інші) опрацьовується проект по створенню харчового кластера.

За підтримки облдержадміністрації у червні 2011 р. був проведений Міжнародний форум сільгоспмашинобудування «Агрофорум» у м. Мелітополь. У зазначеному форумі взяли участь понад 500 представників малого й середнього бізнесу, у тому числі компанії та організації з м. Мелітополя та інших районів, міст Запорізької області, інших регіонів України і біля 230 компаній з 13 країн світу.

Протягом 2011 р. підприємства малого та середнього бізнесу області постійно залучалися до участі у міжнародних, регіональних та місцевих виставково-ярмаркових заходах.

Для реалізації зовнішньоекономічного та інвестиційного потенціалу суб'єктів великого, середнього та малого бізнесу

Запорізької області був проведений Міжнародний інвестиційний форум, що проводиться в 4 етапи, кожний з яких супроводжується спеціалізованими виставками.

10 березня 2011 р. Запорізькою облдержадміністрацією, Запорізькою обласною радою та Запорізькою торгово-промисловою палатою організовано та проведено АгроІнвестФорум і виставку «Агротехсервіс» («Козак Палац», м. Запоріжжя, вул. Перемоги, 70-Б). На цьому спеціалізованому заході представники провідних підприємств агропромислового комплексу Запорізької області мали можливість ознайомитися з новітніми технічними розробками, представити свою продукцію, налагодити контакти з представниками влади, фінансовими організаціями і потенційними інвесторами.

17 травня 2011 р. за сприянням Запорізької обласної державної адміністрації, Запорізької обласної ради та Запорізької торгово-промислової палати у виставковому центрі «Козак–Палац» (м. Запоріжжя) відбулося урочисте відкриття Міжнародного промислового інвестиційного Форуму та ХІХ Міжнародної спеціалізованої виставки «Машинобудування. Металургія».

Ці Міжнародні виставкові заходи зібрали у Запоріжжі представників 200 компаній з 13-ти країн – України, Росії, Білорусі, Болгарії, Грузії, Німеччини, Польщі, Чехії, Швейцарії, Швеції, Італії, Словаччини та Туреччини. Учасниками стали переважно промислові підприємства, керівники органів влади та місцевого самоврядування, представники банків та консалтингових компаній, вищих навчальних закладів.

У рамках роботи Форуму та виставки відбулася презентація інноваційної продукції та технологій розвитку промисловості в нових економічних умовах, освоєння нових ринків збуту.

Усього в Форумах взяли участь понад 600 представників бізнесу, науки, консалтингових і фінансових організацій та потенційних інвесторів. Проведення Міжнародного Інвестиційного Форуму надалі сприятиме зміцненню інвестиційного іміджу області та збільшенню ділової активності в регіоні.

Основні напрями роботи цього річного Форуму пов'язані з залученням інвестиційних ресурсів, а також орієнтуванням підприємств, керівників державних, комунальних підприємств та організацій на можливість доступу до проектів «Центр розробки інноваційних пілотних проектів» на базі історико-туристичного комплексу «Етносело» у Вільнянському районі». У рамках зазначеного проекту був створений та функціонує сайт інформаційного веб-ресурсу з відкритим форумом для обговорення, внесення активних джерел кредитних ресурсів, інвестицій та технічної допомоги.

Ще один із проектів, який було включено до Комплексної програми пропозиції, практичні приклади та поради щодо інноваційних проектів суб'єктів малого підприємництва розміщено за електронною адресою: <http://www.goodpro.zp.ua>.

Також у рамках проекту з розробки та впровадження системи залучення до регіонального розвитку малого та середнього бізнесу Запорізької області було проведено дослідження розвитку малого підприємництва Запорізької області. За результатами дослідження було створено інтерактивну «мапу підприємництва Запорізької області» (<http://www.oblmap.zp.ua>.)

Підсумки аналізу наведених даних та виконання Комплексної програми свідчать, що в цілому заходи щодо забезпечення розвитку малого підприємництва в області виконуються. Основним недоліком, який перешкоджає ефективному виконанню Комплексної програми, є відсутність фінансування заходів програми, що унеможлиблює їх виконання в повному обсязі. Також основною загрозою розвитку малого підприємництва виступають фактори, які є наслідками фінансової кризи, а саме:

- надмірне податкове навантаження і, як наслідок, значна кількість підприємців або їх працівників, що працюють у «тіні»;
- складний механізм здійснення підприємницької діяльності, зокрема, значні витрати часу й фінансових ресурсів на одержання дозвільних документів для здійснення підприємницької діяльності;
- відсутність ефективних механізмів фінансово-кредитної підтримки і доступу до фінансово-кредитних та інвестиційних ресурсів;
- відсутність державної підтримки місцевих товаровиробників;
- відсутність нормативно-правового забезпечення створення й розвитку кластерних об'єднань.

Для подальшої підтримки й створення сприятливих умов для розвитку малого підприємництва, основними завданнями є:

- зменшення державного регулювання підприємницької діяльності, спрощення дозвільних та інших процедур;
- зниження податкового навантаження на бізнес;
- підвищення якості й забезпечення прозорості адміністративних послуг;
- реформування державної системи нагляду й контролю;
- розвиток інфраструктури підтримки підприємництва, кластерного підходу до розвитку економіки;
- збільшення інвестиційної привабливості суб'єктів малого й середнього бізнесу.

В області розпочато роботу щодо розробки Комплексної програми розвитку малого підприємництва в Запорізькій області на 2013-2014 рр., в якій будуть враховані основні завдання щодо подальшої підтримки розвитку малого підприємництва.

2.4. Аналіз стану малого підприємництва Харківської області

За роки незалежності і реформування економіки в Україні створено відносно потужний підприємницький сектор. Динаміка загальної кількості малих підприємств в Україні демонструє стійку тенденцію до зростання, окрім різкого спаду їх кількості у 2010 р. У 2011 р. у цілому по країні налічувалося 348,3 тис. малих підприємств, що на 80,3 тис. підприємств, або 1,29 раз більше, ніж у 2010 р., проте на 33,4 тис. підприємств менше, ніж у 2009 р. [6; 7]. Динаміка зростання кількості малих підприємств в Україні та Харківській області подана на рис. 2.16.



Рис. 2.16. Динаміка зростання кількості малих підприємств в Україні в 2000-2011 рр. [6; 7]

Наочною є позитивна динаміка зростання кількості малих підприємств в Україні, але порівняно з економічно розвиненими країнами світу цього недостатньо, щоб впливати на вирішення основних проблем країни. Що ж до Харківської області, то кількість малих підприємств у регіоні за аналізований період зростає, окрім значних спадів у 2003 та 2010 рр. У цілому кількість малих підприємств Харківської області складає близько 6% усіх малих підприємств країни.

На малих підприємствах Харківської області за період з 2001 по 2007 рр. спостерігалась тенденція до збільшення кількості працівників. Так, щорічне їх зростання становило близько 10%. Проте вже з 2008 р. в області простежується тенденція до скорочення кількості працівників, зайнятих у сфері малого підприємництва [6] (рис. 2.17.)



Рис. 2.17. Кількість працівників малих підприємств, тис. осіб

У середньому в Україні в 2011 р. на 10 тис. населення припадає лише 67 зареєстрованих підприємств [7], тоді як у США – 214 підприємств з кількістю працівників менше ніж 20 чол., в Італії – 693 підприємства із кількістю працівників менше ніж 20 чол., в Угорщині – 810 [6].

У той же час, для організації бізнесу у виробничій сфері України потрібен значний фінансовий капітал, спеціалісти певної кваліфікації.

Динаміка кількості малих промислових підприємств в Україні за період 2001-2011 рр. представлена на рис 2.18.



Рис. 2.18. Динаміка кількості малих промислових підприємств в Україні та Харківській області у 2001–2011 рр.

Так, чисельність малих промислових підприємств за період з 2000 по 2011 рр. щорічно збільшувалась, окрім спадів, що відбулись по Україні у 2006 та 2010 рр., а у Харківській області спад відбувався і у 2003 році [6; 7].

Динаміку обсягів реалізації малих підприємств Харківської області за аналізований період представимо на рис. 2.19.



Рис. 2.19. Динаміка обсягів реалізації малих підприємств Харківської області

Таким чином, у цілому спостерігається позитивна тенденція збільшення обсягів виробництва продукції малими підприємствами Харківської області, окрім спаду у 2009 р. Також позитивним є те, що зменшення кількості самих підприємств у 2010 р. не вплинуло на зниження обсягів їх виробництва.

Найвищий рівень розвитку малий бізнес мав у таких областях країни: АР Крим – 0,8401 (1-ше місце), Львівській – 0,7130 (2-ге місце), Одеській – 0,6160 (3-тє місце), найменший у Луганській – 0,0910 (25-тє місце) та Волинській – 0,2148 (24-тє місце). На прикладі Харківської та Закарпатської областей розглянемо динаміку інтегрального показника за період 2005–2011 рр. (рис. 2.20).



Рис. 2.20. Динаміка інтегрального показника рівня розвитку малого бізнесу Харківської та Закарпатської областей за період 2005–2011 рр.

Так, з рис. 2.20 видно, що інтегральний показник рівня розвитку малого бізнесу Харківської області у 2006 р. порівняно з 2005 р. зріс на 0,17 пункту, та вже у 2008 р. порівняно з 2006 р. спостерігається зниження цього показника на 0,1 пункту. У 2010 р. цей показник мав найвище значення за весь період, що аналізується, та склав 0,63 пункту. Однак у 2011 р. він знизився на 0,04 пункту.

Таблиця 2.16

Інтегральний показник рівня розвитку малого бізнесу та його складові по областях України за 2011 р.

Області	Значення структурних елементів інтегрального показника рівня розвитку малого бізнесу						Інтегральний показник	
	кількість малих підприємств на 10 тис. населення		частка зайнятих на малих підприємствах у загальній кількості зайнятого населення		частка продукції малого підприємства у загальних обсягах реалізованої продукції			
	значення	ранг	значення	ранг	значення	ранг	значення	ранг
АР Крим	0,9985	1	0,75	2	0,7677	7	0,8401	1
Вінницька	0,1579	16	0,25	10	0,5960	11	0,3419	18
Волинська	0,1316	18	0,25	10	0,2626	20	0,2148	23
Дніпропетровська	0,5001	9	0,25	10	0,0404	24	0,2595	20
Донецька	0,3947	10	0,001	23	0,0001	25	0,1323	24
Житомирська	0,1316	18	0,50	5	0,8081	6	0,4858	6
Закарпатська	0,5789	6	0,001	23	0,8182	5	0,4844	8
Запорізька	0,5789	6	0,50	5	0,2424	21	0,4351	15
Івано-Франківська	0,3684	11	0,25	10	0,4242	16	0,3515	17
Київська	0,5789	6	0,50	5	0,3232	18	0,4638	11
Кіровоградська	0,2895	13	0,25	10	0,8384	4	0,4720	9
Луганська	0,0789	22	0,001	23	0,1818	23	0,0910	25
Львівська	0,7105	3	0,983	1	0,4646	13	0,7130	2
Миколаївська	0,6842	4	0,25	10	0,4242	16	0,4574	12
Одеська	0,6842	4	0,75	2	0,4343	15	0,6160	3
Полтавська	0,2895	13	0,25	10	0,2020	22	0,2462	22
Рівненська	0,0526	24	0,25	10	0,4444	14	0,2528	21
Сумська	0,2105	15	0,25	10	0,8586	3	0,4527	13
Тернопільська	0,0000	25	0,50	5	0,9596	2	0,4954	5
Харківська	0,7368	2	0,75	2	0,3232	18	0,5942	4
Херсонська	0,3684	11	0,25	10	0,7576	8	0,4698	10
Хмельницька	0,1316	18	0,50	5	0,6667	10	0,4356	14
Черкаська	0,1053	21	0,25	10	0,5859	12	0,3206	19
Чернівецька	0,1579	16	0,25	10	0,9736	1	0,4852	7
Чернігівська	0,0789	22	0,25	10	0,7374	9	0,3656	16

Значення інтегрального показника рівня розвитку малого бізнесу Закарпатської області у 2006 р. порівняно з 2005 р. зросло на

0,06 пункту та склало 0,74 пункту – найвище значення за період 2005-2011 рр. З 2007 р. по 2009 р. спостерігається зниження цього показника. Так у 2009 р. порівняно з 2006 р. показник знизився на 0,25 пункту. У 2010 р. порівняно з 2009 р. відбувалось зростання показника на 0,12 пункту та вже у 2011 р. порівняно з 2010 р. – знову зниження на 0,13 пункту.

Окрім оцінки рівня розвитку малого бізнесу по областях на основі інтегрального показника, слід дослідити динаміку значень його структурних елементів у рамках Харківської та Закарпатської областей за роками. Динаміку значень структурного елементу кількості малих підприємств на 10 тис. населення наведено на рис. 2.21.

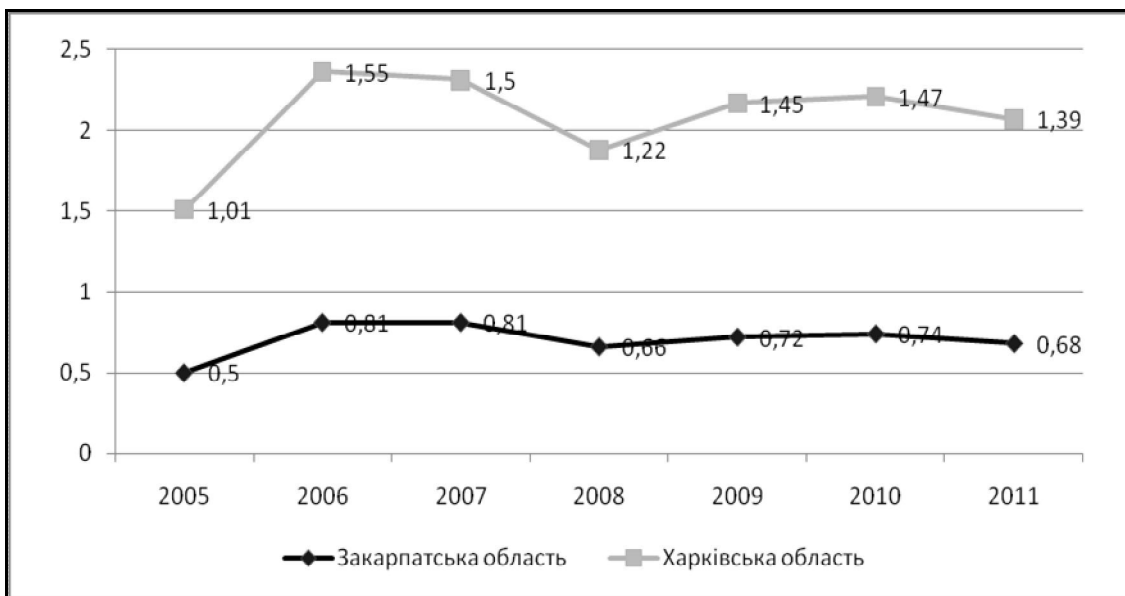


Рис. 2.21. Динаміка значень показника кількості малих підприємств на 10 тис. населення Харківської та Закарпатської областей за 2005–2011 рр.

З рис. 2.27 видно, що з 2006 р. по 2007 р. значення показника «кількість малих підприємств на 10 тис. населення Харківської області» порівняно з 2005 р. зросло на 0,3 пункту. У 2008 р. у порівнянні з 2007 р. спостерігається зниження цього показника на 0,14 пункту. З 2009 р. по 2011 р. відбувалися незначні коливання значень цього показника.

У 2006 р. показник «кількість малих підприємств на 10 тис. населення Закарпатської області», порівняно з 2005 р., зріс на 0,29 пункту, вже у 2008 р. спостерігається різке зниження цього показника, порівняно з 2006 р., на 0,32 пункту. З 2009 р. по 2010 р. відбувалось поступове зростання значень цього структурного елементу інтегрального показника – у 2010 р. в порівнянні з 2008 р. на 0,24 пункту, однак у 2011 р. він знову знизився на 0,13.

Отже, хоча і спостерігається позитивна динаміка кількості малих підприємств на 10 тис. населення, значення цього показника як складової інтегральної оцінки рівня розвитку малого бізнесу показали диспропорції у динаміці зростання за 2005-2011 рр. в областях, що аналізуються.

Динаміку структурного елементу інтегрального показника частки зайнятих на малих підприємствах у загальній кількості зайнятого населення Харківської та Закарпатської областей за роками подано на рис. 2.22.

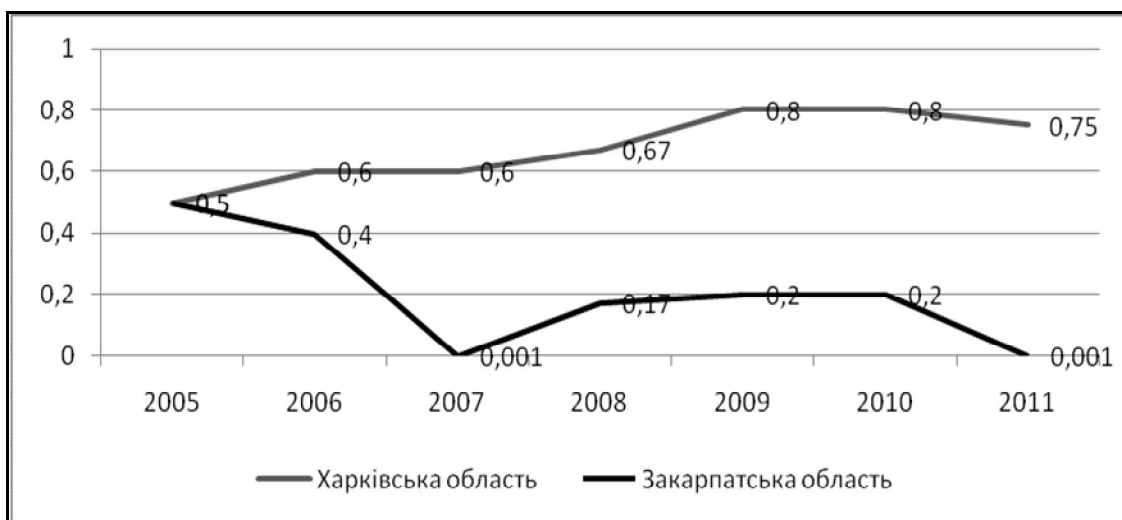


Рис. 2.22. Динаміка значень показника частки зайнятих на малих підприємствах Харківської та Закарпатської областей за 2007–2011 рр.

Починаючи з 2006 р. по 2010 р. спостерігається поступове зростання значень показника частки зайнятих на малих підприємствах Харківської області. Так у 2010 р. порівняно з 2005 р. показник зріс на 0,3 пункту. Однак у 2011 р. відбулося його зниження на 0,05 пункту.

З рис. 2.22 видно, що з 2005 р. по 2007 р. спостерігається значне погіршення значень показника частки зайнятих на малих підприємствах Закарпатської області. Так у 2007 р. порівняно з 2005 р. він знизився на 0,49 пункту, а з 2008 р. по 2010 р. відбулося його незначне зростання на 0,19 пункту, а вже у 2011 р. – різке погіршення на 0,19 пункту. Отже, за цим структурним елементом інтегрального показника рівня розвитку малого бізнесу в Закарпатській області спостерігається значне погіршення динаміки, починаючи з 2006 р.

Динаміку значень структурного елементу інтегрального показника частки продукції малих підприємств Харківської та Закарпатської областей у загальних обсягах реалізованої продукції (робіт, послуг) за період 2005–2011 рр. наведено на рис. 2.23.

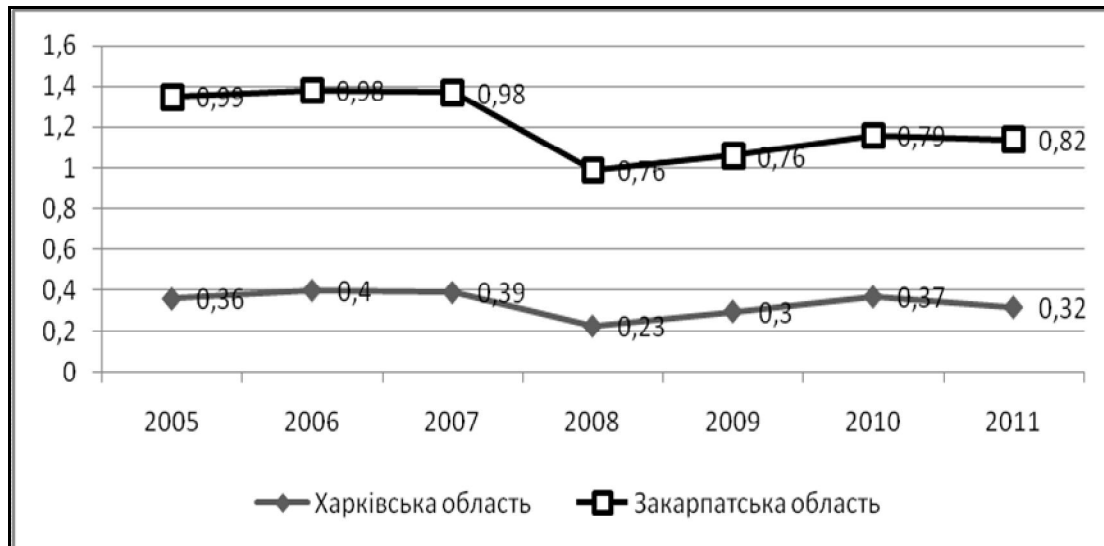


Рис. 2.23. Динаміка значень показника частки продукції малих підприємств у загальних обсягах реалізованої продукції (робіт, послуг) Харківської та Закарпатської областей за 2007–2011 рр.

Упродовж періоду, що аналізується, динаміка значень показника частки продукції малих підприємств в загальних обсягах реалізованої продукції (робіт, послуг) Харківської області, як складового елемента інтегрального показника рівня розвитку малого бізнесу, була практично стабільною, показник мав дуже низькі значення (рис. 2.23).

Показник частки продукції малих підприємств у загальних обсягах реалізованої продукції (робіт, послуг) Закарпатської області, навпаки, за період 2005–2007 рр. мав досить високі значення. Однак уже з 2008 р. по 2009 р. відбулось його погіршення, так у 2009 р. порівняно з 2007 р. показник знизився на 0,42 пункту, а з 2010 р. по 2011 р. – зріс на 0,26 пункту.

Здійснений аналіз рівня розвитку малого бізнесу Харківської та Закарпатської областей за структурними елементами інтегрального показника виявив погіршення динаміки розвитку малого бізнесу починаючи з 2008 р. та виявив диспропорції його розвитку за показниками: частка зайнятих на малих підприємствах у загальній кількості зайнятого населення та частка продукції малих підприємств у загальних обсягах реалізованої продукції (робіт, послуг).

Таблиця 2.17

Кластери областей України за рівнем розвитку малого бізнесу

1-й кластер областей	2-й кластер областей
1	2
Вінницька	АР Крим
Волинська	Дніпропетровська
Донецька	Запорізька
Житомирська	Київська

1	2
Закарпатська	Львівська
Івано-Франківська	Миколаївська
Кіровоградська	Одеська
Луганська	Харківська
Полтавська	
Рівненська	
Сумська	
Тернопільська	
Херсонська	
Хмельницька	
Черкаська	
Чернівецька	
Чернігівська	

Можна зробити висновок, що в областях першого кластера малі підприємства здебільшого є промисловими та функціонують у кооперації з великими підприємствами. Закарпатська область увійшла до першого кластера.

Області, що увійшли до другого кластера, мають високий рівень за такими показниками, як кількість малих підприємців на 10 тис. населення, частка зайнятих у малому бізнесі до загальної кількості зайнятих в економіці. Низький рівень має показник частки продукції малих підприємств у загальному обсязі реалізованої продукції (робіт, послуг). Це означає, що в областях другого кластера більша кількість суб'єктів малого бізнесу функціонує у сфері торгівлі, харчування та послуг. Харківська область увійшла до другого кластера.

Малий бізнес, завдяки своїм властивостям (гнучкість, мобільність, швидке реагування та пристосування до постійних коливань економічного середовища, інноваційна спрямованість), має важливе значення у формуванні ринкового середовища із конкурентоспроможними елементами, що вкрай необхідно при сучасних глобалізаційних процесах. В Україні він не відіграє важливих функцій в економіці, на перший погляд при оцінці розвитку малого бізнесу України та її областей простежується позитивна динаміка його діяльності, та при детальному аналізі виявлено, що у більшості областей спостерігається зниження частки малих підприємств у ВВП країни, а в деяких областях скорочується зайнятість населення у цьому секторі. Малі підприємства областей, що вважались центрами промисловості та науки, функціонують у сфері торгівлі та послуг.

З метою впровадження дієвих заходів підтримки малого бізнесу сьогодні вже не достатньо здійснювати лише аналіз динаміки та порівняльний аналіз його основних показників. Українцям необхідно використовувати комплексну оцінку стану малого бізнесу, яка б виявляла специфіку діяльності цього сектору окремої області, а також реальні проблеми та потреби його функціонування.

Список використаних джерел до розділу 2

1. *Баканов, М. И.* Теория экономического анализа : учебник / М. И. Баканов, А.Д. Шеремет. – 4-е изд., доп. и перераб. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 416 с.
2. Діяльність суб'єктів малого підприємництва, 2010 : статистичний збірник. – К. : Державний комітет статистики України, 2011.
3. Звіт про хід реалізації Комплексної програми розвитку малого підприємництва в Запорізькій області на 2011-2012 рр., за підсумками 2011 року : Додаток до рішення обласної ради 26.07.2012. – № 15.
4. *Комарницький, І.М.* Регіональна політика організаційно-економічної підтримки малих підприємств : монографія / Комарницький І.М. – Львів : Львівський інститут регіональних досліджень НАН України, 2003. – 236 с.
5. Конкурентоспроможність : проблеми науки та практики : монографія / Під ред. Понаморенка В.С., Кизима М.О., Тищенко О.М. – Розділ 2. – Харків : ФОП Павленко О.Г., ВД «ІНЖЕК», 2010. – С. 169-189.
6. *Лапуста, М.Г.* Малое предпринимательство / М.Г. Лапуста, Ю.Л. Старостин. – М. : ИНФРА-М, 1998. – 320 с.
7. *Лебедева, С.* Как поддерживают малый и средний бизнес в ЕС / С. Лебедева // Бизнес для всех. – 2000. – № 2 (294). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.businesspress.ru/newspaper>.
8. *Лігоненко, Л.К.* Світові тенденції розвитку підприємницької активності та українські реалії // Вісник КНТЕУ. – 2009. – № 5. – С. 47 – 53.
9. Обсяги реалізованої продукції (робіт, послуг) підприємств за їх розмірами за видами економічної діяльності у 2011 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://oblstat.kiev.ukrstat.gov.ua/content/p.php3?c=925&lang=1>
10. Офіційний сайт Головного управління статистики у Дніпропетровській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dneprrstat.gov.ua/>
11. *Пивоваров, М.Г.* Удосконалення методики розрахунку конкурентоспроможності малих підприємств // М.Г. Пивоваров // Держава та регіони. – 2012. – № 1. – С. 156-162.
12. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань регулювання підприємницької діяльності: Закону України від 18.09.2008 № 523-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/523-17>

13. Про затвердження основних підходів до запровадження програмно-цільового методу складання та виконання місцевих бюджетів : Наказ Міністерства фінансів України від 02.08.2010 р. № 805.

14. Про результативні показники бюджетної програми : Наказ Міністерства фінансів України від 10.12.2010 р. №1536.

15. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні : Закон України від 22.03.2012 № 4618-VI [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>

16. Програма розвитку малого підприємництва в Дніпропетровській області на 2009 – 2010 роки (від 10.06.2009 №550-19/V) [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://oblrada.dp.ua/region-programmes>

17. Програма розвитку малого підприємництва у Дніпропетровській області на 2011–2012 роки ([від 30.12.2010 № 47-4/VI](#)) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://oblrada.dp.ua/region-programmes>

18. Регіональна програма підтримки малого підприємництва в Донецькій області на 2011 - 2012 роки. Затверджена рішенням Донецької обласної ради від 29.03.2010 № 6/3-51 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sovet.donbass.com/?lang=ru&sec=02.01&iface=Public&cmd=showdoc&args=id:1852>

19. Статистичний щорічник Запорізької області за 2011 рік. Діяльність малих підприємств. – Запоріжжя, 2012 . – С. 495.

20. Тенденції розвитку малого бізнесу за містами та районами Донецької області в 2011 році: Доповідь / Державна служба статистики України. Головне управління статистики у Донецькій області. – Донецьк, 2012.

Розділ 3

БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ НА МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Для якісної розробки бізнес-плану підприємцю необхідно знати основи економіки бізнесу, маркетингу, менеджменту, фінансів та оподаткування. Бізнес-план є важливим документом для створення та розвитку бізнесу, що описує процес його функціонування і показує, яким чином керівник має намір досягти своїх цілей, в першу чергу, отримати прибуток. Він необхідний для створення нового бізнесу, його розширення, отримання кредиту, успішного продажу іншій особі.

Бізнес-плани підприємства поділяються на види залежно від користувачів, об'єкта планування, а також від повноти подачі інформації. При цьому бізнес-плани орієнтуються на нові або на діючі підприємства, останні, в свою чергу, за метою диференціюються на розвиток, фінансове оздоровлення і реструктуризацію.

Предметом бізнес-планування є розробка економічних, організаційних і фінансових аспектів просування товарів, робіт і послуг до споживача.

Основні цілі бізнес-плану:

- прибутковість товару і фірми в цілому;
- досягнення показників продуктивності праці;
- досягнення мети щодо оволодіння/утримання частки ринку.

Бізнес-план є важливою частиною системи планування на підприємстві, активним коригувальним елементом, що доповнює стратегічний і тактичний плани фірми.

Розробка бізнес-планів для підприємців-початківців має ряд особливостей. Схема нової методики розробки бізнес-планів наводиться на рис 3.1.

Згідно з новою методикою, спочатку розглядається бізнес-ідея підприємця-початківця і формується тема бізнес-плану. Після цього розробляється розділ I «Фірма і її продукт», подається опис бізнесу і його продукту (товар, робота, послуга).

Склавши перший розділ бізнес-плану, підприємець переходить до розрахунку прибутку, який включає розрахунок собівартості та встановлення ціни на товар або послугу. Далі планується обсяг виробництва товару або план послуг по роках:

- за 1-й рік – помісячно;
- за 2-й рік - поквартально.

Наступний етап - розрахунок фінансового плану, де розраховується прогноз обсягу реалізації товару або послуг, прогноз витрат на товар або послуги; визначається очікуваний прибуток за роками:

- за 1-й рік - помісячно,
- за 2-й рік - поквартально.

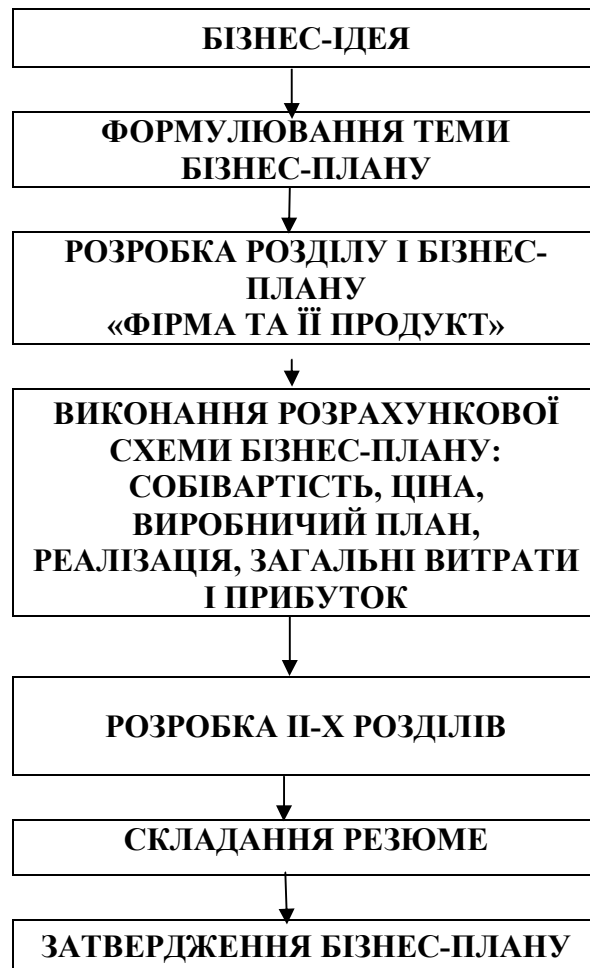


Рис. 3.1. *Схема нової методики розробки бізнес-планів для підприємців-початківців*

Виходячи з розрахункових даних, початківець може побачити перспективу розвитку своєї фірми за наявності достатнього прибутку.

Далі йде формування основних розділів. Один із важливих розділів бізнес-плану - розділ II «Дослідження ринку та збут продукту». У цьому розділі розглядаються споживачі товару або послуг, обґрунтовується попит і «ніша» підприємця на ринку, аналізуються конкуренти, їх слабкі та сильні сторони і визначається конкурентоспроможність продукту підприємця. Далі дається оцінка частки ринку і продажів.

Розділ III «План маркетингу» включає основні складові маркетингу: ціноутворення, політику продажу і рекламну діяльність фірми.

У розділ IV «Планування розвитку фірми» формулюється стратегія фірми по етапах: перший рік, другий рік і на перспективу.

Розділ V «Виробниче планування» включає розрахунок виробничого плану або плану послуг по роках, опис географічного положення виробничих підрозділів і офісу, основи технології та розстановочний штат бізнесу.

Розділ VI «Управління фірмою» присвячено визначенню організаційно-правової форми та організаційної структури

управління, а також опису ключового персоналу, підтримки професійного рівня співробітників.

Розділі VII «Фінансовий план» включає прогноз обсягів реалізації продукції, прогноз надходження та витрат, визначення прибутку, прогноз грошових потоків.

Розділ VIII «Критичні ризики та проблеми» - подається опис основних видів ризиків та заходів їх запобігання.

Розділ IX «Юридичний план» включає законодавчі основи приватного підприємництва та підзаконні акти в якості юридичної основи бізнесу.

Розділ X «Пропозиції фірми з фінансування» присвячено проблемі формування потреби та джерел фінансування, а також використанню фондів розвитку і споживання.

Резюме складається після завершення всіх розділів, але розміщується на початку бізнес-плану.

У резюме підприємець формулює в стислому вигляді основні засади своєї підприємницької діяльності відповідно до розробленого бізнес-плану, спираючись на обґрунтування і розрахунки, роблячи висновок щодо прибутковості та ефективності свого бізнесу.

За період з 2003 по 2009 рр. у Бізнес-центрі Дніпропетровської державної фінансової академії пройшли навчання з курсу «Основи бізнес-планування у підприємницькій діяльності» більше 1000 підприємців-початківців з підготовкою конкретних бізнес-планів, з них 80% організували власний бізнес.

Наведемо приклад резюме бізнес-плану підприємця на тему «Виробництво та реалізація муфельних печей».

На сьогодні у зв'язку з необхідністю розбудови машинобудування в Україні існує потреба в недорогих муфельних печах малого обсягу.

Приватний підприємець (ПП «Кабак») планує виготовлення електричних муфельних печей малого обсягу. Виробництво здійснюється ручним способом із застосуванням спеціального інструменту. Очікуваний обсяг продажу - 30-45 печей на місяць. Кількість співробітників - 4 людини.

Передбачається розпочати випуск п'яти видів печей, які відрізняються розмірами робочої камери і максимальною температурою.

Споживачами даних печей є промислові підприємства металообробної галузі, ремонтні цехи інших підприємств, лабораторії, що застосовують термічну обробку, фірми сувенірної продукції.

Конкурентною перевагою ПП - Кабак А.І. є нові технологічні рішення та індивідуальний підхід до клієнта.

Збут готової продукції передбачається як у роздріб - кінцевим споживачам, так і оптом - посередникам з наданням знижок.

Розвиток фірми планується у декілька етапів:

1 рік - обсяг реалізації готової продукції довести до 380 тис. грн.

2 рік - обсяг реалізації готової продукції довести до 700 тис. грн.

У перспективі планується розширення асортименту продукції (печі високочастотного нагріву, розширення розмірного ряду) і надання супутніх послуг (навчання персоналу, модернізація старих печей).

Планований прибуток: за перший рік - 87,5 тис. грн.;
за другий рік - 165,5 тис. грн.

Таким чином, відповідно до розрахунку даний бізнес є прибутковим і перспективним.

У Додатку А наведено приклад бізнес-плану «Виробництво та реалізація українських електромобілів».

Список використаних джерел до розділу 3

1. Бароу, К. Бізнес-план : практ. посібник; пер. з англ., 3-тє вид. / К. Бароу, П. Бароу, Р. Браун. – К.: Т-во «Знання» КОО, 2002. – 285 с.
2. Бизнес-планирование : учебн. пособие / под ред. проф. Р.Г. Маниловского. – М.: Финансы и статистика, 1998. – 164 с.
3. Гетало, В.П. Бізнес-планування : навч. посібник / В.П. Гетало, Г.О. Гончаров, А.В. Колесник. – К.: Вид. дім «Професіонал», 2008. – 240 с.
4. Методичні рекомендації з розроблення бізнес-плану підприємства : Наказ Міністерства економіки України від 06.09.2006 р. № 290 [Електронний ресурс]. – Режим доступу http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=147532&cat_id=38738
5. Методичні рекомендації щодо складання бізнес-плану (зарубіжний досвід). – К.: МФУ, 1996. – 78 с.
6. Падерін, І.Д. Бізнес-планування : навч. посібник / І.Д. Падерін. – Дніпропетровськ: ДДФА, 2012. – 137 с.
7. Падерін, І.Д. Методика та досвід розробки бізнес-планів для починаючих підприємців // Економіка: проблеми теорії та практики : Зб. наук. пр. - Вип. 207, Т.3. / І.Д. Падерін, Л.О. Сухарева. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2005. – С. 634 – 636.
8. Покропивний, С.Ф. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування : навч. посібник / С.Ф. Покропивний, С.М. Соболев, Г.О. Швиденко. – К.: КНЕУ, 1999. – 160 с.
9. Скворцов, Н.Н. Как разработать бизнес-план предприятия? Практическое руководство для бизнесменов / Н.Н. Скворцов. – К.: Прометей, 1994. – 162 с.
10. Становлення і розвиток малого бізнесу в регіоні : монографія / За заг. ред. Н.І. Редіної. – Дніпропетровськ. – ДДФА, 2008. – 508 с.
11. Тарасюк, Г.М. Планування діяльності підприємства : навч. посібник. – К.: Каравелла, 2003. – 432 с.
12. Теплих, А.С. Бизнес-план / А.С. Теплих. – М.: Ось-89, 1996. – 217 с.

Розділ 4

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ МАЛИМ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

4.1. Принципи формування малим підприємством внутрішнього економічного механізму управління в умовах кризових явищ в економіці

У сучасному середовищі основне завдання стратегічного управління можна визначити як адаптацію малого підприємства до змін у зовнішньому середовищі. Запорука успіху сучасного малого підприємства – розробка адаптивної моделі функціонування, при якій внутрішнє середовище підприємства і його змінні оптимально відповідають вимогам зовнішнього середовища або, як мінімум, не суперечать йому. Кризу необхідно розглядати, перш за все, крізь призму:

1. Галузі і її специфіки, в якій функціонує мале підприємство.
2. Потенціалу самого малого підприємства.

Відносно першого можна відмітити, що далеко не всі галузі потрапляють в резонанс кризи. Говорити про кризу в деяких галузях можна тільки порівнюючи показники діяльності з попередніми періодами; порівнюючи ж показники функціонування галузі із загальними тенденціями економіки, про кризу можна говорити досить умовно.

Другий аспект набагато важливіший. Потенціал малого підприємства, його гармонійний склад і структура – це наглядний показник життєздатності системи. Оскільки не всі господарюючі суб'єкти володіють потенціалом достатнього рівня, то не всі й виживають. Виживають саме ті, хто володіє цим потенціалом. Важливо підкреслити, що теорія потенціалу в соціально-економічних системах різного рівня є управлінською концепцією, народженою вітчизняною (мається на увазі пострадянський простір) наукою і жодної серйозної праці, жодного західного ученого по даній темі немає. Термін «потенціал» у західних учених використовується лише як лексична прикраса [2].

Проте слід зауважити, що, захопившись актуальною темою, вітчизняні автори не завжди розуміють дійсну суть цього явища. На сьогодні можна сміливо стверджувати, що визначення поняття «потенціал» остаточно так і не склалося, при цьому багато хто інтерпретує потенціал підприємства як сукупність тих або інших

ресурсів, основних фондів і так далі, проте проблеми вимірювання потенціалу і окремих його складових, а також механізми управління залишаються, по суті, не вирішеними взагалі.

У вітчизняній літературі часто пропонують використовувати методи управління все тією ж конкурентоспроможністю, при цьому термін «конкурентоспроможність» замінюють на «потенціал» і все викладене інтерпретують вже в контексті потенціалу підприємства. Все це в корені невірно, оскільки концепцію управління потенціалом якраз можна розглядати як альтернативу далеко не досконалої і суто західної теорії управління конкурентоспроможністю [1].

Проведемо межу між такими поняттями як «потенціал» і «конкурентоспроможність». Конкурентоспроможність – здатність об'єкта витримувати суперництво з аналогічними учасниками ринку. Поняття конкурентоспроможності відносне. Іншими словами, мале підприємство конкурентоспроможне, якщо воно краще, ніж все, що є в даний момент часу на конкретному ринку [4].

Існує ще одна особливість. Статистика показує, що більше половини малих підприємств стає банкрутами в період свого зростання, виробляючи при цьому цілком конкурентоздатну і рентабельну продукцію. Конкурентоспроможність – категорія зовнішня і відносна, в основі якої лежать відносини зі споживачами, конкурентами, постачальниками. Конкурентоспроможність не є іманентною властивістю малого підприємства (тобто його внутрішньою, природною якістю). Потенціал же можна інтерпретувати як категорію абсолютну, яка характеризує внутрішню якість об'єкта, основу якого складає технологічна перевага. Під технологією в даному випадку розуміється спосіб вирішення тієї чи іншої задачі.

Ще одна принципова різниця: потенціал – категорія системна, його не можна розглядати і використовувати частково. Тоді як конкурентоспроможність може бути фрагментарна, наприклад, конкурентоспроможність товару, технології, фірми, бренду, галузі та ін. Більш того, теорія управління рекомендує малим підприємствам формувати лише окремі конкурентні переваги, оскільки досягти реальних конкурентних переваг на всіх напрямках неможливо. Співвідношення конкурентних переваг малого підприємства і його потенціалу, а також можливі стратегії розвитку малого підприємства представлені на рис. 4.1.

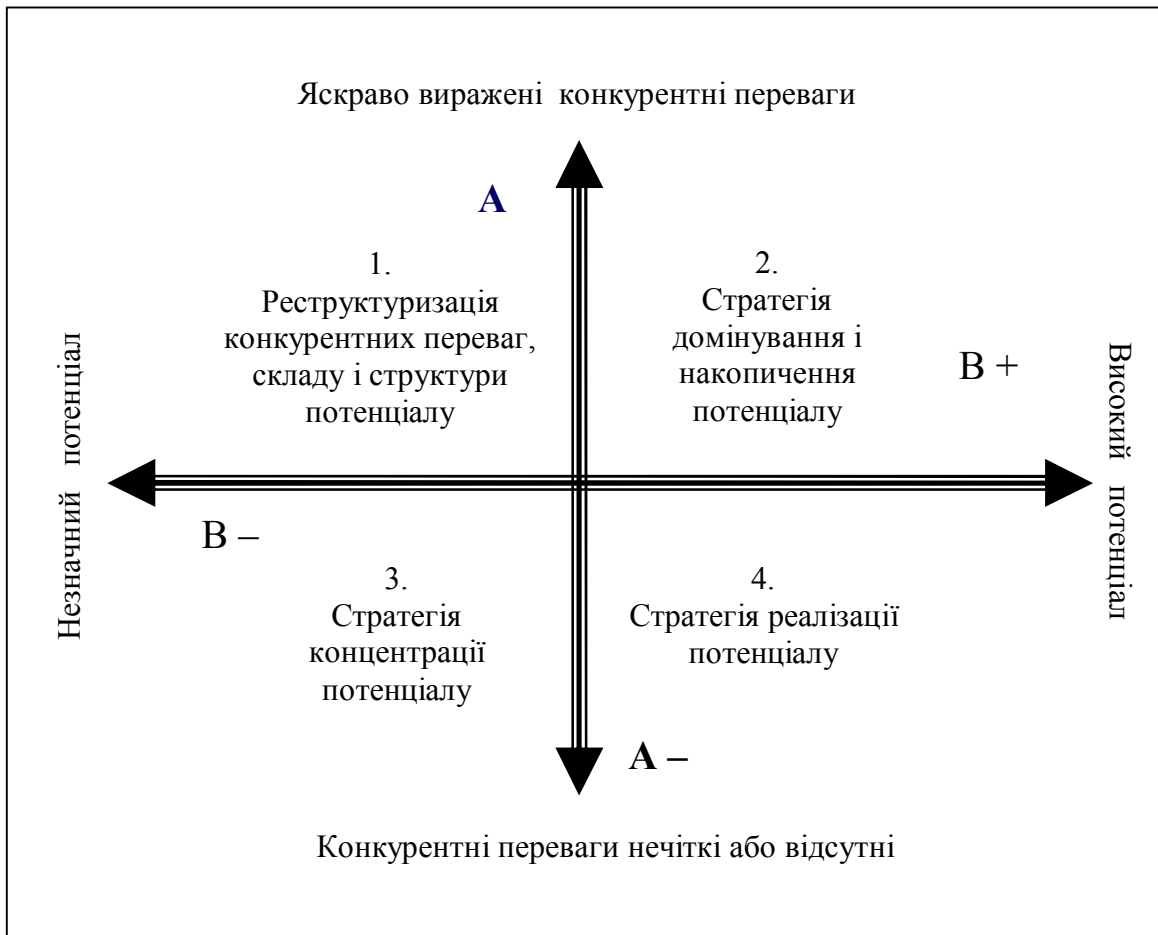


Рис. 4.1. Співвідношення конкурентних переваг малого підприємства і його потенціалу, а також можливі стратегії розвитку малого підприємства

Конкурентоспроможність можна розглядати лише як наслідок наявного потенціалу. Тобто потенціал - основа, на якій можуть бути сформовані ті або інші конкурентні переваги. Проте наявність цих двох категорій не є автоматичною. Підприємство може бути конкурентоздатним, проте з низьким рівнем потенціалу. Така ситуація негативна і незабаром приведе до погіршення ринкового стану малого підприємства, при цьому поверхнєве дослідження і аналіз не дасть правильної відповіді на питання «як вийшло так, що вчора все було добре, а сьогодні все раптом різко стало погано?» Можливі ситуації, коли підприємство не має яскраво виражених конкурентних переваг, проте в нього є значний потенціал. Звичайно, тут гостро постає питання про реалізацію потенціалу малого підприємства [4].

Головна проблема вітчизняного малого бізнесу (не лише бізнесу, але й державного управління) у сфері антикризового управління – це звичка дивитися на проблему однобічно, з тієї точки зору, яка є звичною й простішою. Наприклад, завдання підвищення прибутку малого підприємства, як показують дослідження, в

більшості випадків вирішується шляхом підвищення ціни на готову продукцію. Просто, зрозуміло, швидко.

У другому випадку вибір падає на скорочення витрат, причому найбільш простих і зрозумілих: заробітна плата, скорочення маркетингових витрат, економія канцелярських товарів, скорочення витрат на відрядження і т.д. Так само просто, зрозуміло, швидко. Відсутня необхідність, наприклад, скорочувати прямі матеріальні витрати. Вирішення даної проблеми передбачає удосконалення технологічного процесу кожної окремої операції, перебудову їх, оптимізацію трудового процесу і т. д. Це вже все досить складно.

Варто зупинитися і на такому аспекті як витрати малого підприємства на виробництво і реалізацію продукції. Всупереч сталим стереотипам, які існують у багатьох керівників на рівні інстинктів ще з часів навчання у вузах або на курсах, витрати необхідно не скорочувати, а оптимізувати, а оптимізувати не означає скорочувати. Скорочення витрат – це міра тимчасова і, як правило, малодієва. Більш того, важливо пригадати, що слово «економіка» не походить від слова «економити», це принципова помилка вітчизняних керівників. Економіка є суть раціонального розподілу обмежених ресурсів для досягнення максимального результату.

Проте проблема антикризового управління лежить багато в чому в площині філософії бізнесу. А якщо замислитися над тим, а що таке криза і спробувати дати відповідь з точки зору науки про управління? Криза – це всього лише зміна складу, структури і характеристик елементів зовнішнього середовища підприємства. Що повинен робити менеджмент малого підприємства згідно з все тією ж теорією менеджменту? Адаптуватися, або, іншими словами, під впливом зовнішнього тиску необхідно трансформувати внутрішні механізми, використовуючи інші налаштування і критерії оцінки ефективності його функціонування. Якщо відбувається миттєвий вибух ринку, тобто бурхливе зростання проблема формулюється так само – зміна параметрів зовнішнього середовища. Відповідь така ж – адаптація. Так само в цей період дуже багато тих, хто не вписується в реалії і полишає ринок, але цього чомусь мало хто помічає, кожен зайнятий «приємними» клопотами.

Перша особливість у налаштуванні внутрішніх механізмів малого підприємства полягає в тому, що необхідно зробити перехід від акценту на рентабельність (до чого прагне будь-яке нормальне підприємство) до акценту на платоспроможність й ліквідність. Важливо пам'ятати, що малі підприємства стають банкрутами не тому, що зазнають збитків, а тому, що вони неплатоспроможні. І далеко не завжди перше є причиною другого. Прибуток або збиток – це економічна категорія, тобто проблема економіста на малому підприємстві, а можливість забезпечення функціонування малого підприємства, дефіцит або надлишок грошових коштів – це фінансова

проблема. Витрати і виплати – це різні категорії, доходи і надходження – це різні категорії, прибуток і чисті грошові кошти – це різні категорії. Тут доречно пригадати і про оборотну сторону, явище, яке дуже часто зустрічається в практиці – «парадокс рентабельності», коли мале підприємство прибуткове, але грошей не має і, відповідно, є неплатоспроможним. Як вже було відмічено вище, світова практика показує, що понад половини малих підприємств, які стали банкрутами на момент свого банкрутства були цілком прибутковими. В період кризи мале підприємство повинне отримувати лише той прибуток, який мінімально необхідний для підтримки його режиму функціонування, тобто отримувати «адекватний прибуток». «Адекватний прибуток» як термін може на практиці означати і певний допустимий рівень збитків. Необхідно розуміти, що для того, щоб зробити мале підприємство банкрутом, недостатньо завдати йому збитків – це досить довгий шлях, який не обов'язково приведе до банкрутства. А от при розбалансуванні грошових потоків у часі (надходження і виплат) навіть найрентабельніше підприємство стане недієспроможним. Тобто мале підприємство повинне більше уваги приділяти структурі й складу сукупного грошового потоку, хоча відповідальність за витрати й доходи з нього ніхто не знімає.

Другий аспект функціонування внутрішнього фінансово-економічного механізму малого підприємства в період кризи – це збереження обороту, оскільки на існуючий оборот з часом можна наростити рентабельність. При цьому дослідження показують, що ті малі підприємства, які намагаються зберегти рентабельність за рахунок обороту втрачають і те, і інше. Тому від рентабельності необхідно відмовитися відразу і чекати на кращі умови. Принаймні, коли криза мине, перед малим підприємством не стоятиме інша серйозна проблема – бурхливе зростання бізнесу і, відповідно, питання при його фінансуванні. З точки зору фінансового менеджменту це надзвичайно складне завдання, яке ускладнюється психологічним розслабленням: «Криза позаду, починаємо заробляти», – і втрачається контроль над ситуацією.

Таким чином, ми приходимо до того, що мале підприємство в період зниження кон'юнктури повинне свідомо йти не просто на зниження порогу рентабельності, але навіть і на збитки. Тут виникає питання: наскільки мале підприємство може собі дозволити терпіти збитки в ім'я обороту і платоспроможності? [3].

Тут необхідно торкнутися фінансового механізму функціонування малого підприємства і відмінностей в категоріях «економіка малого підприємства» і «фінансовий менеджмент».

Проблема оборотності дозволяє усвідомити ще один нюанс внутрішнього фінансово-економічного механізму. Припустимо, в малого підприємства річна витратна частина бюджету складає 1,5 млн. грн. Скільки йому реально необхідно грошових коштів для

того, щоб забезпечити виконання всіх витратних статей бюджету? Відповідь все та ж – залежно від кількості оборотів. Якщо оборот один, тоді необхідно шукати 1,5 млн. грн., залазити в борги, залучати кредити банків і так далі. А якщо оборотів три? Тоді на ту ж саму діяльність необхідно знайти 500 тис. грн., а в такій ситуації не потрібні жодні комерційні кредити, банківські позики й інше. Тобто без змін обсягів виробництва і реалізації, технології, матеріалів, асортименту і каналів просування продукції скорочується потреба малого підприємства у фінансових ресурсах.

Оборотність рятує мале підприємство, коли принципово неможливо підвищити такі параметри як ціна або обсяг реалізації і при цьому під тиском зовнішнього середовища скорочується рентабельність операційної діяльності. Це не стискування діяльності малого підприємства – це прискорення процесів, які є рятівними.

Ще один аспект антикризового управління, на якому хотілося б акцентувати увагу – звільнення працівників або відправка їх у відпуски за свій рахунок. Це досить поширена і груба помилка вітчизняних керівників. Перш ніж іти на такий популярний у вітчизняному менеджменті крок, керівникові малого підприємства необхідно відповісти на два принципові питання:

1. Якою частка витрат на оплату праці в структурі собівартості? Ця цифра на вітчизняних малих підприємствах не складає, наприклад, 60%, як це можливо в західних компаніях. Часто вона не перевищує і 10%. Тому якщо, наприклад, частка витрат на оплату праці складає 10%, то навіть скорочення цього фонду на третину дасть ефект всього лише в 3%. Чи це принципово рятує ситуацію, якщо, наприклад, відбувається падіння реалізації на 15, 20 або ще більше відсотків чи відбувається збільшення витратної частини за рахунок зростання курсу долара з 5 до 8,5, тобто на 70%? Відповідь очевидна – ні!

2. Криза рано чи пізно закінчується, починається зростання, необхідний новий набір персоналу. Відразу ж виникає безліч нюансів. Перший – колишні працівники пішли до конкурентів, хоча б тому, що даному підприємству і його керівництву вже не довіряють, оскільки їх залишили в скрутну хвилину, так що їх реакція є цілком очевидною. Працівники опинилися без джерел існування, а жити їм необхідно, тому цілком зрозуміло, що вони стануть шукати нову роботу, нехай навіть на гірших умовах. При цьому вони знають всі плюси і мінуси того підприємства, де вони працювали. Другий – знов набрані працівники спочатку не зможуть видавати ту ж продуктивність і майже напевно допускать більше помилок, при цьому необхідний час на те, щоб персонал притерся один до одного. Не слід необачно заявляти, що це їх проблеми; все, що відбувається всередині підприємства – це проблеми керівництва і власників цього підприємства. Третє – після якогось недовгого терміну, коли, здавалося б, проблема вирішена, працівник сам може піти,

порахувавши умови не прийнятними, а ринок розвивається і вимагає професіоналів, і все починається знов. Дослідження показують, що продуктивність праці нового працівника, що викликана у тому числі й культурно-психологічним шоком, нижча мінімум на 25-30%, а інколи і на 50%, ніж досвідченого. Четверте – в період підйому може утворитися дефіцит кваліфікованих кадрів, це вже означає додаткові втрати. Проблема полягає в тому, що витрати на оплату праці на малому підприємстві, яке опинилося в скрутному становищі, цілком реальні й легко калькулюються, а віртуальних і невідчутних витрат у майбутньому немає.

Всі помилки менеджменту можна розділити на дві категорії: системні, викликані фрагментарним мисленням, коли немає розуміння того, що мале підприємство – складний механізм, ефективність якого залежить не стільки від якості окремих елементів, скільки від взаємозв'язків між ними. Це означає, що менеджмент підприємства не бачить всього спектра можливих рішень, він затиснутий у своєму сприйнятті на дуже обмеженому колі апробованих, простих і в цілому очевидних рішень. Управлінська проблема вкладається в прокрустове ложе і все зайве просто відкидається, тобто для зручності й розуміння ситуація свідомо спрощується.

І другий тип помилок – це ситуативні, тобто локальні помилки, спричинені нестачею інформації, часу, кваліфікації або досвіду окремих виконавців.

Перший тип помилок, як правило, переважає на вищих рівнях управління, має наслідки в далекій перспективі й на перших стадіях себе практично ніяк не проявляють. Другий тип помилок виникає на нижчих рівнях управління і при досить ефективній системі контролю «відловлюється» або виправляється, не несучи в собі серйозних наслідків для перспектив малого підприємства.

Запорука успіху в антикризовому управлінні – це якраз системне бачення всіх взаємозв'язків у зовнішньому і внутрішньому середовищі малого підприємства. Можливо, навіть не вдаючись у нюанси й деталі того чи іншого процесу або окремих операцій, важливо розуміти всю сукупність зв'язків цих процесів між собою. Сучасний вітчизняний менеджмент страждає тим, що є реактивним стилем управління, і в своїй більшості управлінські рішення направлені на нейтралізацію наслідків якихось явищ або процесів. Не розуміючи істинності причинно-наслідкових зв'язків, приймаються точкові рішення як реакція на ситуацію, але якщо в період сприятливої кон'юнктури такий стиль менеджменту і подібні помилки компенсуються наростаючими можливостями, які надає зовнішнє середовище, то в період кризи, в період, коли всі нервові закінчення оголені, будь-яка така помилка, саме системна, генерує цілу низку непередбачених наслідків (рис.4.2). Як власне, і у всій економіці. Яким є генезис будь-якої економічної кризи? Допущено системну

помилку, яка призвела до порушення функціонування якогось сектору в економіці. Далі проблеми цього сектору зачіпають суміжні галузі – споживачів і конкурентів, і так за ланцюжком.

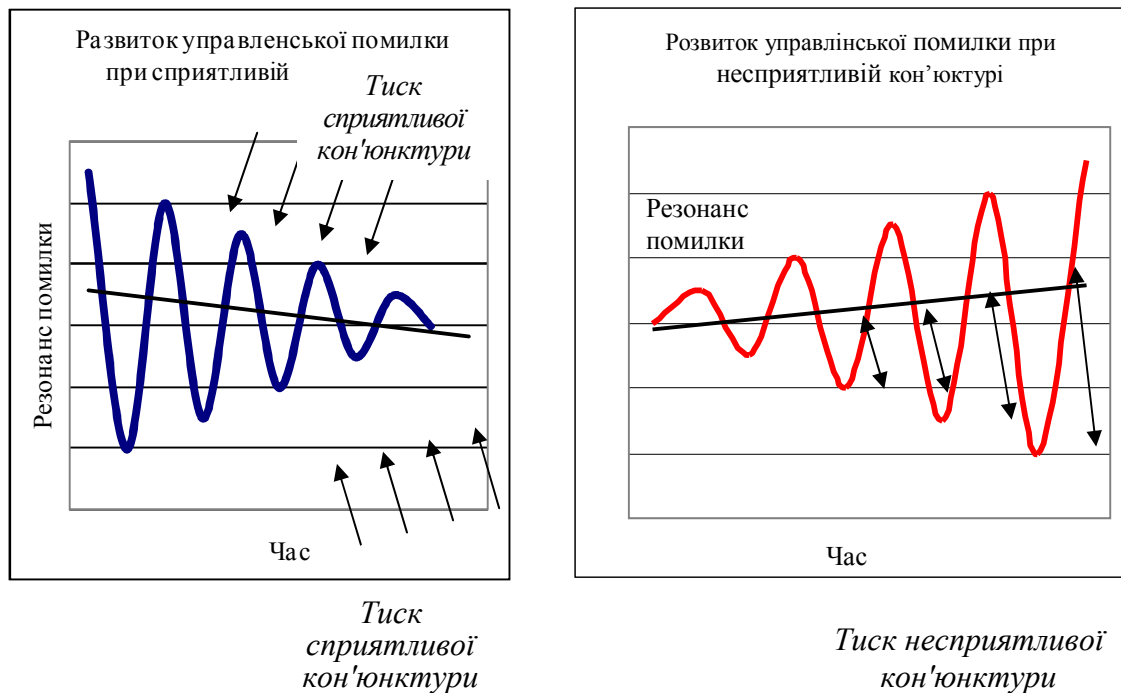


Рис. 4.2. Резонанс помилки при різних кон'юнктурах ринку

Коли відбувається збій, наприклад, у певному процесі, то за ним як наслідок порушується другий, третій процес і так далі, а в період сприятливої економіки ця хвиля, є згасаючою, оскільки зовнішнє середовище, кон'юнктура цю хвилю стискає і десь на k -ому етапі наслідки помилки зводяться практично до нуля.

Коли йде несприятлива кон'юнктура, то зовнішнє середовище лише розгойдує амплітуду коливань, і ця резонансна хвиля є вже наростаючою. Наприклад, помилилися з вибором постачальника сировини, внаслідок чого готовий товар вийшов трохи дорожчий. Як вимушена міра, було призначено ціну вищу ніж в основних конкурентів, додано бюджет просування (додаткові витрати), продано, зароблено на обороті трохи менше. При сприятливій кон'юктурі наслідки першої помилки мінімальні і можуть бути компенсовані другим, третім оборотом.

От, власне, і вся різниця в цих помилках. Часто можна чути реакцію менеджерів, які говорять: ми працювали нормально, приймали рішення, і все було добре, а тепер ми робимо все те ж саме, але при цьому лише заганяємо себе в стан цугцвангу (позиція в шахах, коли будь-який хід, який би не зробив гравець, лише погіршує його позицію). Помилки ті ж самі допускалися і раніше, просто тоді вони не мали таких наслідків.

Необхідно відзначити, що утворююча мета будь-якого малого підприємства або його місця в середовищі – це виробництво певних благ та отримання певного розміру прибутку (рис. 4.3).

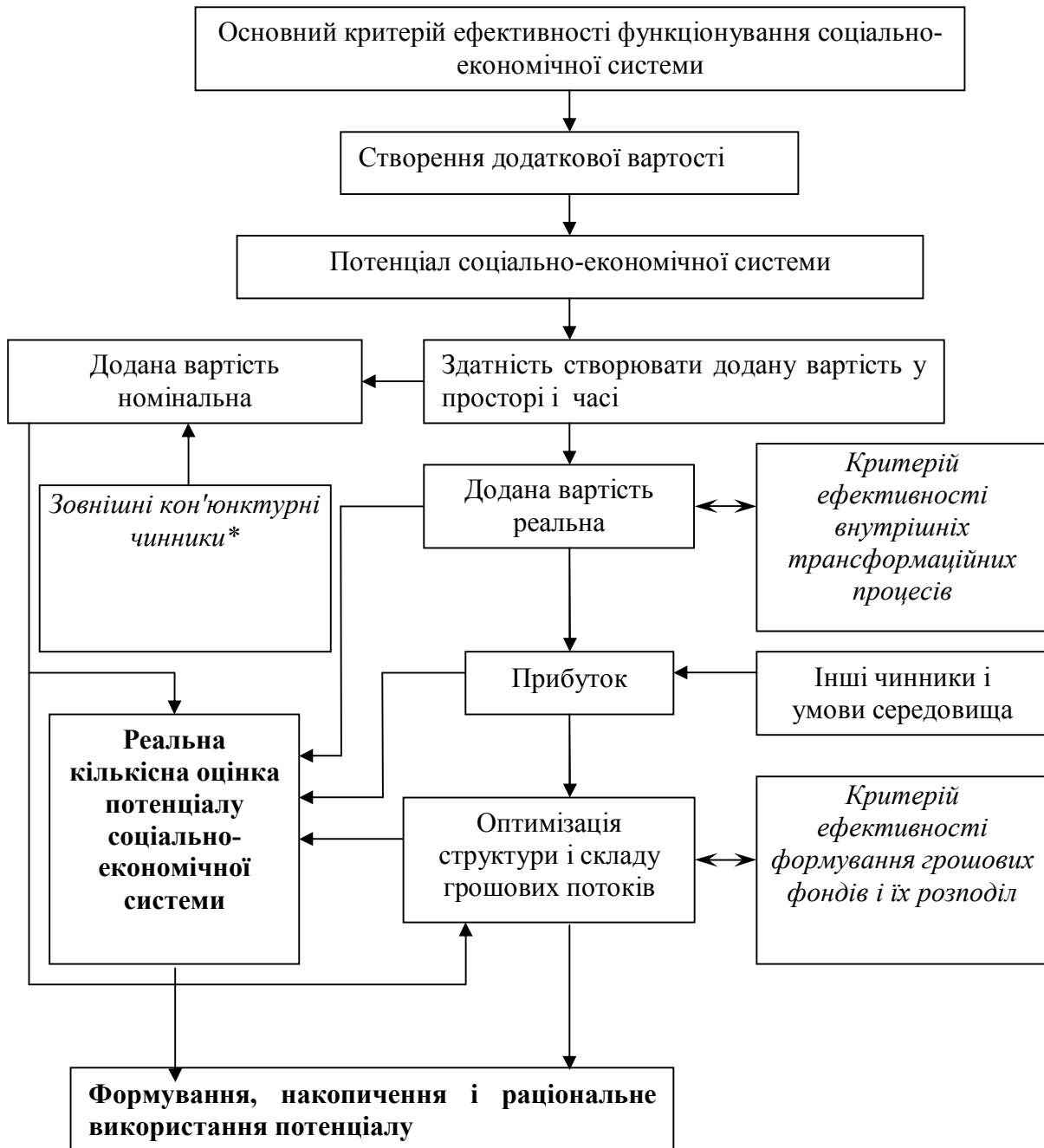


Рис. 4.3. Загальна схема формування потенціалу соціально-економічної системи

* дефіцит товару, цінова позиція, платоспроможність населення, монополізм і т.д. [14].

4.2. Формування та розвиток потенціалу як цільова функція системи управління малим підприємством

Потенціал малого підприємства якісний склад і кількісне співвідношення його складових роблять його здатним функціонувати і створювати додаткову вартість.



Рис. 4.4. Порядок розробки системи управління потенціалом малого підприємства

Примітка: розроблено автором

Розробка системи потенціалів, яка може бути покладена в основу побудови системи управління малим підприємством, включає декілька етапів (рис. 4.4).

На першому етапі структуризації потенціалу малого підприємства здійснюється функціональна декомпозиція. Така структуризація якнайповніше відповідає існуючим принципам побудови організаційних структур управління і функціонування малого підприємства (Додаток Б):

- *маркетинговий потенціал* розглядатимемо як здатність підприємства забезпечувати кількісні і якісні «виходи» системи, тобто можливості пошуку та ідентифікації потреб певних сегментів ринку. Маркетинговий потенціал можна так само охарактеризувати і як здатність підприємства приваблювати споживача до своєї продукції;

- *виробничий потенціал* розглядатимемо як здатність виробничої системи забезпечити випуск продукції із заданими властивостями, певного рівня якості і в обсязі, який відповідає потенціалу попиту;

- *фінансовий потенціал* - здатність підприємства забезпечувати поточну і перспективну діяльність необхідними фінансовими ресурсами, тобто забезпечувати рух в ланцюжку «збут – виробництво – закупівлі» шляхом генерації фінансових потоків певного складу і структури;

- *організаційно-управлінський потенціал* – здатність менеджменту підприємства створювати ефективну систему взаємодії між всіма елементами потенціалу.

Запропонована класифікація визначає основну місію того або іншого функціонального напрямку в єдиній системі управління потенціалом підприємства. Далі відповідно до основного призначення того або іншого функціонального підрозділу відбувається його деталізація, тобто виділення складових елементів.

Необхідно зробити загальні зауваження по запропонованій класифікації.

По-перше: всі функціональні елементи необхідно розглядати в двох аспектах: стратегічному і оперативному або тактичному.

Виходячи з цього, потенціал малого підприємства можна розділити на дві складові:

1. Стратегічний потенціал.
2. Операційний потенціал.

У складі потенціалу малого підприємства мають бути елементи, наявність яких дозволяє швидко і якісно відтворювати елементи, яких не вистачає. Такі елементи формують стратегічний потенціал підприємства, каркас жорсткості, що дозволяє підприємству вести стійку цілеспрямовану діяльність у довгостроковому періоді. Сюди можна віднести, наприклад, імідж підприємства, його торгові марки, корпоративну культуру, технологічну базу, наукові розробки і тому подібне [15, 16]. Дана складова є умовною константою, оскільки не може бути змінена в короткостроковому періоді. Низький рівень даної складової дуже негативно відбивається на поточній діяльності підприємства і веде до перевитрати поточного (операційного) потенціалу. Недолік стратегічного потенціалу підприємства можна компенсувати операційним потенціалом, проте така компенсація буде

неадекватною, оскільки розтрата операційного потенціалу зростатиме в геометричній прогресії.

Існують також елементи, які доцільніше формувати під вирішення певного кола завдань, по мірі необхідності. Це операційний потенціал підприємства, який формують такі змінні, як ресурси (окрім персоналу), обладнання, будівлі, споруди, а також цінова політика, витратний механізм і т. д.

По-друге: одним із найбільш важливих аспектів буде якість взаємозв'язків між окремими підсистемами, тобто якість з'єднувального потенціалу. Для цього необхідно перейти на принципи процесно-операційної побудови системи управління.

Оскільки система є сукупністю взаємозв'язаних елементів, при цьому на загальну продуктивність системи більшою мірою робить вплив якість не стільки самих елементів, скільки зв'язків між ними слід зазначити також ще один важливий аспект в управлінні потенціалом підприємства. Потенціал малого підприємства можна представити в двох формах (рис. 4.5):

– елементний потенціал, який є сукупністю окремих елементів зовнішнього і внутрішнього середовища (матеріальні ресурси, фінансові ресурси, обладнання, постачальники, споживачі і т. п.);

– з'єднувальний потенціал, який забезпечує взаємозв'язки між окремими елементами (система управління підприємством, система цілей і завдань, комунікаційна система, система ухвалення управлінських рішень, знання, досвід і т. п.).

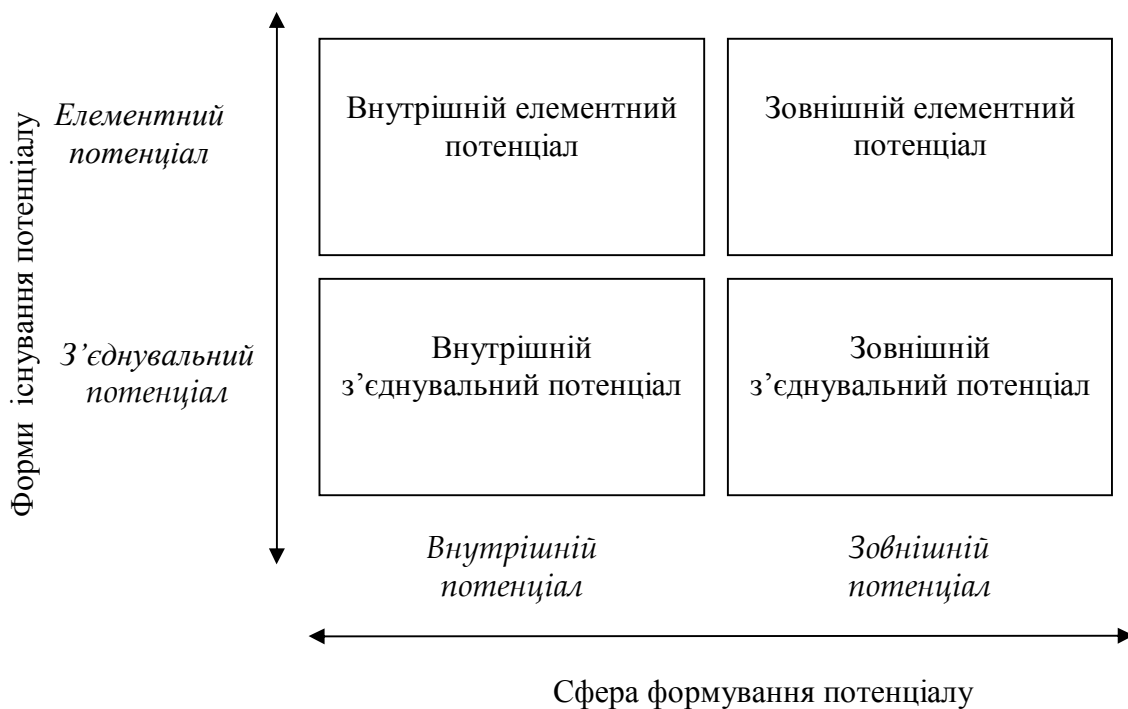


Рис. 4.5. Структура потенціалу підприємства

Примітка: розроблено автором

З'єднувальний потенціал дозволяє з окремих елементів системи будувати процеси, які формують вихідні потоки (готова продукція), адекватні вихідним вхідні потоки (чинники виробництва), а також процеси перетворення вхідних потоків у вихідні.

По-третє: при побудові дієвої системи управління потенціалом відбувається розподіл цілей, завдань, виконуваних функцій між функціональними напрямками з тим, аби виключити дублювання [5; 11]. Підійдемо детальніше до розгляду даної проблеми:

1. У блоці виробничого потенціалу ми виділяємо як одну зі складових ресурсний потенціал, при цьому одним із завдань фінансового менеджменту зазвичай є управління оборотними коштами.

2. Маркетологи як один з методів просування продукції на ринок використовують надання кредитів покупцям, проте у функціях фінансового менеджменту одним з найважливіших завдань є управління дебіторською заборгованістю.

3. У проектуванні нового товару генератором ідеї виступає маркетингова складова, проте у вирішенні даної проблеми істотну увагу необхідно приділяти технологічному, технічному, інфраструктурному й організаційному проектуванню, що є складовою частиною виробничого і організаційного управлінського потенціалу тощо.

В четверте: у запропонованій класифікації такі елементи потенціалу, як інноваційний потенціал і потенціал трудових ресурсів розділені функціонально. Інноваційний потенціал фактично представлений трьома складовими: інновації в сфері створення нових продуктів, інновації у сфері нових технологій і управлінські інновації. Всі три типи інновацій взаємозв'язані між собою, проте можуть реалізовуватися і паралельно. Відповідно до стратегії діяльності підприємства, яка визначає принципи і пріоритети розвитку, рушійною силою в рівній мірі можуть виступати і товарні інновації, і технологічні, і управлінські. При цьому необхідно відзначити, що цілі, завдання, методи і механізми управління в кожному виді інноваційної діяльності відрізнятимуться. Тому, на наш погляд, при побудові системи управління потенціалом малого підприємства доцільніше буде саме такий функціональний розподіл.

Відносно трудових ресурсів можна відзначити таке. Незважаючи на схожість понять, трудовий потенціал виробничого, обслуговуючого персоналу і трудовий потенціал адміністративно-управлінського персоналу принципово різні. Характеристики, що становлять критерії оцінки, методи управління (особливо мотивації) і багато чого іншого – все це дає нам підстави першу частину трудових ресурсів розглядати як складову виробничого потенціалу (ресурсний потенціал), а другу – як складову організаційно-управлінського потенціалу.

По-п'яте: на відміну від класичних класифікацій, де інформація розглядається як ресурс, ми її розглядатимемо як елемент з'єднувального потенціалу. Це пов'язано з тим, що інформація важлива не просто як масив даних, пріоритетне значення має її рух та ефективність процесів у ній. Інформаційний потік повинен виникати в потрібному місці, рухатися в потрібному напрямі, даний рух повинен здійснюватися максимально швидко при мінімумі втрат і т. д. Лише в разі свого руху, тобто комунікаційного потоку, інформація зможе виконувати ті функції, які на неї сьогодні покладають. Тому розглядати її тільки як ресурс не зовсім коректно.

Доведено, що в умовах науково-технічного прогресу швидко зростає роль інформації [6]. Структурований і систематизований масив інформації (знання) стає цінним життєвим продуктом. Інформація за своєю значимістю все більше прирівнюється до стратегічних ресурсів. Вона визнана елементом виробництва і тому є невід'ємною частиною виробничого потенціалу підприємства. Причому вона відіграє не допоміжну, а єдину функцію відносно інших елементів виробничого потенціалу, об'єднуючи їх у єдине ціле. Обмін інформацією дозволяє регулювати функціонування системи, сприяє підвищенню продуктивності живої праці, ефективності використання предметів праці й енергетичних ресурсів, допомагає підняти рівень та ефективність технологій і т. д.

Інформація повною мірою відповідає ознакам елементу виробничого потенціалу. Вона володіє великим ефектом заміщення, а значить, дозволяє системі бути гнучкіше, економити ресурси, інформаційна складова в технологічному оснащенні дозволяє заміщення живої праці і т.д.

Отже, управління потенціалом – цілеспрямоване формування складу і структури елементів, що створюють потенціал і встановлюють взаємозв'язки між ними. Формуванням потенціалу малого підприємства є процес ідентифікації і створення спектра можливостей, його структуризації й побудови певних організаційних форм для стабільного розвитку й ефективного відтворення.

Процес управління потенціалом малого підприємства містить у собі такі напрями:

- а) формування підсистем управління потенціалом;
- б) оцінка поточного потенціалу системи в цілому і окремих її елементів;
- в) формування необхідних елементів системи;
- г) надання існуючим елементам системи нових властивостей;
- д) встановлення і оптимізація взаємозв'язків між існуючими елементами;
- е) виведення елементів із системи.

Особливо слід виділити, що формування і нарощування потенціалу малого підприємства – завдання надзвичайно складне і воно повинно вирішуватися в двох паралельних напрямках:

1. Підбір елементів з необхідними характеристиками і оптимальна організація всередині підсистеми, тобто встановлення адекватних взаємозв'язків між окремими елементами.

2. Встановлення паритету між підсистемами, тобто поєднання характеристик, потреб і можливостей всієї окремо взятої підсистеми з іншими компонентами системи, що забезпечується відповідністю і взаємозв'язками з конкретними елементами інших підсистем.

На сьогоднішній день у теорії менеджменту виділяють декілька підходів до управління потенціалом. Серед основних виділимо такі [12]:

1. Системний підхід є одним із найбільш популярних у процесі формування потенціалу підприємства. На першому етапі на основі маркетингових досліджень спочатку формуються параметри виходу товару: що робити, з якими показниками якості, з якими витратами, для кого, в які терміни, за якою ціною.

На другому етапі формуються параметри входу: необхідні ресурси та інформація для реалізації внутрішніх бізнес-процесів. Потреба в якості і кількості ресурсів та інформації прогнозується після вивчення вимог до організаційно-технічного потенціалу підприємства і параметрів зовнішнього середовища. Спочатку формулюються вимоги до «виходу» системи, потім – до «входу» і зовнішнього середовища, і тільки потім – до реалізації внутрішніх бізнес-процесів. Для забезпечення необхідного рівня виходів системи спочатку необхідно забезпечити високу якість входів, а потім високу якість реалізації процесу і взаємодії із зовнішнім середовищем.

2. Маркетинговий підхід означає побудову системи управління «від споживача». Тобто формування будь-яких елементів потенціалу і встановлення взаємозв'язків між ними має бути засноване на аналізі й прогнозуванні ринкових потреб, а також на прогнозуванні конкурентоспроможності виробника. Маркетинговий підхід як пріоритет формування потенціалу підприємства передбачає підвищення цінності кінцевого результату (виходу системи) відповідно до потреб споживачів.

3. Функціональний підхід передбачає пошук нових рішень для задоволення існуючих або потенційних потреб. Безпосередньо потреба представляється як сукупність функцій або дій, які потрібно виконати для її задоволення. Основою даного підходу служить досить популярний метод функціонально-вартісного аналізу. Після визначення всієї сукупності функцій розробляється декілька альтернативних варіантів формування потенціалу для їх виконання і обирається той, який забезпечує максимальну ефективність сукупних витрат.

4. Відтворювальний підхід орієнтований на постійне відновлення виробництва продукції з меншою ресурсоемністю і вищою якістю порівняно з аналогічною продукцією, наданою ринку для задоволення потреб поточних і потенційних клієнтів. Основою такого підходу є обов'язкове застосування бази порівняння показників кращої аналогічної продукції в процесі планування відтворювального процесу.

5. Інноваційний підхід орієнтований на активізацію інноваційної діяльності, засобами якої мають бути чинники виробництва і управління.

6. Нормативний підхід полягає в розробці системи індикативних показників для створення елементів потенціалу. Встановлені нормативи повинні відповідати вимогам обґрунтованості, комплексності, ефективності і перспективності вживання. Проте даний підхід не можна розглядати як цілісний і самостійний. В його рамках можна виділити декілька вже існуючих управлінських технологій (управління по цілях, управління вартістю підприємства, управління по результатах тощо), які з успіхом можуть бути використані, але всі вони розглядаються лише як частина цілісної системи управління підприємством.

7. Оптимізаційний підхід реалізується через визначення кількісних оцінок і встановлення залежності між окремими елементами потенціалу за допомогою економіко-математичних і статистичних методів обробки інформації. В процесі формування потенціалу підприємства основний акцент робиться на дослідженні посилення взаємозв'язків, об'єднанні і посиленні взаємодії між окремими його елементами.

8. Ситуаційний підхід заснований на альтернативності досягнення цілей і забезпеченні максимальної адаптації до умов конкретної ситуації в процесі формування потенціалу підприємства.

9. Структурний підхід передбачає структурування і визначення значущості, а також вироблення пріоритетів серед елементів потенціалу з метою встановлення раціональності співвідношення й підвищення обґрунтованості розподілу ресурсів між ними.

Однак, як показує практика, всі підходи залишаються на рівні теорії, оскільки й досі не існує практичного механізму побудови системи управління сукупним потенціалом підприємства на основі того чи іншого підходу.

В цілому можна відзначити, що характерними особливостями системи управління потенціалом підприємства є [16]:

- комплексність проблем і необхідність вивчення єдності технічних, економічних, соціальних, психологічних, управлінських та інших аспектів;
- зростання кількості зв'язків між об'єктами;
- динамічність ситуацій;
- дефіцитність ресурсів;
- підвищення рівня стандартизації й автоматизації виробничих і управлінських процесів;
- посилення ролі управлінського чинника тощо.

Окремо слід виділити, що в процесі побудови системи управління потенціалом підприємства особливу увагу необхідно приділяти синергії. Синергія властива будь-якій системі. Закон синергії стверджує, що для будь-якої системи існує такий набір елементів, при якому її потенціал буде або простішим суми потенціалів елементів, які до неї входять, або істотно меншим. Додаткова ефективність або втрата ефективності виникає завдяки раціональному підбору елементів і встановленим взаємозв'язкам між ними. Синергія може мати подвійний прояв: прямий і опосередкований. Пряма користь - збільшення чистих грошових потоків від якнайповнішого використання потенціалу підприємства. Вона формується на основі операційної, управлінської і фінансової синергії. Операційна синергія – зниження операційних витрат за рахунок взаємодії маркетингового, фінансового і логістичного потенціалів.

Управлінська синергія – економія за рахунок оптимальної взаємодії елементів організаційної структури управління.

Фінансова синергія – зниження витрат і обсягу фінансових ресурсів, що залучаються, за рахунок збалансованості фінансових потоків підприємства.

Опосередкована користь виражається в збільшенні сукупної вартості потенціалу підприємства або зміні мультиплікатора «ціна/прибуток».

Результати проведених досліджень доводять: головна складність аналізу складу і структури потенціалу підприємства полягає в тому, що всі його елементи функціонують одночасно і у взаємозв'язку [8]. Кожен елемент вузько спеціалізований і виконує покладену на нього конкурентну функцію. Отже, закономірності розвитку потенціалу можуть бути розкриті не як окремо взяті закономірності розвитку його складових, а лише як їх поєднання. Звідси – очевидне безглуздя спроб виявлення ролі кожного з елементів виробництва окремо. Використання спеціальних методів математичної статистики може дати лише спотворені результати. Тому найбільш об'єктивним методом дослідження складу і структури елементів потенціалу підприємства як складної системи представляється системний підхід.

Результатом проведених досліджень є параметрична модель управління потенціалом підприємства (додаток В).

Найважливішою особливістю сучасної системи управління малим підприємством в цілому і управління потенціалом зокрема є багатоцільова спрямованість. Управління підприємством за своєю суттю є цільовим управлінням, в основі якого лежить система цілей на заданому тимчасовому і просторовому проміжку. Для досягнення стійкого становища будь-яке підприємство повинне прагнути до досягнення декількох цілей одночасно і таким чином вирішувати

цілий комплекс завдань. Всю сукупність цілей зазвичай представляють у вигляді піраміди або дерева, біля підніжжя якого знаходиться основна мета існування підприємства - отримання прибутку.

Сучасний етап розвитку соціально-економічних відносин такий, що в успішній діяльності будь-якої організації зацікавлено декілька різних груп, чиї інтереси далеко не завжди збігаються, а в більшості випадків суперечать один одному.

Багатоцільовий підхід до діяльності малого підприємства викликаний відходом від класичних принципів ухвалення рішень, в основі якого лежить оптимізація і перехід на використання методів субоптимізації. Субоптимізація – пошук рішення, яке задовольняє більшість зацікавлених груп або відповідає більшості параметрів (рис. 4.6).

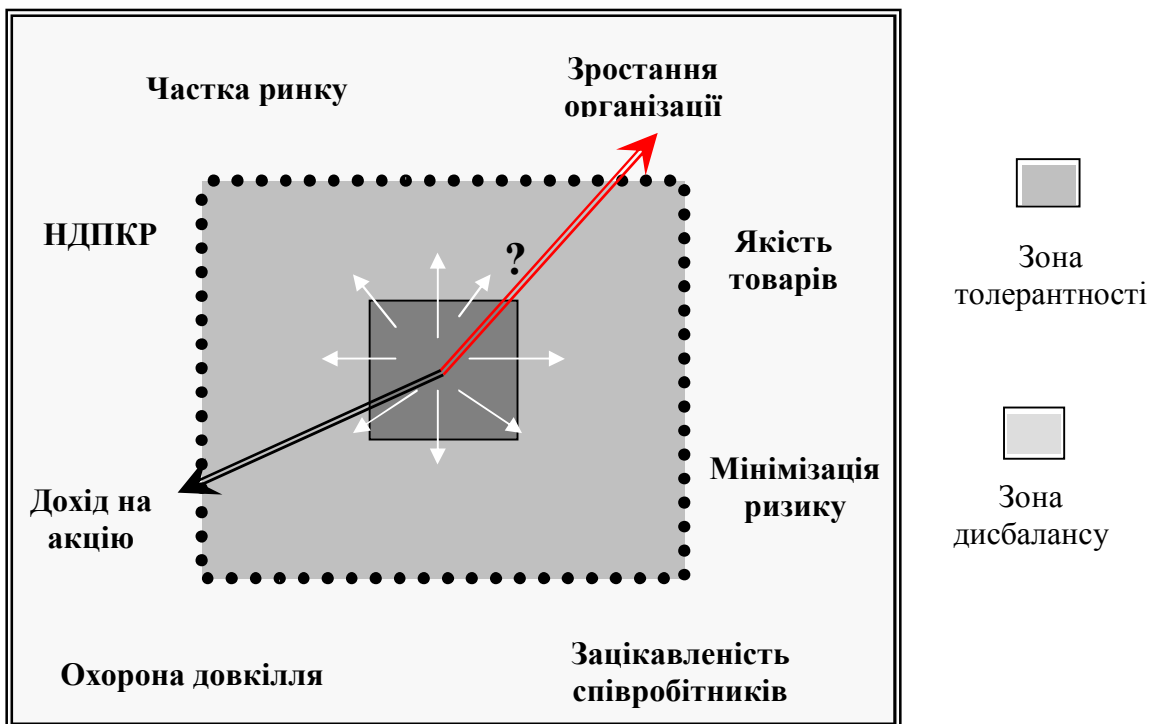


Рис. 4.6. Узгодження цілей при формуванні потенціалу

Примітка: розроблено автором

Субоптимальне рішення далеко не завжди є оптимальним, яке можливе лише теоретично. Це викликано такими причинами:

1) Діяльність будь-якого підприємства і стан його потенціалу не можна описати одним показником. У більшості випадків у тій сукупності показників, якими описується підприємство, присутні взаємовиключення.

2) Множинністю цілей, що необхідно для відображення різноманітності взаємозв'язків елементів потенціалу як усередині системи, так і її зв'язків із зовнішнім середовищем.

Будь-яке підприємство складається з безлічі індивідів і груп, які орієнтовані на досягнення цілей, але в той же час ставлять свої інтереси вище.

Значення кожної з цих груп неоднакове. Недооцінювати, так само як і переоцінювати, вплив кожної з них не варто. Для того, щоб уникнути серйозних конфліктів, необхідно, щоб в організаційній структурі підприємства були присутні підрозділи або виконавці з відповідними завданнями, які б контролювали взаємини з тими або іншими групами (споживачі – відділ маркетингу, постачальники – відділ МТЗ (матеріально-технічних засобів), акціонери – фінансовий відділ і т. д.).

3) Довгострокові і короткострокові цілі підприємства не завжди сумісні як у часі, так і за змістом.

4) Практично будь-яке управлінське рішення приймається в умовах невизначеності й недостатчі ресурсів, тому якщо і вдається знайти критерій оптимальності, його практично неможливо досягти.

Якщо в разі наявності однієї мети (завдання) узгодження з нею елементів потенціалу не викликає складностей, то для безлічі різновекторних цілей (завдань) воно утруднене і не завжди можливе. Звідси витікає, що цілі мають бути в певному значенні узгодженими, щоб їх вирішення (або екстремальні значення) визначалися єдиною характеристикою. Втім, таку вимогу слід визнати цілком природною, оскільки система не може бути призначена для вирішення абсолютно різноспрямованих, різнорідних завдань. В цілому, можна виділити три зони узгодженості цілей: зона абсолютної узгодженості, зона толерантності і зона дисбалансу.

В тому випадку, якщо початкова система цілей має велику область розкиду (зона дисбалансу), то вона має бути згрупована за якимись спільними властивостями, які дозволяють віднести кожну підсистему цілей до деякої сфери, що входить в компетенцію однієї з функціональних підсистем підприємства. Тоді для підсистем визначаються свої (приватні) потенціали, узгоджені лише із завданнями даних підсистем, а спільний потенціал системи вже узгоджується з приватними потенціалами (або глобальними цілями).

Виходячи з вищезазначеного, можна сформулювати основні проблеми системного аналізу з використанням поняття потенціалу [5; 8; 10]:

а) Проблема досяжності цілей (вирішення завдань, достатності потенціалу). Вирішення даної проблеми передбачає відповідь на

питання: чи достатній потенціал системи для досягнення цілей, для яких призначена дана система? При виконанні умов узгодженості цілей ця проблема коректна і може бути формалізована таким чином. Визначимо мінімальний рівень потенціалу, при якому цілі $Z_1 \dots Z_n$ досяжні (йдеться про завдання в постановці досягнення граничного значення): $p(x) \rightarrow \min$

Нехай мінімальне допустиме значення мети є p^* . Можна сказати, що рівень p^* для системи S означає принцип достатності, а цілі системи досяжні при значенні потенціалу $p \geq p^*$.

Коли цілі системи формулюються як граничні або екстремальні, то принцип достатності втрачає зміст, тому, на нашу думку, зручнішою й адекватнішою є вимога досягнення граничних значень (для завдань на екстремум має сенс вводити додаткові умови типу узгодження екстремальних значень).

б) Проблема ранжирування систем. Ранжирування і порівняння між собою систем можуть проводитися за різними показниками. Проте якщо таких оцінок багато, то результати можуть виявитися малоінформативними.

Для певніших висновків потрібно вводити деякі агрегати. Оскільки потенціал за умови узгодженості є виразом системи цілей, то він ідеально підходить для ранжирування. У такій якості він може використовуватися як для порівняння різних варіантів побудови системи, так і для зіставлення систем різного рівня.

в) Проблема безпеки (граничне значення збереження дієздатності системи). По властивості потенціалу стабільність системи забезпечується при значенні потенціалу як мінімум більше нуля, тому близькі до нуля значення потенціалу сигналізують про небезпеку розпаду системи. Проте і значення нижче p^* говорять про недостатність потенціалу для вирішення, принаймні, деякої частини завдань. Тому безпеку системи можна пов'язати з принципом достатності $p \geq p^*$. У загальному вигляді проблема безпеки може формулюватися як вимога досягнення деякого граничного рівня потенціалу \bar{p} , ухвалення рішень, що задається системою.

г) Проблема координації. У теорії складних систем проблема координації підсистем є центральною. Для її вирішення використовуються різні підходи. У контексті теорії потенціалу підприємства як системи її можна сформулювати таким чином: хай система складається з m підсистем, а завдання системи згруповані і кожна група віднесена до деякої підсистеми.

Для кожної підсистеми, що розглядається на етапі аналізу як окрема система зі своїм набором завдань, визначений потенціал, що задовольняє умові узгодженості.

Якщо загальний потенціал системи, що відображає ієрархію, $P_0 = h_0(p_1, \dots, p_m)$, тоді завдання координації можна формулювати або як проблему безпеки $p_0 \geq \bar{p}_0$ для заданого граничного значення загального критерію, або як завдання досягнення максимально можливого значення загального критерію при обмеженнях і зв'язках, які накладають на потенціали підсистем умови вирішення відповідних завдань.

д) Проблема управління потенціалом. Якщо в статичній мові може йти про оцінку потенціалу, визначення його достатності, порівняння потенціалів, то в динаміці можна говорити про управління потенціалом.

Можна сформулювати безліч завдань управління потенціалом, відповідних типовим способам опису завдань управління (безперервні і дискретні, з фіксованим і нефіксованим часом і т.д.).

е) Проблема конфліктної взаємодії систем. Аналіз конфліктних ситуацій складає предмет теорії ігор, досить повно висвітлений в літературі. Розгляд конфліктів з позицій системного аналізу дозволяє змістовніше досліджувати внутрішньосистемні і міжсистемні протиріччя. Зокрема, агреговані моделі розподілу ресурсів між підсистемами підприємства дають за деяких умов відповідь на питання про існування стратегічної стабільності (стійкої рівноваги) при конкурентній взаємодії.

Виходячи з багатоцільової орієнтації системи потенціалів підприємства, можемо виділити такі чинники його формування (рис. 4.7).

При управлінні потенціалом підприємства кожна змінна має бути направлена на посилення потенціалу підприємства.

Дослідження доводять, що при такій постановці завдання можливе послаблення одних складових за умови, що змінні параметри своєю позитивною дією компенсують це послаблення. Запропонована система чинників являє собою більший простір для ухвалення управлінських рішень. Існує безліч варіантів щодо можливих змін і накладених обмежень.

Однак з цієї ж причини підсумковий результат може бути реальним або уявним, оскільки тут домішується суб'єктивний чинник – розставляння пріоритетів, що повністю в компетенції керівника. Для вирішення можуть бути вибрані як актуальні в даній ситуації питання, так і другорядні, обумовлені сценарієм або звичкою. Існує також проблема виміру чинників потенціалу і їх взаємозалежності. Наприклад, прохідність інформації тісно пов'язана з мотивацією персоналу і системою стимулювання; виділити один чинник, визначити міру його впливу на інші представляється надскладним завданням.

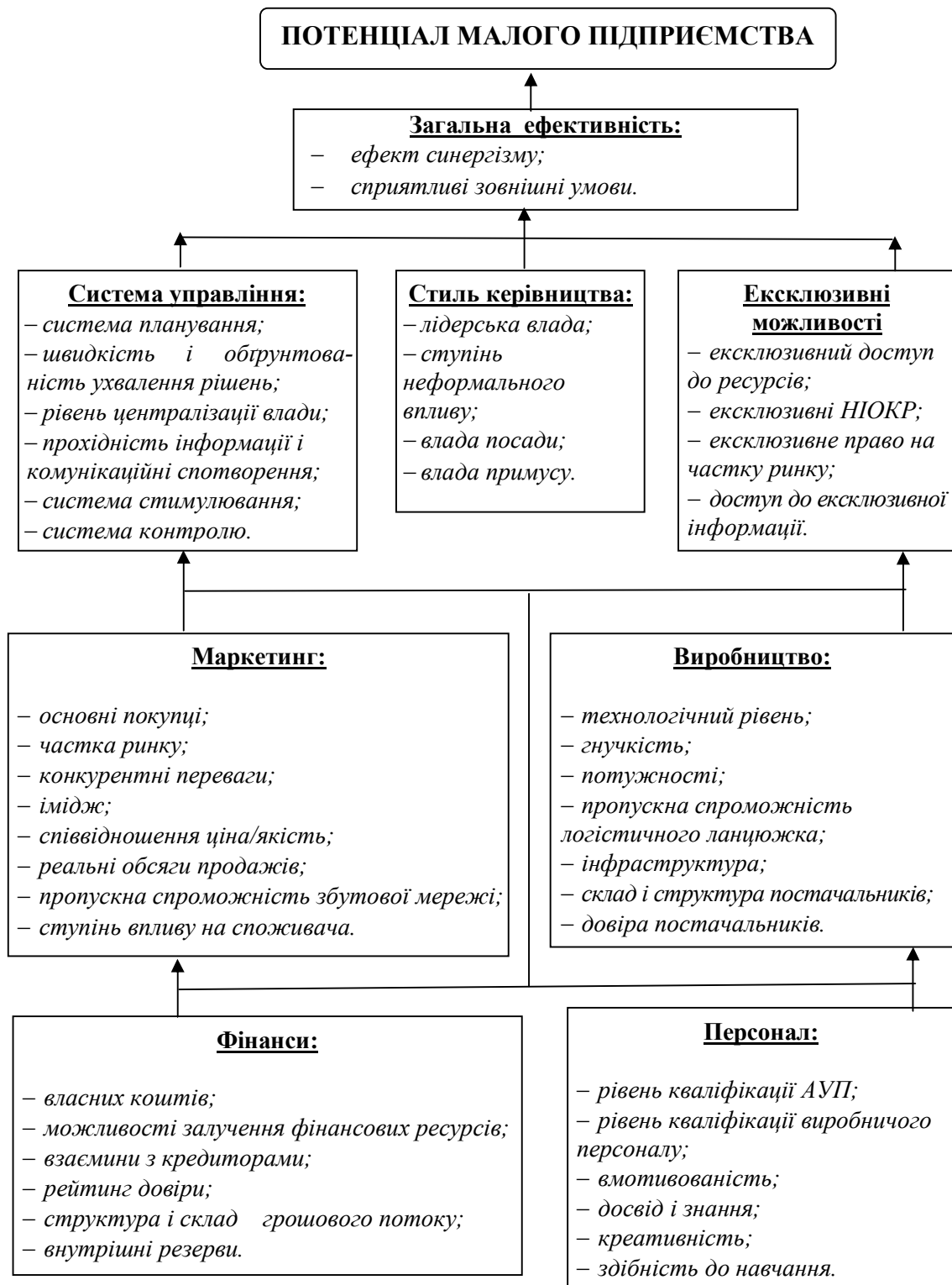


Рис. 4.7. Чинники потенціалу малого підприємства

Примітка: розроблено автором

Визначено, що сучасній рівень науково-технічного прогресу вимагає дотримання гнучкості організації діяльності підприємства. Традиційні принципи організації орієнтовані на сталий характер

виробництва – стабільну номенклатуру продукції, спеціальні види обладнання й т.п. Швидка зміна обладнання, перебудова його планування викликали б невиправдано високі витрати, і це стало б гальмом технічного прогресу; неможливо також часто змінювати виробничу структуру (просторову організацію ланок). Тому в умовах швидкого оновлення номенклатури продукції змінюється технологія виробництва і, як наслідок, технологія управління. Це висунуло нову вимогу до організації діяльності та формування потенціалу підприємства – гнучкість, що означає швидку переналагоджуваність процесів. Гнучкість підприємства має три прояви:

I. Гнучкість системи – здатність підприємства реагувати на зміни кон'юнктури ринку та в найкоротші строки переформатувати основні та допоміжні бізнес-процеси та провести реінжиніринг операційної системи.

II. Гнучкість технологічних процесів – здатність підприємства адаптувати окремі бізнес-процеси шляхом модифікації або заміни окремих технологічних та управлінських операцій виходячи з тактичних завдань діяльності підприємства.

III. Гнучкість робочої сили – здатність робочої сили сприймати нові тенденції в діяльності підприємства та в найкоротші терміни знаходити рішення нових завдань (знаходити оптимальні комбінації операцій та бізнес-процесів).

Широкі можливості підвищення гнучкості організації діяльності підприємства дає використання типових процесів виконання окремих стадій виробництва. Наприклад, побудова змінно-потоківих ліній, на яких без їх перебудови можуть виготовлятися різні моделі або продукція різного призначення, ефективно створення гнучких автоматизованих виробництв, заснованих на застосуванні роботів і мікропроцесорної техніки.

Рівень організації бізнес-процесів повинен відповідати ряду вимог та ґрунтуватися на певних принципах: пропорційність, паралельність, прямоточність, ритмічність.

Пропорційність припускає відповідність пропускної здатності (відносної продуктивності на одиницю часу) всіх структурних підрозділів підприємства [7]. Ступінь пропорційності може бути охарактеризований величиною відхилення пропускної здатності (потужності) кожного бізнес-процесу від запланованого ритму розробки, виробництва й реалізації продукції:

$$\sigma = \sqrt{\sum_1^m \frac{(h - h_2)}{m}}, \quad (4.1)$$

де m – кількість бізнес-процесів або стадій створення продукту;
 h – пропускна здатність окремих робочих зон (операцій або процесів);

h_2 – запланований ритм випуску продукції.

Пропорційність у діяльності підприємства припускає виключення перевантажень при вирішенні завдань у будь-яких функціональних зонах, тобто виникнення «вузьких місць» і недовикористання потенціалу в інших ланках, що є передумовою рівномірної роботи підприємства й забезпечує безперебійний хід.

Базою дотримання пропорційності є правильне проектування підприємства, оптимальне сполучення основних, допоміжних, обслуговуючих і управлінських процесів. Однак за сучасних темпів технологічного переоснащення, зі зміною технологічної складової виробництва змінюються всі бізнес-процеси та взаємини між елементами організаційної системи. Впровадження нових технологічних рішень (як технічних, так і управлінських) змінює сталі пропорції й ритми в діяльності підприємства й вимагає змін у суміжних процесах.

Пропорційність у діяльності підприємства підтримується також своєчасною заміною знарядь праці, підвищенням рівня механізації й автоматизації діяльності, шляхом змін у технології управління й безпосередньо виробництва і т.д.

Під *паралельністю* розуміється одночасне протікання декількох операцій у межах одного або декількох суміжних процесів. Чим ширше фронт робіт, тим менше тривалість технічних і управлінських циклів по створенню й реалізації продукції.

Рівень паралельності бізнес-процесу або деякої сукупності однорідних процесів може бути охарактеризований за допомогою коефіцієнта паралельності K_n , що обчислюється як співвідношення тривалості операційного циклу при паралельному виконанні відповідної сукупності операцій $T_{пр.ц}$ і фактичної його тривалості $T_{ц}$:

$$K_n = \frac{\sum_1^n T_{пр.ц}}{\sum_1^n T_{ц}}, \quad (4.2)$$

де n – кількість бізнес-процесів.

Безперервність забезпечує, насамперед, прискорення оборотності коштів, що, у свою чергу, дозволяє використовувати для досягнення певного результату меншу кількість ресурсів. Вона досягається в процесі виконання кожної операції шляхом скорочення

допоміжного часу (між- і внутрішньоопераційних часових інтервалів), при передачі об'єкта операційного управління (матеріалу, напівфабрикату, готової продукції, документа або інформації) з одного робочого місця на інше й на малому підприємстві в цілому.

Скорочення між- та внутрішньоопераційних часових інтервалів пов'язане з вибором найбільш раціональних методів сполучення й узгодження часткових процесів у часі. Ступінь безперервності того чи іншого бізнес-процесу або групи процесів може бути охарактеризований коефіцієнтом безперервності K_n , що обчислюється як співвідношення тривалості технологічної частини операційного циклу $T_{ц.тех}$ і тривалості повного операційного циклу $T_{ц}$:

$$K_n = \frac{\sum_1^m T_{ц.тех}}{\sum_1^m T_{ц}}, \quad (4.3)$$

де m – загальна кількість бізнес-процесів.

При реалізації даного принципу в діяльності підприємства найбільшою проблемою є усунення міжпроцесних часових інтервалів, особливо якщо це пов'язано з істотними технологічними відмінностями й значними просторовими переміщеннями. Багато в чому це пояснюється тим, що кожний окремо взятий процес має свого «замовника», «виконавця» і «власника», тому при його закінченні відбувається зміна цих параметрів. Окремо можна виділити розриви між технічними й управлінськими процесами. Наприклад, відвантаження товару зі складу й документарне оформлення; ухвалення рішення про пріоритетність (або послідовність) замовлень і їх безпосереднє виконання.

Безперервність розглядається в трьох аспектах:

- безперервної участі в процесі предметів праці – сировини, напівфабрикатів, готової продукції;
- безперервного завантаження основних фондів і раціонального використання робочого часу;
- безперервного руху інформації, що відображає стан тих чи процесів і несе в собі управлінські рішення.

Однією з передумов безперервності виробництва є *прямоточність*, що являє собою забезпечення мінімальної кількості операцій, що необхідно виконати, і найкоротшого шляху проходження об'єкта операційного управління. Прямоточність характеризується коефіцієнтом $K_{пр}$, що представляє співвідношення тривалості операцій з переміщення об'єкта управління $T_{тр}$ до загальної тривалості операційного циклу $T_{ц}$:

$$K_{\text{пр}} = 1 - \frac{\sum_1^j T_{\text{тр}}}{\sum_1^n T_{\text{ц}}}, \quad (4.4)$$

де j – кількість операцій переміщення.

Відповідно до цієї вимоги взаємне розташування інфраструктури й обладнання на території підприємства, а також планування виробничих і управлінських приміщень повинні відповідати вимогам виробничого процесу. Потік матеріалів, напівфабрикатів, виробів та інформації повинен бути поступальним і найкоротшим, без зустрічних і зворотних рухів.

Для забезпечення повного використання обладнання, матеріальних, інформаційних і людських ресурсів, а також робочого часу важливе значення має *ритмічність*, що є основним принципом організації.

Рівномірний випуск означає виконання в рівні проміжки часу однакової або поступово зростаючої кількості бізнес-процесів. Ритмічність виробництва виражається в повторенні через рівні проміжки часу приватних виробничих процесів на всіх стадіях виробництва і здійсненні на кожному робочому місці в рівні проміжки часу однакового обсягу робіт, утримування яких залежно від методу організації робочих місць може бути однаковим або різним.

Ритмічність діяльності – одна з основних передумов раціонального використання всіх елементів потенціалу підприємства. При ритмічній роботі забезпечується повне завантаження обладнання, нормальна його експлуатація, раціоналізується використання матеріально-енергетичних ресурсів, часу робітника. При цьому забезпечення ритмічності є обов'язковим для всіх підрозділів виробництва – основних, обслуговуючих і допоміжних цехів, матеріально-технічного постачання і особливо управлінських підрозділів. Неритмічна робота кожної ланки призводить до порушення нормального ходу виробництва.

Рівень ритмічності може бути охарактеризований декількома показниками:

- дисперсія;
- асиметрія розподілу;
- середнє абсолютних значень відхилень даних від середнього;
- стандартне відхилення;
- ексцес безлічі даних.

У цьому випадку як значення X може прийматися або обсяг виробленої продукції, або середня кількість виконуваних операцій (технічних і управлінських) у змін.

Можна використовувати й більш складні показники, наприклад:

– коефіцієнт кореляції Пірсона, що відображає ступінь лінійної залежності між двома масивами даних.

– F -розподіл імовірності, наприклад, можна проаналізувати, чи розрізняється розкид кількості й інтенсивності результатів для технічних і управлінських операцій.

При більш складному розрахунку ритмічність розглядається як взаємозв'язок технічних і управлінських операцій і процесів [7]. У такому випадку оцінюється кореляція виробничих і управлінських процесів.

Порядок повторення виробничого процесу визначається виробничими ритмами. Необхідно розрізняти ритм випуску продукції (наприкінці процесу), операційні (поточні виробничі) ритми, а також ритм запуску (на початку процесу). Методи організації ритмічної діяльності залежать від особливостей спеціалізації підприємства, характеру виготовленої продукції й рівня організації виробництва. Проте необхідно відзначити, що основним є ритм запуску продукції.

Результати проведених досліджень доводять, що ритм запуску породжує резонанс усередині системи. При відсутності реакції з боку керівництва підприємства виникає ситуація, представлена на рис. 4.8.

Ритм запуску продукції збільшує діапазон коливань інших ритмів.

Нарощування амплітуди коливання відбувається через існуючу строго впорядковану послідовність функціонування внутрішнього механізму підприємства: план реалізації продукції (замовлення) > план виробництва продукції > план матеріально-технічного постачання > фінансовий план. Фактично процес ЗАМОВЛЕННЯ > СИРОВИНА > ВИРОБНИЦТВО > ПОСТАВКА > ОПЛАТА розірваний в часі й деякою мірою не визначений, тобто кожний наступний етап можливий лише при настанні попередніх, і тільки після цього можливі певні операції й процеси.

Частково амплітуда коливань згладжується:

- a) запасами сировини й матеріалів на складі;
- b) запасами готової продукції на складі;
- c) використанням напівфабрикатів;
- d) стабільною номенклатурою;
- e) мінімізацією асортименту;
- f) масовим виробництвом.

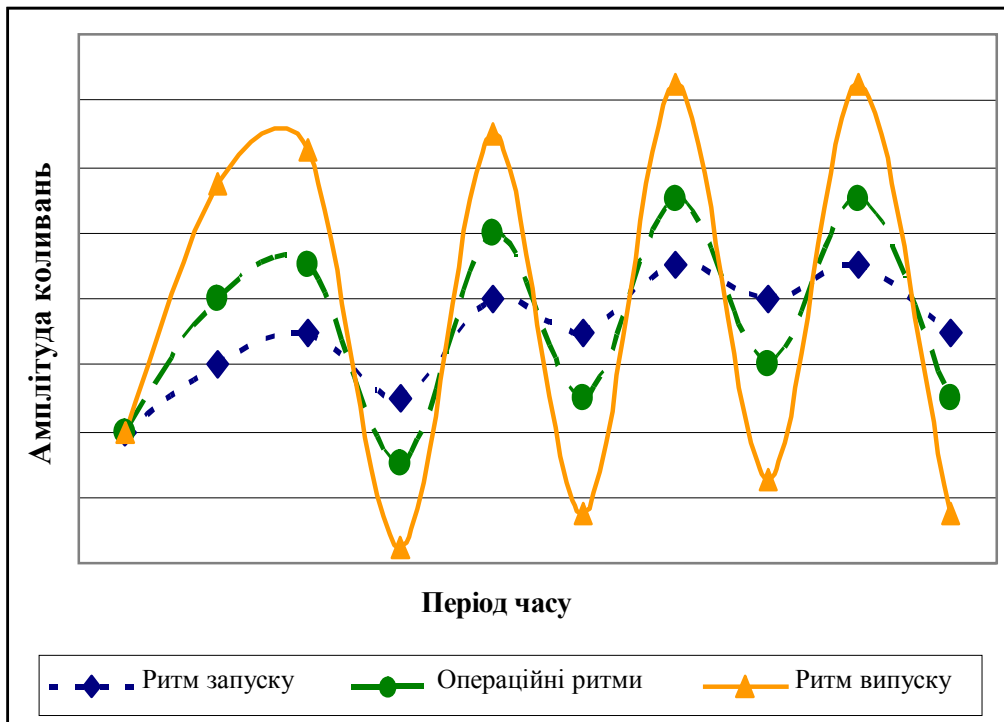


Рис. 4.8. Резонанс виробничих ритмів підприємства

Примітка: розроблено автором

Однак все вищезазначене несе в собі безліч негативних аспектів. Слід відмітити, що подібний резонанс уводить у коливання не тільки внутрішні цикли підприємства, але в певній мері й постачальників, і споживачів.

Доведено, що одним із найважливіших принципів побудови системи управління потенціалом підприємства й організації діяльності є її комплексність, наскрізний характер. Сучасні процеси виготовлення продукції характеризуються зрощуванням і переплетенням основних, допоміжних і обслуговуючих процесів. При цьому спостерігається істотна реструктуризація бізнес-процесів – все більше місце в загальному операційному циклі займають управлінські, допоміжні й обслуговуючі процеси. Це пов'язано з відставанням механізації й автоматизації обслуговування виробництва в порівнянні з оснащеністю основних виробничих процесів. За цих умов усе більш необхідною стає регламентація технології й організації виконання не тільки основних, але й допоміжних процесів.

4.3. Методологічні аспекти оцінки потенціалу малого підприємства

Методологічну основу формування системи управління потенціалом підприємства складають загальна теорія систем, концепція проект-менеджменту *project management* і процесний підхід

в управлінні. Саме ці три концепції дозволяють створити дієвий управлінський механізм, який буде орієнтований на формування, нарощування і адекватне використання потенціалу підприємства. Загальна теорія систем є методологічною основою як для самого поняття «потенціал», так і для малого підприємства як складної соціально-економічної системи.

В ході проведених наукових досліджень визначено, що методологічні положення формування та функціонування системи управління потенціалом підприємства мають базуватися на таких складових:

1. Оцінка як потенціалу підприємства, так і окремих його складових має проводитися з точки зору визначення рівня організованості або внутрішньої якості системи.

2. Методологічною основою безпосередньо стратегічного і тактичного управління потенціалом підприємства в умовах сучасного середовища є технологія проект-менеджменту.

3. Одним з найголовніших принципів теорії систем (а потенціал за своєю суттю є складною системою) є цілеспрямованість та ієрархічність. Виходячи з цієї цільової спрямованості системи потенціалів підприємства, необхідно визначити операційну систему підприємства, орієнтовану на виконання ключові функції – створення кінцевого продукту, що має бути реалізований у зовнішньому середовищі. Операційна система підприємства будується навколо основного виробничого процесу, тому операційна система в цілому та виробничий процес зокрема є найважливішою ланкою системи потенціалів, без якої формування потенціалу підприємства неможливе взагалі.

4. Процесно орієнтований підхід у формуванні організаційно-аналітичного забезпечення управління потенціалом підприємства, що передбачає управління потенціалом підприємства не на основі функціонального поділу системи управління підприємством, а на основі бази основних та допоміжних процесів та операцій.

Незважаючи на безліч наукових праць, проблема оцінки потенціалу малих підприємств є дуже складною і малодослідженою. Загальна помилка всіх існуючих на сьогоднішній день досліджень у галузі розробки методів оцінки потенціалу малого підприємства полягає в тому, що дослідники використовують стандартні показники, розглядаючи стандартні залежності, надаючи їм лише нову форму і не змінюючи методологічної суті.

Якщо виходити із суті самого поняття потенціалу малого підприємства і саме його закладати в систему аналізу, то на перший план виходять не одиничні оцінки окремих граней складного поняття, а саме розуміння сутності взаємозв'язків, спрямованості трансформацій окремих змінних і виявлення найбільш перспективних

напрямів розвитку комплексного та складного поняття потенціалу малих підприємств. Важливо відзначити специфічну особливість у теорії систем, яка є методологічною основою аналізу формування показників потенціалу підприємства та оцінки ефективності виробничо-господарської діяльності малих підприємств – цілісність, тобто організацію взаємодії окремих підсистем та елементів і різноманіття реакцій і напрямів розвитку системи і окремих її змінних.

Дослідження показують, що сучасне мале підприємство характеризується великим набором взаємопов'язаних факторів, для яких характерні такі особливості, як: практична неможливість точного вимірювання початкових координат системи; відсутність стабільної структури та періодичність системоутворюючих процесів; асинхронність і неритмічність впливу зовнішніх факторів і як наслідок нерегулярність прояву властивостей; відсутність чіткого критерію функціонування; можливість зміни заданої мети руху системи; імовірнісний характер процесів параметрів, що робить неможливою формалізацію процесів; відсутність стаціонарності внутрішніх і зовнішніх характеристик процесів.

Найбільш простий спосіб аналізу потенціалу малого підприємства – через такі показники, як:

1. Річна виробнича потужність.
2. Річний валовий обсяг продукції, робіт, послуг (виручка).
3. Величина доданої вартості, умовно-чистої або кінцевої продукції.
4. Чистий річний дохід / обсяг виробленої чистої продукції.
5. Річний балансовий прибуток від основної діяльності при можливих варіантах цінової стратегії підприємства.
6. Чистий прибуток після сплати податків тощо.

Загалом представлені показники дають загальну оцінку потенціалу малих підприємств, оскільки є інтегральним відображенням якості всієї сукупності внутрішніх процесів на малому підприємстві, однак такий підхід не дає відповіді на два принципових питання:

1. За рахунок чого було досягнуто або не досягнуто такі показники?
2. Якими є найбільш перспективні шляхи формування або реалізації потенціалу малого підприємства?

Крім того, дослідження показують, що виходячи з потреби формування дієвої системи управління, такий підхід не є ефективним, оскільки не розкриває всього різноманіття взаємозв'язків та напрямів трансформації змінних потенціалу малих підприємств.

Визначення сутності поняття потенціал, як це було зазначено раніше, передбачає, що потенціал принципово формується з двох складових:

I. Матеріальна – включає якість ресурсів (матеріали, трудові, фінансові ресурси тощо), основних фондів, інфраструктури, що використовується або можуть бути використані.

II. Нематеріальна – включає систему взаємозв'язків між окремими матеріальними елементами та систему забезпечення функціонування (включає бізнес-процеси (рух матеріалів, інформації, вартості та фінансових ресурсів), організаційне, соціально-психологічне та інформаційно-аналітичне забезпечення процесів (компетенції) (рис. 4.9).



Рис. 4.9. Структуризація складових потенціалу підприємства [18]

Виходячи з того, що потенціал підприємства за своєю природою є системним поняттям, відзначимо, що найбільш важливим аспектом у його формуванні є нематеріальна складова – саме вона визначає

здатність підприємства функціонувати та перетворювати потенційні можливості в реальні результати. Саме вона визначає спроможність підприємства встановлювати якісні гнучкі зв'язки між окремими елементами свого потенціалу. Отже, виходячи з цього, потенціал можна визначити як рівень організованості або внутрішню якість соціально-економічної системи. При цьому рівень організованості бізнес-процесів на малому підприємстві є відображенням компетенцій підприємства. Використання системи управління потенціалом спрямоване на оптимізацію організації виробництва й управління підприємством, і, таким чином, на поліпшення бізнес-процесів підприємства.

Філософія управління потенціалом підприємства визначає, що досягти досконалості (певного ідеалу) неможливо, але до нього потрібно весь час прагнути. Визначимо рівні досконалості, чи, інакше кажучи, рівні поліпшення бізнес-процесів підприємства (BPI) та, відповідно, рівня організованості системи (рис 4.10).

У практиці діяльності підприємств можна виділити чотири рівні організації бізнес-процесів шляхом реалізації наявних компетенцій:

1) Хаос – дисбаланс та протиріччя системи комерційних, виробничих і фінансових цілей, характеризується відсутністю системного погляду, підприємство являє собою сукупність відокремлених елементів.

2) Контроль – загальне балансування системи комерційних, виробничих і фінансових цілей підприємства на основі чіткої організації і виконання обліку та контролю бізнес-процесів на підприємстві. Підсистеми, орієнтовані на виконання цих функцій, є домінуючими та структуроутворюючими в системі управління, на якій зав'язані всі комунікаційні потоки.

3) Стандартизація – розробка стандартів та формалізація основних і допоміжних бізнес-процесів, спрощення основних бізнес-процесів на малому підприємстві, що, перш за все, веде до скорочення ділових циклів та оптимізації витрат.

4) Оптимізація – активне управління бізнес-процесами та пристосування їх під рішення конкретних завдань; мобільність і адаптивність бізнес-процесів до умов зовнішнього середовища, можливість підприємства формувати ринок.

Кожен рівень розвитку потенціалу підприємства на основі організації бізнес-процесів можна охарактеризувати з погляду цінності готової продукції і критеріїв керованості процесів, тобто оцінки бізнес-процесів на повноту і адекватність (точність).

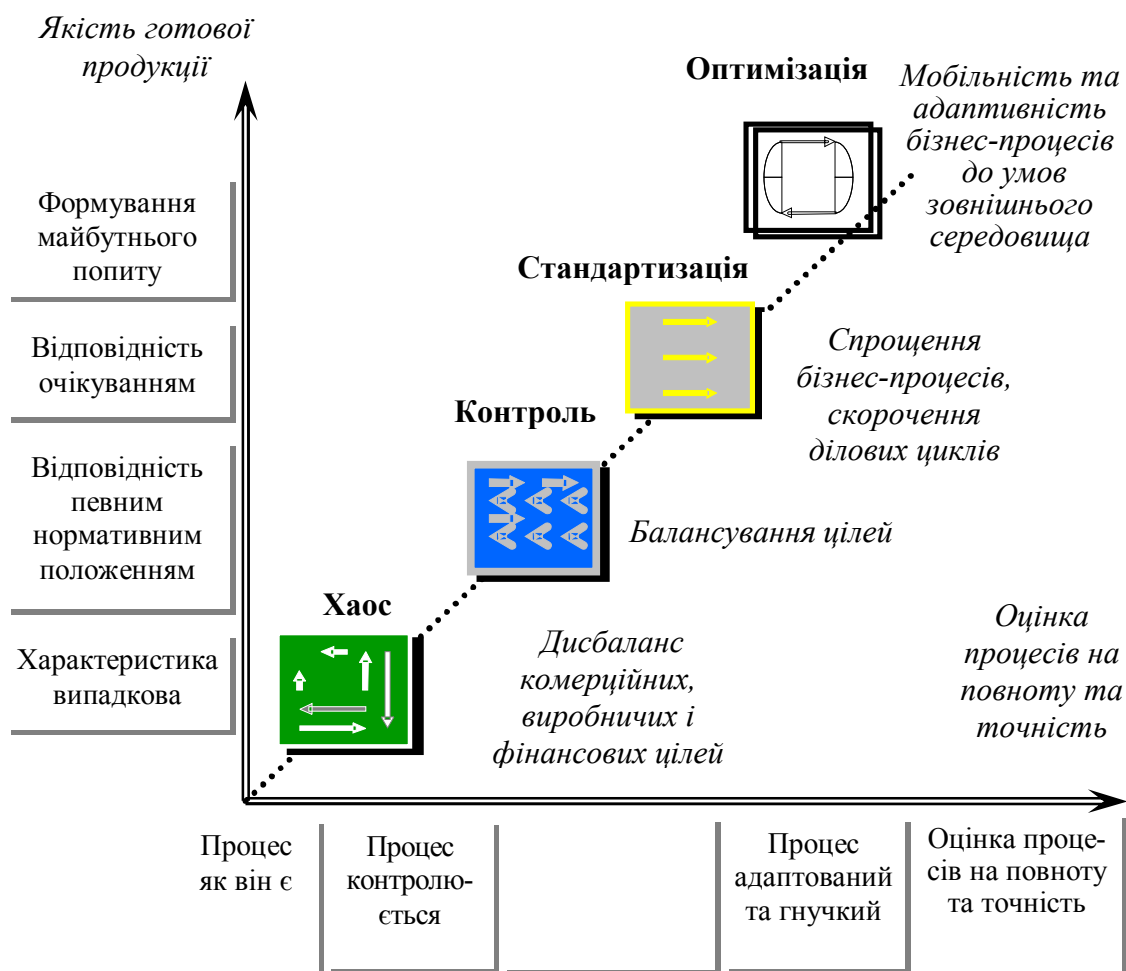


Рис. 4.10. Рівні формування потенціалу малого підприємства в контексті організації бізнес процесів [18]

Відповідно до цього, визначимо такі критерії керованості процесів:

I. Процеси, що відповідають рівню ВРІ. Хаос характеризується хаотичністю, відсутністю стабільного механізму забезпечення, невизначеністю кінцевого результату. Процеси на малому підприємстві представляються як «чорна шухляда», тобто при заданих вхідних даних результат непередбачений, що веде до великих помилок у прогнозах і плануванні, т.б. процеси на підприємстві не мають ні якісної, ні тим більше кількісної оцінки.

II. Процеси, укладені в певну логічну систему в уявленні керівництва підприємства, яке намагається їх контролювати та відстежувати причинно-наслідкові зв'язки. Бізнес набуває більш стійкого характеру, основні бізнес-процеси перебувають в полі уваги керівництва, і відштовхуючись від них, менеджмент підприємства приймає управлінські рішення, стає можливою реалізація певних задуманих проектів, але оптимізація ще не досягається через те, що відсутні нормативні дані процесів. Все ще існує певна варіативність у кінцевих результатах. Сприйняття витратного механізму підприємства

є досить примітивним. Керівництво намагається цілеспрямовано керувати витратами на виробництво та реалізацію продукції шляхом мінімізації витрат за окремими процесами або операціями.

III. Процеси характеризуються тим, що є цілком формалізованими як в управлінні, так і у виробництві. Вони документовані, стандартизовані й об'єднані в єдиний інформаційний потік. Існує система забезпечення реалізації бізнес-процесів (організаційне, соціально-психологічне, ресурсне та інформаційно-аналітичне забезпечення), можливість оперативного одержання інформації про якість використання ресурсів і проведення аналізу по основних аспектах управлінської діяльності. Тобто проводиться нормування процесів, на підставі якого досягається оптимізація планування, постановка довгострокових цілей (переважає аналітичний аспект); починає розвиватися управління корпоративними знаннями на базі формування системи метрик процесів. Сприйняття витратного механізму підприємства достатньо широке в контексті комплексної діяльності підприємства. Виходячи з цього, керівництво досить гнучко підходить до управління витратами та намагається мінімізувати не витрати на рівні окремих операцій (що в комплексі часто призводить до зворотного ефекту), а мінімізацію сукупних витрат, в тому числі й капіталу на ведення бізнесу.

IV. Процеси, що відповідають рівню ВРІ «Оптимізація», характеризуються тим, що пріоритети зміщуються у бік оцінки якості як окремих процесів, так і системи в цілому. При цьому головною вимогою є гнучкість окремих процесів, що дозволяє системі в цілому бути адаптивною до зміни факторів і умов функціонування. Такий рівень організації бізнес-процесів характеризується тим, що підприємство здатне цілеспрямовано керувати якістю процесів по всьому ланцюжку – від проектування продукту до його утилізації. Витратний механізм сприймається з позицій концепції стратегічного управління витратами і таргет-костингу – це означає, що керівництво бачить вказану проблему системно. З огляду на це мова не йде про мінімізацію витрат на окремих операціях і процесах чи мінімізацію сукупних витрат. Здійснюється оптимізація складу та структури витрат, виходячи з поставленої мети й стратегії підприємства на конкретному ринку та часовому проміжку. Це може означати не лише зниження витрат, але й їх збільшення на окремі статті.

При визначенні рівнів ВРІ декларуються такі критерії оцінки цінності готової продукції:

- «Відповідність стандарту» – якість продукції є випадковою величиною і прямо залежить від здібностей окремих співробітників. Продукція цього рівня має лише перший та частково другий рівень маркетингової цінності.

Якість продукції для рівня організації бізнес-процесів «Контроль» є постійною величиною за рахунок того, що підприємство з «чорної шухляди» перетворюється в систему з певним рівнем прозорості, де налагоджені чіткий виробничий і управлінський облік і контроль. Продукція цього рівня передбачає наявність повного другого рівня системи цінності продукції та окремих елементів третього рівня.

- «Відповідність очікуванням» визначається не тільки відповідністю стандарту підприємства, але і задоволенням експлуатаційних вимог (потреб споживача). Підприємство наближається до рівня «висока якість за помірною ціною», і мова на цьому рівні йде про якість споживання. Продукція даного рівня якості може конкурувати з продукцією світових виробників, вона має повних три рівні системи цінності продукції.

- «Формування майбутнього попиту». Якість продукції даного рівня спрямовано на задоволення майбутнього попиту. Підприємство здатне виробляти інноваційний продукт, який дозволяє йому вести бізнес на випередження. Цей рівень характерний для підприємств рівня «світовий клас». Система цінності має всі чотири рівні, які, до того ж, дуже добре оптимізовані між собою. На цьому рівні для споживача вже майже не існує конкретного товару, а існує бренд, якому споживач повністю довіряє, і його сподівання завжди виправдовуються. Це підприємства рівня *Bosh, Toyota, Sony, Nokian Tyres* тощо.

В основу переходу підприємства з одного рівня організації бізнес-процесів на наступний покладене їх попереднє моделювання і впровадження нової бізнес-моделі в практику.

Для критерію оцінки переходу на наступний рівень організації бізнес-процесів пропонується виділяти тільки ті процеси, що необхідні для даного переходу. Всі оцінки процесів нижніх рівнів присутні на вищих рівнях, але з більш детальними до них вимогами. Таким чином, перехід з одного рівня організації бізнес-процесів на вищий припускає використання:

1. Впорядкованої системи процесів, які при загальному виконанні дозволяють підприємству досягати визначених вихідних результатів, що за своєю організацією відповідають всім основним вимогам теорії систем (надалі ключові процеси (КП)).

2. Загальних принципів, критеріїв та обмежень організації та функціонування системи процесів, що визначають вимоги до бізнес-процесу, щоб забезпечити досягнення вихідних результатів (іменованих надалі ключовими практиками).

3. Організаційно-економічного механізму реалізації циклу покращення бізнес-процесів.

Усі ключові процеси (КП) принципово можна розбити на три категорії: управлінські, організаційні і процеси забезпечення (табл. 4.1).

Таблиця 4.1

*Розбивка КП на категорії та методики управління,
що використовуються*

Категорії процесів Рівні зрілості	Процеси управління	Організаційні	Процеси забезпечення
IV. Оптимізація	Гнучке асортиментне планування CSRP Управління майбутнім попитом TQM – істотна частина всіх систем організації	Управління безупинним поліпшенням процесів Управління зміною процесів	Використання СУЗ у всіх системах організації Управління зміною технології
III. Стандартизація	Планування виробництва в залежності від потреб споживача Управління процесами через кількісні оцінки Управління виробництва на основі принципів JIT Управління витратами Управління якістю	Організація робіт на базі міжфункціональних осередків і груп Створення функціональних моделей організаційних процесів Програма навчання персоналу	Запобігання дефектів Управління проектуванням ГП (САПР) Управління технологічними процесами (АСУТП)
II. Контроль	Система багаторівневого планування Управління поставанням та управління складськими запасами Система контролю і диспетчеризація Система обліку витрат Забезпечення якості	Визначені методики планування діяльності підприємства на основі управлінського обліку та бюджетування	
I. Хаос	Неінтегровані процеси Реактивний стиль управління	Процеси носять випадковий, тимчасовий характер як відповідь на результат, що вже існує	

Перехід підприємства з одного рівня організації бізнес-процесів на інший іменується циклом ВРІ. При кожному циклі ВРІ використовується визначений набір методик, що в сучасному менеджменті відображені у ERP-стандартах та стандартах Системи управління якістю (СУЯ).

У результаті проведених досліджень визначено, що методологічна основа управління виробничими системами змінюється відповідно до того чи іншого рівня організації бізнес-процесів: неінтегровані процеси → MRP → ERP → CSRP (*Customer Synchronize Resource Planning*). Найбільш прогресивною сучасною методологією організації виробництва на сьогодні є CSRP (CSRP - це концепція, орієнтована на кінцевого споживача – синхронізація покупця із внутрішнім плануванням і виробництвом). CSRP передбачає планування процесів і ресурсів підприємства в залежності від потреб клієнта, здійснюючи адаптацію бізнес-процесів до зовнішнього середовища за рахунок інтеграції підприємства з зовнішніми агентами. На відміну від методології MRP і навіть ERP, які охоплюють лише внутрішні виробничий і логістичні цикли, методологія CSRP захоплює весь життєвий цикл товару. CSRP дозволяє при плануванні й управлінні підприємством враховувати не тільки основні виробничі і матеріальні ресурси підприємства, але і всі ті ресурси, що звичайно розглядаються як «допоміжні» чи «накладні». CSRP переміщує фокус уваги з планування виробництва до планування замовлень покупців. Виробниче планування не просто розширюється, а заміщується вимогами клієнтів, що надходять з підрозділів, орієнтованих на роботу з покупцями. Операційна система підприємства в такому випадку організована за принципом тягучих систем.

CSRP змушує переглянути бізнесу-логіку, фокусуючись її на ринковій активності, а не на виробничій діяльності. Бізнес-процеси синхронізуються з діяльністю покупців.

Це не технологічна ефективність, що забезпечує лише тимчасову конкурентну перевагу, це здатність створювати продукти, що задовольняють різноманітним потребам покупця і кращий сервіс, тобто – одержання стійкої конкурентної переваги.

В результаті досліджень встановлено, що постановка кожного наступного рівня ВРІ можлива лише за умови повного виконання всіх вимог попереднього рівня. На підприємстві неможливо перейти, наприклад, на рівень «Стандартизація», якщо воно повністю не відповідає рівню «Контроль». Це потребує довгострокових поступових дій стосовно формування потенціалу підприємства.

Зауважимо, що в сучасному бізнес-середовищі той чи інший рівень організації бізнес-процесів ґрунтується на перетинанні трьох площин знань (рис. 4.11).

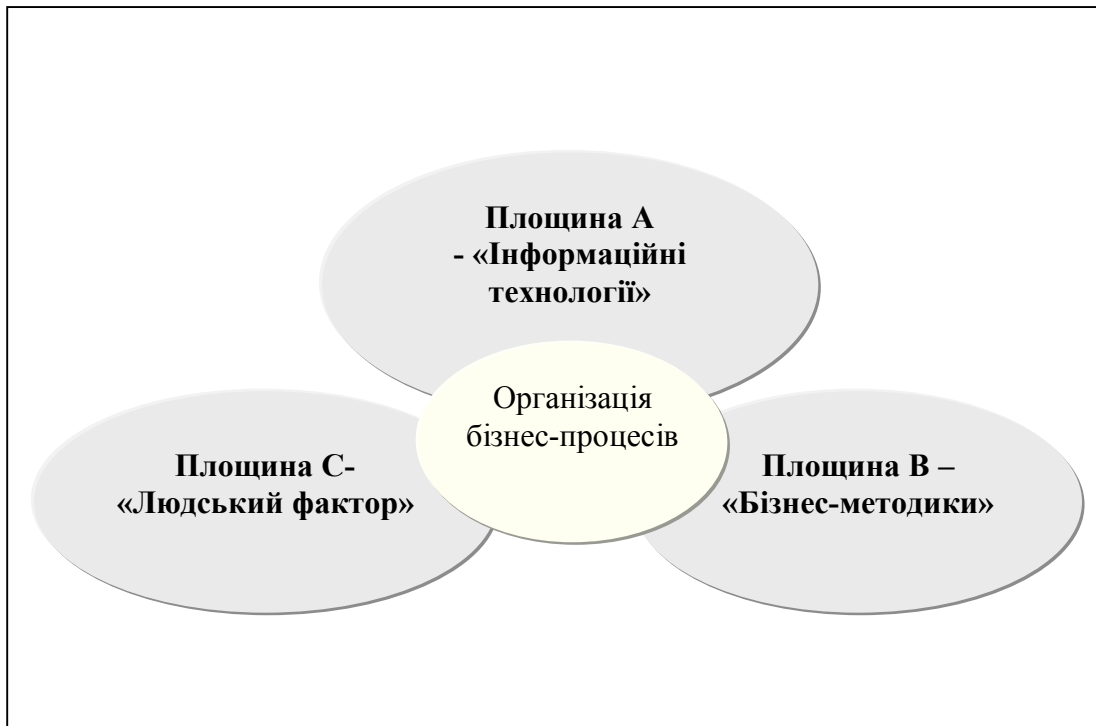


Рис. 4.11. *Галузі знань, що дозволяють успішно застосовувати ВРІ*

Площина А – розвиток інформаційних технологій:

- використання професійних операційних систем (для серверів баз даних) і персональних комп'ютерів;
- Використання професійних систем управління базами даних (СУБД);
- використання ERP-систем як ядра інтегрованої інформаційної системи підприємства;
- використання кооперативних технологій, що забезпечують комп'ютерну підтримку рівнобіжної погодженої роботи групи («команди») співробітників над одним проектом, документом і т.п.;
- використання телекомунікації, що дозволяє виключити передачу паперових документів і особистих зустрічей, звести до мінімуму необхідність переїздів для проведення нарад;
- використання систем управління знаннями для організації сховища і пошуку неструктурованих документів.

Площина В – розвиток бізнес-платформ, що включає:

- системи управління якістю (тобто цілісна ідеологія управління підприємством) на базі міжнародних стандартів серії ISO;
- методики організації операційного менеджменту;
- методики управління вимогами і конструкторськими розробками (CALS-стандарти);
- методики моделювання бізнес-процесів (SADT, IDEF0, DFD, UML).

Площина С визначає «психологію праці» і спрямована на вирішення таких завдань:

- впровадження принципу лідерства (усунення недоліків виробничої системи, а не окремих працівників);

- впровадження принципу залучення працівників (підвищення значимості й ініціативності кожного працівника);

- усунення бар'єрів між виробничими підрозділами, організація групової «артеріальної роботи»; утворення так званих «плоских» робочих груп, що використовують едхократичні способи управління, що спираються на інформаційні технології й організують динамічний і неформальний розподіл прав і обов'язків співробітників групи (такі групи реактивні, нікому не дають монополію на істину, вимагають пророблення альтернативних рішень);

- формування корпоративної культури і підвищення едхократії в організації;

- провадження філософії організації виробничих процесів ІТ на всіх робочих місцях.

В цілому загальна схема проведення аналізу потенціалу підприємства може бути такою (рис. 4.12).



Рис. 4.12. Загальна схема аналізу потенціалу малого підприємства [18]

Виходячи з вищезазначеного, можна стверджувати, що той чи інший рівень організації бізнес-процесів означає відповідний рівень потенціалу малого підприємства. А отже, ми можемо дати оцінку

потенціалу відповідно до ступеня організованості внутрішнього механізму підприємства та його синхронізованості із зовнішнім середовищем.

Для цього пропонується використовувати методи кореляційного аналізу. Сам аналіз проводиться у декілька етапів:

1. Формування масиву даних.
2. Побудова крапкових діаграм, що відображають тісноту взаємозв'язку між показниками.
3. Визначення лінії тренду.
4. Визначення рівняння та коефіцієнта апроксимації.
5. Визначення середнього або середньозваженого показника апроксимації.

Як показують проведені дослідження, всі основні залежності мають вписуватися в такі лінії тренду: проста лінійна; логарифмічна; ступенева; експоненціальна; поліноміальна другого або максимум третього ступеня (як виключення).

Важливо відзначити, що при формуванні системи оцінок необхідно підбирати залежності, які б відображали всі функціональні складові потенціалу: маркетинг, виробництво, фінанси, управління персоналом, організаційне забезпечення. Особливу увагу в цій методиці слід приділяти міжфункціональним зв'язкам, оскільки саме там (назвемо ці точки «технологічні стики») виникають проблеми в діяльності підприємства. В дійсності ж дуже важко визначити, де закінчується, наприклад, маркетинг та починається операційний менеджмент, але існує велика вірогідність, що саме на цьому технологічному стикі виникають проблеми.

Визначимо рівні потенціалу підприємства відповідно до рівня організації бізнес-процесів (на прикладі підприємства машинобудівної галузі):

«Хаос» – відсутність залежностей, або неприродні залежності (рис. 4.13).

Даний приклад демонструє, що залишки готової продукції ніяк не пов'язані з обсягами реалізації підприємства. Загалом призначення залишків готової продукції – це створення певного резерву для забезпечення потреб споживачів. Отже, він має бути прив'язаний до обсягів реалізації продукції і складати певний відсоток від цього показника. Слід пам'ятати, що залишки готової продукції на складах – це законсервовані кошти підприємства, а отже, це автоматично збільшує дефіцит фінансових ресурсів, який має покриватися, як правило, за рахунок запозичених коштів. У нашому прикладі це призводить до непрогнозованості у потребах щодо фінансових ресурсів підприємства.

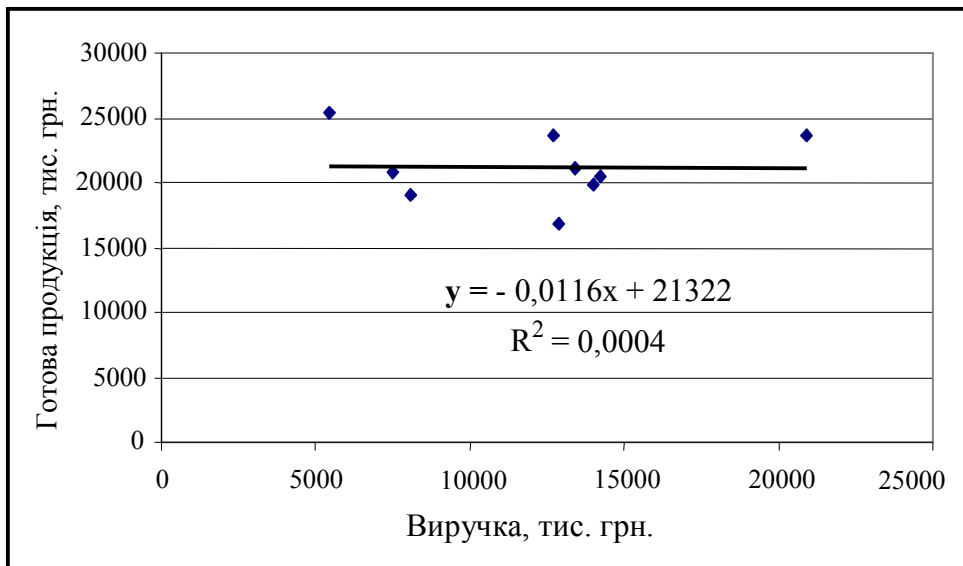


Рис. 4.13. Приклад залежності, що демонструє рівень організації процесів «Хаос»

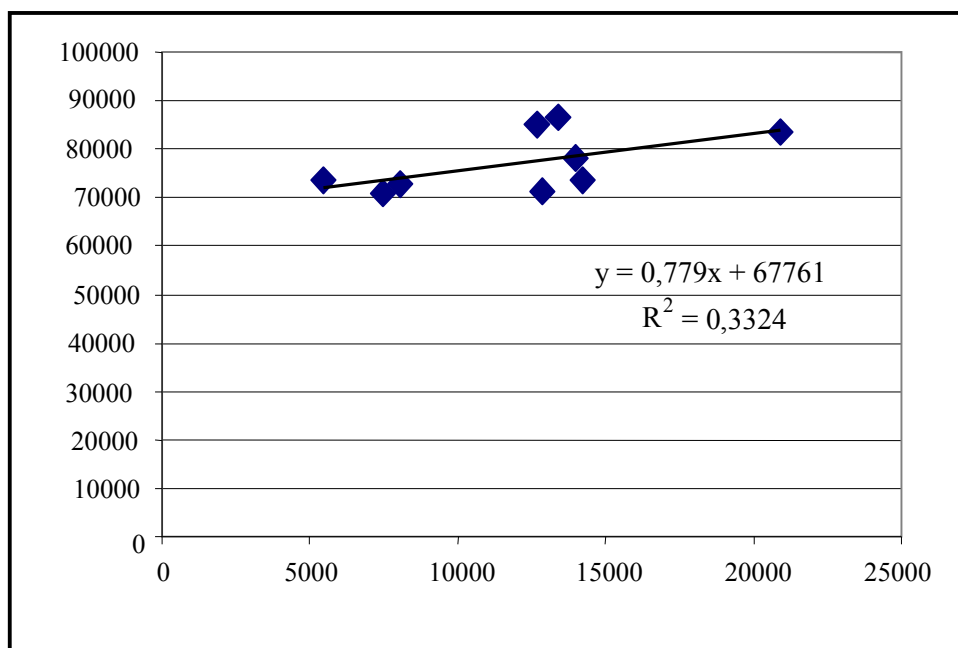


Рис. 4.14. Приклад залежності, що демонструє рівень організації процесів «Контроль»

«Контроль» – наявність певних тенденцій та закономірностей, R^2 від 15% до 40% (рис. 4.14).

В наведеному прикладі відстежується певна тенденція, але зв'язок між цими показниками дуже низький. Крім того, кут нахилу лінії тренду менше 45° , що також є позитивною тенденцією.

«Стандартизація» – наявність чітких залежностей, які вписуються в установлені формати з показником апроксимації R^2 від 40% до 75% (рис. 4.15).

Цей приклад показує, що на даному малому підприємстві рівень організованості маркетингової функції в цьому аспекті (ефективність витрат на маркетинг) достатньо високий. Оскільки вона певним чином виконує головне завдання – збільшення доходу підприємства, то додаткові витрати на збут себе виправдовують.

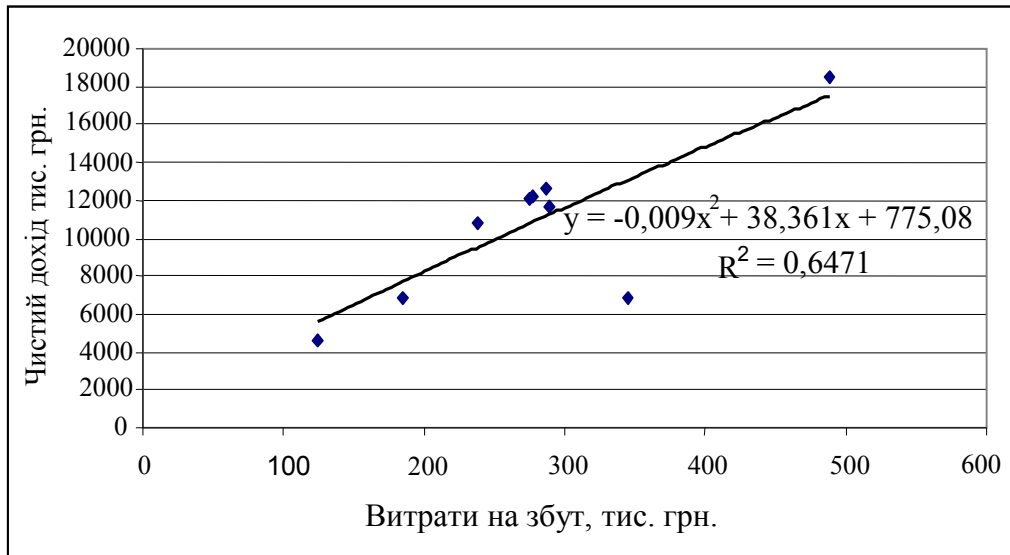


Рис. 4.15. Приклад залежності, що демонструє рівень організації процесів «Стандартизація»

Оптимізація – однозначні стійкі залежності з показником апроксимації R^2 понад 75% (на жаль, на досліджуваному підприємстві таку залежність виявити не вдалося, всі оціночні показники мали максимальний рівень апроксимації 67%).

Переваги такого підходу полягають у тому, що він дає можливість встановити взаємозв'язки між окремими складовими потенціалу, які, до того ж, належать до різних функціональних сфер. Крім того, такий аналіз дозволяє оцінити еластичність тих чи інших факторів, що формують потенціал підприємства, один до одного.

Кінцевий сумарний показник апроксимації може визначатися як середнє арифметичне або як середньозважене значення. Якщо це середньозважене значення, то дослідник має визначити вагові коефіцієнти. Останні можуть визначатися з урахуванням двох аспектів:

1. Який рівень організації бізнес процесів має підприємство на даному етапі розвитку. Наприклад, якщо це хаос, то на перших етапах розвитку підприємства домінуючими мають бути показники фінансового та виробничого потенціалу (внутрішні оцінки).

2. На основі конкурентного тиску та в залежності від того, на якому ринку і в яких умовах працює підприємство. Якщо, наприклад, підприємство знаходиться в середовищі ринку виробника (мало виробників, попит перевищує пропозицію, підприємство є лідером ринку, підприємство пропонує унікальний продукт тощо), то

домінантною є виробнича сфера (виробничий потенціал). Якщо підприємство знаходиться на ринку покупця, то доміантною є маркетингова сфера (маркетинговий потенціал).

Дослідження показують, що в окремих випадках можна спостерігати залежності нетипові або зворотні до тих, що вказані в таблиці. Якщо залежність не спрацьовує, то це може свідчити або про принципові зміни, що були впроваджені у внутрішньому фінансово-господарському механізмі (системі поставок, оплаті за ресурси, розрахунки з покупцями, у зміні товарного асортименту, видів ресурсів, введенні нових стандартів якості тощо), або про значний запас невикористаного потенціалу в цьому напрямі.

Важливо відзначити, що якщо та чи інша залежність має ступеневу та експоненціальну функцію або поліноміальну, то це вказує на наявність тих чи інших операційних меж в діяльності підприємства.

Рівень потенціалу підприємства - багаторівневе поняття. Незважаючи на те, що нами визначено потенціал як внутрішню якість системи, все ж система є відкритою та функціонує в певному середовищі, яке багато в чому визначає певні умови функціонування підприємства. Виходячи з цього, зазначимо, що потенціал підприємства є інтегрованим у систему соціально-економічних відносин більш високого рівня (рис. 4.16).

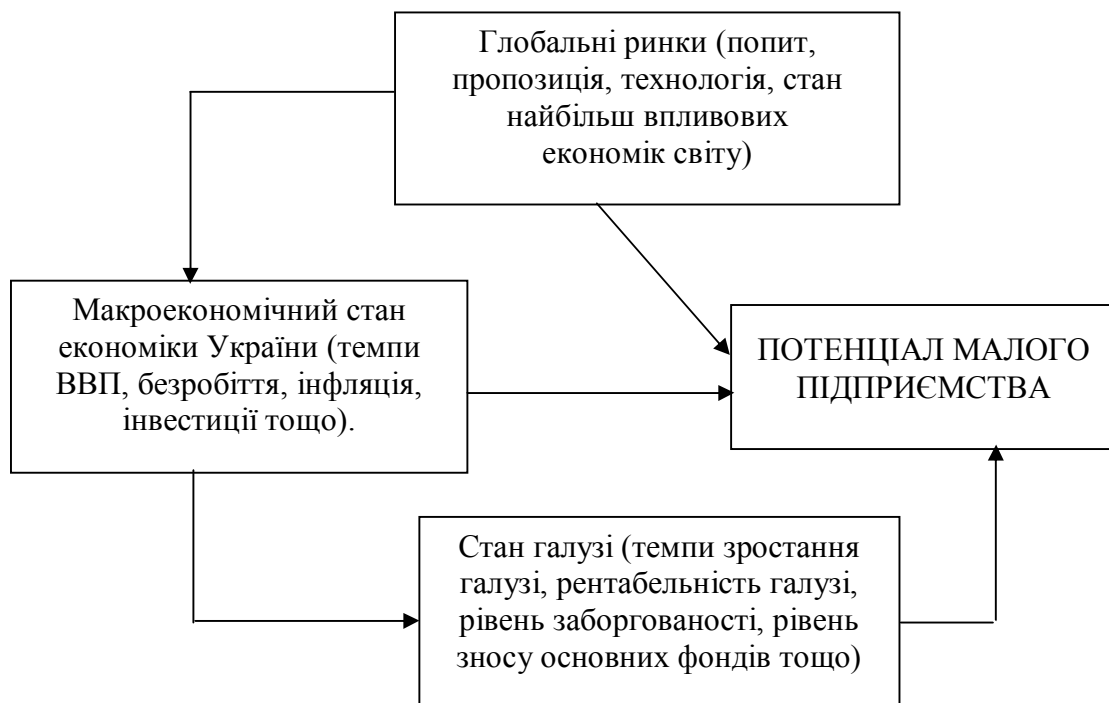


Рис. 4.16. Потенціал малого підприємства як інтегрована система в системі соціально-економічних відносин більш високого рівня [18]

Глобальні ринки:

1. Стан провідних економік світу (США, Китай, Індія, Японія, Євросоюз, Росія), що характеризується такими показниками:

- ВВП та його динаміка;
- інфляція;
- рівень безробіття;
- валові збереження;
- обсяги кредитування;
- платіжний баланс;
- інвестиції;
- індекс ділової активності тощо.

Фактично це визначає стан та перспективи попиту на світових ринках.

2. Облікові ставки центробанків. Це визначає привабливість кредитів, а значить і можливості розвитку економіки. Крім того, показує напрям перетоку міжнародного капіталу.

3. Динаміка цін (спот, форвард, ф'ючерси) на світових сировинних та фінансових ринках й обсяги торгів: нафта, золото, фондові індекси, залізна руда тощо. Це визначає рівень ділової активності світової економіки.

Окрім зазначених вище показників, що визначають стан галузі, також необхідно звертати увагу на такі показники:

- основні техніко-економічні показники галузі;
- рушійні сили галузі;
- фактори привабливості галузі.

Досить вагомим показником потенціалу підприємства в такому аспекті стає така логічна послідовність: співвідношення показників галузі із макроекономічними показниками країни → співвідношення результатів діяльності підприємства з середніми показниками галузі та економіки в цілому.

Список використаних джерел до розділу 4

1. В поисках новой научной парадигмы / под ред. В.А. Ткаченко. – Днепропетровск: ПП «Монолит», 2005. – 258 с.

2. Гавва, В.Н. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. посіб. / В.Н. Гавва, Е.А. Божко – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 224 с.

3. Зубанов, Н.В. Анализ устойчивости относительно поставленной цели как один из подходов к описанию функционирования организации в условиях неопределенности: монография / Н.В. Зубанов – Самара, 2001.

4. Кротков, А.М. Конкурентная способность предприятия: подходы к обеспечению, критерии, методы оценки / А.М. Кротков, Ю.Я. Еленева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 6. – С. 59 – 68.

5. Лапин, Е.В. Экономический потенциал предприятия: монография / Е.В. Лапин – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2002. – 310 с.

6. *Максимов, М.* Демографический потенциал и трудовые ресурсы района. Возможности мониторинга / М. Максимов // Человек и труд. 1997. – № 2. – С. 66.
7. *Мескон, М.* Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури – М. : ДЕЛО, 1998. – 800 с.
8. *Минцберг, Г.* Стратегический процесс / Г. Минцберг – СПб.: ИД «Питер», 2001. – 668 с.
9. Основы проектирования виртуальных предприятий промышленности: монография / С.И. Чимшит, О.В. Ткаченко, К.Е. Куницкая, Е.Е. Козлов, Е.В. Козлов [Под ред. д-ра экон. наук В.А. Ткаченко]. – Днепропетровск : Изд-во ДУЭП. – 2005. – 388 с.
10. *Попов, Е.* Структура рыночного потенциала предприятия / Е. Попов, В. Ханжина // Проблемы теории и практики управления. – 2001. – № 6. – С. 21-26.
11. *Рєпіна, І.М.* Підприємницький потенціал: методологія оцінки та управління / І.М. Рєпіна // Вісник Української Академії державного управління при Президенті України. – 1998. – № 2. – С. 262–271.
12. Современное управление. Энциклопедический справочник / под ред. Н.Д. Карпухина, Б.З. Мильнера – Т. 2 – М.: ИЗДАТ-ЦЕНТР, 1997. – 860 с.
13. Трансформація моделі економіки України (ідеологія, протиріччя, перспективи) / [Ін-т экон. прогнозув.]; за ред. акад. В.М. Гейця. – К.: Логос, 1999. – 500 с.
14. *Чалапко, Л.Д.* Методологічні основи аналізу потенціалу підприємства / Чалапко Л.Д., Чимшит С.І., Окуневич І.Л. // Вісник економічної науки України. – Донецьк. - 2011. - № 4 (19). – С. 169-175.
15. *Чимшит, С.И.* Развитие социально-экономических систем в условиях трансформации внешней среды / С.И. Чимшит, В.А. Ткаченко // Економіка: проблеми теорії та практики. – Дніпропетровськ, ДНУ. – 2007. – № 225. – С. 54–70.
16. *Чимшит, С.И.* Управление потенциалом предприятия: сущность, цели и задачи. / С.И. Чимшит, Д.В. Пинчук // Економіка: проблеми теорії та практики. – Дніпропетровськ, ДНУ. – 2003. – Спецвипуск. – С.69–89.
17. *Чимшит, С.І.* Умови невизначеності в управлінні складними соціально-економічними системами / С.І. Чимшит, В.А. Ткаченко // Вісник економічної науки України. – 2006. – № 2(10). – С. 154–160.
18. *Чимшит, С.І.* Процесно-орієнтований механізм управління сукупним потенціалом промислового підприємства в умовах невизначення зовнішнього середовища : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д.е.н. за спец. 08.00.04 – Маріуполь, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», 2013. – 40 с.
19. *Шевченко, Д.К.* Проблемы эффективности использования потенциала / Д.К. Шевченко – Владивосток : Изд. Дальневост. ун-та, 1994. – 164 с.

Розділ 5

СТАТИСТИЧНІ ТА МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМ МАЛОГО БІЗНЕСУ

5.1. Методичні основи моделювання віртуального підприємства

Невпинне зростання глобальних мереж, цифрових та інформаційних технологій стимулює розвиток нового виду економічних відносин, що веде до неминучої зміни традиційних понять ведення бізнесу. Потреба у збільшенні рівня задоволення клієнтів, удосконаленні постійних зв'язків зі споживачами, розвиток сучасних ринків за умов глобалізації призводять до створення такої організаційної форми, як віртуальне підприємство.

Вітчизняні та закордонні автори видали багато публікацій як з тенденцій та проблематики функціонування віртуальних підприємств, так і з питань управління цією галуззю. Необхідно відзначити праці таких вчених, як У. Девідоу, М. Мелоун, І. Балабанов, О. Юрасов, І. Гречников, Л. Рейман, Б. Мільнер, В. Плєскач, Т. Затонацька та ін.

Якщо озирнутися назад у 80-ті рр., можна побачити, що основними напрямками вдосконалення діяльності підприємств було тотальне управління якістю та застосування стратегій, спрямованих на оптимальне управління різними ресурсами. У 90-ті рр. на сцену виходять принципи реінжинірингу бізнес-процесів.

На початку ХХІ ст. ключовою темою стає застосування віртуальних і мережних принципів організації підприємств.

У деяких роботах учених-економістів поняття віртуального підприємства визначають іншими термінами: «мережні підприємства», «безмежні підприємства», «розширені підприємства». Та все одно мова йде про мережу партнерів (підприємств, організацій, окремих колективів і людей), які спільно проводять діяльність із розроблення, виробництва й збуту певної продукції або реалізації проекту.

Таким чином, причиною появи концепції віртуального підприємства, безумовно, стає швидке розповсюдження сучасних інтернет-технологій, в рамках яких реалізуються нові можливості для комунікації та співробітництва автономних та географічно віддалених підприємств. Поява нових інформаційних технологій відкриває нові можливості для організації бізнесу. На сучасному етапі діє вже не реструктуризація виробничого циклу або переробка бізнес-процесу, а технології із застосуванням Internet формують інформаційну інфраструктуру підтримки віртуальних підприємств. Вона повинна

забезпечувати комунікацію та інтеграцію, сумісне управління, включаючи моделювання взаємодії учасників та підтримку виконання робіт.

Термін «віртуальне підприємство» був запроваджений за аналогією з поняттям віртуальної машини у галузі комп'ютерної техніки, в якій процеси реалізуються за допомогою різних системних ресурсів, але не задіяне жодне апаратне забезпечення. Отже, поняттям «віртуальне підприємство» можна описати динамічну, відкриту бізнес-систему, що заснована за допомогою формування юридично незалежними підприємствами єдиного та спільного інформаційного простору з наміром сукупного використання своїх технологічних ресурсів для реалізації всіх етапів робіт з виконання проекту або замовлення клієнта.

Віртуальне підприємство засновано на формуванні єдиного організаційно-технологічного та інформаційного середовища за рахунок тимчасового об'єднання ресурсів різних підприємств. За рахунок оперативної координації використання ресурсів підприємства здатні швидко та з мінімальними витратами виробляти кінцевий продукт або послугу.

Віртуальне підприємство характеризується такими властивостями, як децентралізованість, розподіленість та наявність механізмів гнучкого формування нових організаційних структур, здатність швидко адаптуватися до вимог ринку, що змінюються, саморегулювання та самоорганізація, координація та взаємодія на основі узгодженого з бізнес-партнерами управління бізнес-процесами та ресурсами.

Основна мета віртуального підприємства – швидке реагування на ринкові вимоги та максимізація ступеня використання ресурсів підприємств. Основний економічний потенціал віртуального підприємства, з точки зору організації виробництва, полягає в якісно нових можливостях управління ланцюгом виробництва або обслуговування та процесами створення вартості на основі концентрації великої кількості ресурсів в єдиній базі.

Врахування факторів ризику має свої особливості на всіх етапах життєвого циклу. Що стосується фаз прийняття рішення про кооперацію та вибір партнерів, то це найбільш актуальні питання організаційних ризиків. На стадіях планування робіт та реалізації особливе значення має розгляд операційних ризиків. При побудові коопераційної стратегії ведення бізнесу підприємства стикаються не тільки з новими можливостями, але й з новими потенційними небезпеками.

До основних переваг кооперації у віртуальне підприємство відносяться можливості швидкого освоєння нових ринків, зменшення витрат, трансфер технологій та винаходів, додаткові інвестиційні можливості, можливості розподілення ризиків між партнерами у віртуальному підприємстві. До основних ризиків (недоліків) кооперації відносяться збільшення залежності від бізнес-партнерів, ризик втрати винаходів та конкурентних позицій. Вплив перерахованих властивостей залежить від організаційної форми кооперації. Загальні переваги та недоліки кооперації наведено на рис. 5.1.

Переваги	Недоліки
<i>Ризик</i>	
Ризики розподіляються поміж учасниками віртуального підприємства	Учасники залежать від партнерів. Можна використовувати односторонню кооперацію. Маркетингова стратегія «прозора» для конкурентів
<i>Витрати</i>	
У результаті ефекту від масштабу спостерігається зниження транзакційних та загальних витрат	З'являються витрати на інформаційні технології та реінтеграцію. Збільшується термін акцептування рішень
<i>Результати</i>	
Ринок освоюється швидше. За рахунок розвитку стандартів можна провідне місце в системі	Рішення необхідно узгоджувати (приймати) колегіально. Конкурентна перевага може використовуватися лише спільно
<i>Ресурси</i>	
Зміцнення фінансового потенціалу. Зростання рівня кваліфікованої робочої сили. Обмін ноу-хау із партнерами.	Ресурси підприємств пов'язані поміж собою за рахунок кооперації

Рис. 5.1. Показники переваг та недоліків віртуального підприємства

Причиною виникнення організаційних ризиків у системі кооперації віртуального підприємства можна вважати різні принципи корпоративного управління учасників віртуального підприємства, цілі та завдання ведення справ, фінансові цикли компаній. Кооперація не тільки сприяє розподіленню ризиків між учасниками ланцюга виробництва (обслуговування) та зниженню невизначеності, але і викликає створення нових ризиків, пов'язаних із взаємодією підприємств.

При організації віртуального підприємства треба враховувати, що воно не є юридичною особою (юридичні функції може виконувати орган координації віртуального підприємства). Між учасниками віртуального підприємства, що діють на основі визначених органом координації правил, зберігаються принципи конкуренції (кожне підприємство зацікавлене в отриманні роботи і зберігає свою активну конкурентну роль у межах правил віртуального підприємства).

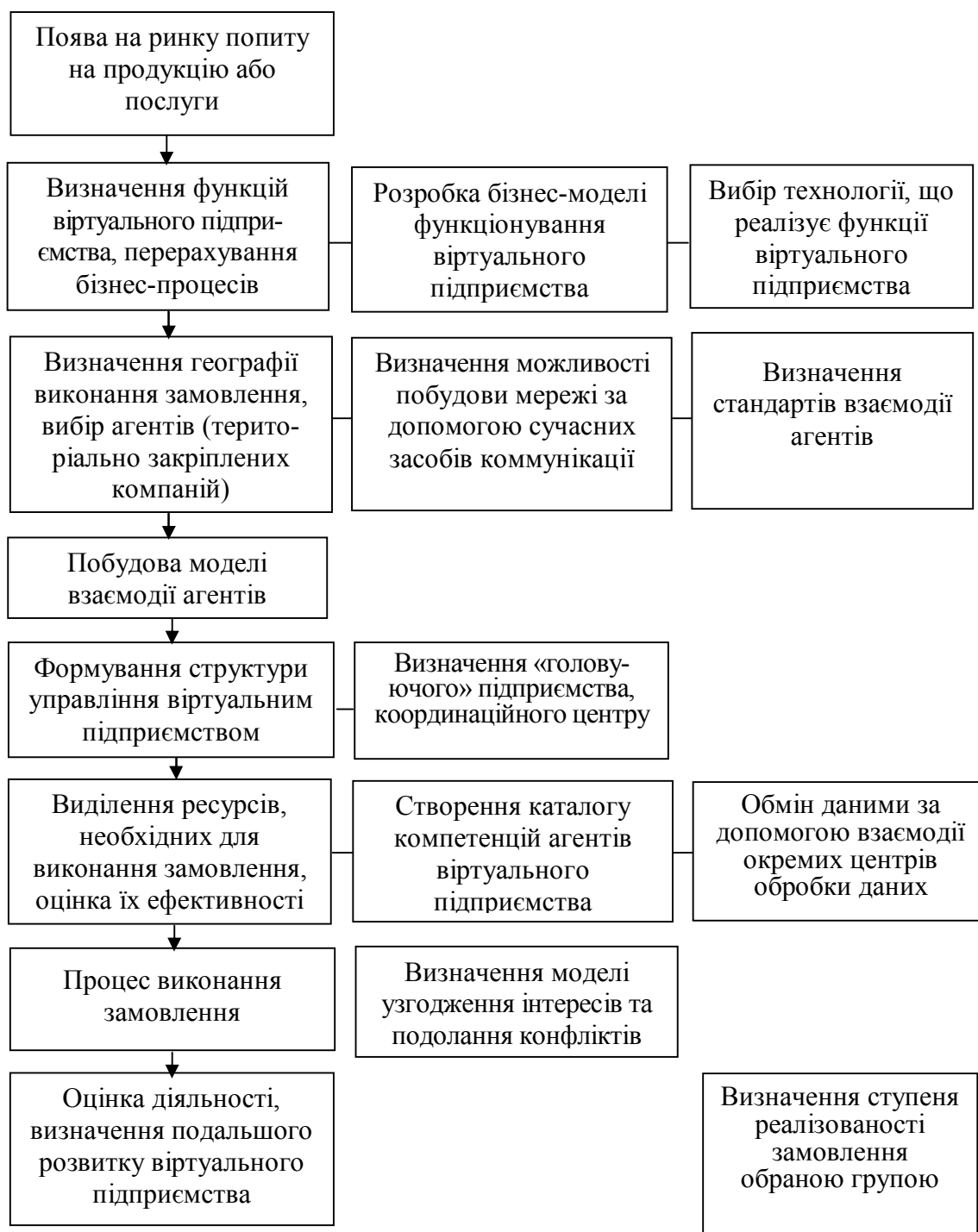
Центр управління (орган координації) може бути управлінською компанією, що не є безпосереднім учасником виробничо-обслуговуючого процесу, або їм може ставати одне з підприємств-учасників віртуального підприємства, що є головним виконавцем за тим чи іншим проектом.

За першим підходом координуючі функції передаються спеціальному органу (координаційній раді). До її складу входять учасники цієї структури з метою організації взаємовідносин із зовнішнім середовищем, створення єдиної інформаційної бази, механізмів координації та управління фінансовими потоками. Такий орган може бути створений у вигляді комерційної організації та займатися формуванням віртуального підприємства самостійно. Координаційна рада затверджує правила віртуального підприємства та механізми координації й кооперації.

Відповідно до другого підходу, «головною» організацією, що виступає в якості координуючого центру, залежно від характеру виконуваних робіт, можуть виступати різні учасники віртуального підприємства. Через цю організацію будуються відносини із зовнішнім середовищем. Вона відповідає за забезпечення необхідних умов функціонування віртуального підприємства, розподілення ресурсів та результати діяльності.

Проблеми, що виникають під час розгляду особливостей віртуального підприємства, зазвичай полягають у виборі агентів, що мають ключові компетенції в обраній галузі діяльності або надання послуг з виконання замовлень (використання засобів колективної роботи, організація гнучкого бізнесу у форматі «за вимогою» тощо). Разом з тим, віртуальні підприємства потребують системного підходу до всіх аспектів його створення та функціонування. Необхідно побудувати таку структуру віртуального підприємства, яка була б адекватною поставленим бізнес-завданням.

Етапи створення та функціонування віртуального підприємства можна представити у вигляді принципової схеми на рис. 5.2.



*Етапи життєвого циклу
віртуального
підприємства*

Організаційний рівень

Технологічний рівень

Рис. 5.2. Етапи створення та функціонування віртуального підприємства

Виникненню віртуального підприємства передують формування на ринку потреби у продукції або послугі, що потребує інноваційного підходу до його виробництва. При цьому окремі підприємства не

здатні на самостійні розробки в силу або специфічної проблеми або ж великих витрат на перебудову виробничого процесу, або ж складної ієрархії управління та прийняття рішень. Виникає необхідність у кооперації компаній, організацій, підприємств, окремих осіб, що пов'язані загальною проблемою.

Формування віртуального підприємства вигідне як замовнику, так і виконавцю. З одного боку, замовник знаходить виконавця свого унікального замовлення, а з іншого – агенти віртуального підприємства отримують можливість застосувати свої ключові компетенції та брати участь у виконанні різноманітних замовлень, які самотужки реалізувати не могли б. Таким чином, причиною та метою створення віртуальних партнерств є отримання взаємної вигоди та прибутку шляхом максимального задоволення потреб споживачів в інноваційних товарах.

Одним із головних етапів формування віртуального підприємства є визначення та перерахування бізнес-процесів. Від цього буде залежати модель структури підприємства. Після того, як визначено напрям діяльності, обираються агенти (підприємства), що мають ключові компетенції для виконання поставленого завдання та досягнення кінцевої мети. На етапі моделювання структури підприємства та його функціонування у процесі виконання замовлення одним із головних завдань координаційного центру є забезпечення взаємодії всіх учасників і розробка заходів щодо подолання конфліктів та непередбачених ситуацій.

Таким чином, на основі вищевикладеного можна виділити перспективи розробки даного напрямку. Основна мета віртуального підприємства – швидке реагування на ринкові вимоги та максимізація ступеня використання ресурсів підприємств. З точки зору організації виробництва та обслуговування, основний економічний потенціал віртуальних підприємств полягає у якісно нових можливостях управління ланцюгами виробництва (обслуговування) та процесами створення вартості на основі концентрації великої кількості ресурсів в єдиній базі, що дозволяє швидко та гнучко реагувати на ринкові зміни. Формування регіональних віртуальних підприємств може стати причиною зростання економічного потенціалу регіону та вирішення соціальних проблем за рахунок інтеграції ресурсів та підвищення ефективності їх використання в межах розвитку пріоритетних напрямів діяльності регіону.

5.2. Використання електронної комерції в малому бізнесі

Пріоритетність теми дослідження полягає у недостатньому використанні інформаційних можливостей електронної комерції (ЕК) на підприємствах малого та середнього бізнесу України при низькій забезпеченості матеріальної бази процесів інформатизації в цілому, що стримує підвищення економічної ефективності підприємств та зниження витрат на виробництво і реалізацію продукції.

Електронна комерція на підприємствах – це будь-яка форма бізнес-процесу, у якому взаємодія між суб'єктами здійснюється електронним чином з використанням інформаційно-телекомунікаційних технологій.

Існує два типи електронної комерції:

- торгівля інформацією;
- торгівля матеріальними товарами.

Електронні комерційні операції - це сукупність будь-яких етапів діяльності на підприємстві, пов'язаних з виробництвом, купівлею-продажем, передачею, обміном, тимчасовим використанням товару, виконанням робіт і наданням послуг з використанням інформаційно-телекомунікаційних технологій та систем.

Підприємство –це організація, яка виготовляє товар та виконує роботи або надає послуги. В окремих країнах досить поширені більш конкретні визначення підприємств (фірм): в Англії вони мають назву компанії, в США – корпорації, в країнах континентальної Європи – товариства.

Організаційною, технічною та програмною основою електронних комерційних операцій на підприємствах є структурні та функціональні можливості мережі Internet та Intranet, електронної комерції й електронних бізнес-процесів з використанням інформаційних технологій.

Насамперед розглянемо основні можливості й принципи роботи мережі Internet: поняття, роль протоколів передачі інформації, основні служби та сервіси Internet.

Глобальна комп'ютерна мережа Internet як світова інформаційно-технічна система існує вже понад 30 років. Internet – всесвітня «мережа мереж», сукупність технічних засобів, стандартів і домовленостей, яка дає змогу підтримувати зв'язок між різними комп'ютерними мережами у світі. Основою функціонування Internet є базовий протокол TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol). Він становить сукупність протоколів – систем стандартів і правил зв'язку та передавання інформації в глобальній мережі.

Мережа Internet останніми роками пов'язана з розвитком технології World Wide Web (WWW). Все більша кількість користувачів заохочується до інформаційних технологій завдяки простоті й наочності отримання необхідних даних за допомогою World Wide Web. WWW-сторінки містять гіпертекст та ілюстрації до нього, об'єднані між собою посиланнями-зв'язками, які дають можливість легко переходити від одного матеріалу до іншого.

Значний внесок у дослідження та вирішення проблеми щодо підвищення економічної ефективності використання засобів і методів електронної комерції на підприємствах зроблено закордонними, українськими, російськими та іншими вченими і практиками, а саме: Л. Вінариком, В. Зарубою, А. Кантаровичем, Д. Козьє, М. Макаровим, М. Мак-Картні, Н. Меджибовською, К. Пейтелом, В. Царьовим та ін.

У трактуванні Л. Вінарика, онлайнвий електронний бізнес-технологія, що забезпечує здійснення комерційних операцій,

включаючи замовлення товару або послуги, проведення платежів, участь у контролі доставки товару (виконання послуг), що проводиться з використанням електронних засобів обміну електронними інформаційними ресурсами та електронного документообігу [1, с. 27].

У роботі А. Чучковської визначено, що електронна комерція є комплексним, системним та правовим поняттям, яке включає три групи правовідносин:

- пов'язані із вчиненням правочинів через мережу електронного зв'язку у сфері господарювання;

- правочини, пов'язані із використанням електронних документів;

- правовідносини, пов'язані із використанням електронного підпису [2, с. 77].

У роботі Ю. Корнева визначено, що «новим явищем у міжнародному бізнесі є електронна комерція, що з'явилася в останні роки минулого століття і стрімко поширюється. Розвиток електронної комерції не потребує значних витрат, але для цього необхідні певні інституційні передумови» [3, с. 29].

Р. Шкіль визначає, що перспективним напрямом у сфері електронної комерції є дослідження бізнес-процесів, їх детальний опис, регламентація, інтеграція економіко-математичних методів з існуючими методами моделювання [4, с. 198].

У роботі В. Яценко вказано, що для подальшого дослідження специфіки ринку електронної комерції і можливостей його використання у сучасній практиці ведення бізнесу українськими підприємствами слід розробляти і впроваджувати перспективні бізнес-моделі електронного бізнесу [5, с. 350].

О. Маслак визначає, що електронна комерція – це бізнес-процеси та ділові операції, які здійснюються між суб'єктами за допомогою інформаційних і телекомунікаційних технологій, забезпечують досягнення економічних й фінансових цілей суб'єктів, а також сприяють зниженню затрат [6, с. 183].

Таким чином, можемо сформулювати узагальнююче визначення електронної комерції – це торговельні операції через мережу Internet, базою яких є правові взаємовідносини у сфері господарювання, організаційно-технічна господарська система зниження витрат, розвиток якої потребує інституційних передумов, система бізнес-процесів та ділових операцій для досягнення економічних переваг у діяльності підприємств.

Метою досліджень є розгляд стану та узагальнення використання електронних комерційних операцій на підприємствах зарубіжжя та України.

У результаті досліджень визначено, що одним із елементів діяльності підприємства є торговий цикл, який включає декілька етапів. Для того, щоб задовольнити потреби ринку, підприємства розробляють і впроваджують нову продукцію (незалежно від того, що вона собою являє – річ, послугу або інформацію), виходять з нею на

ринок, розповсюджують її і забезпечують після продажну підтримку, створюючи для себе джерела доходу протягом усього ланцюжка. Покупці спочатку визначають свою потребу в якійсь продукції, потім ознайомлюються з інформацією про неї, шукають місце, де можна здійснити купівлю, порівнюють усі можливі варіанти (ціну, рівень обслуговування, репутацію виробника тощо) і лише потім здійснюють покупку. Процес продажу також може включати в себе переговори про ціну, кількість, терміни доставки товару та конкретні особливі умови. Після доставки товару або надання послуги торговий цикл не закінчується. Підтримка споживача приносить додаткову користь обом сторонам: покупець отримує те, що йому необхідно для нормального використання товару, а постачальник – нову інформацію про потреби ринку. Банки й інші фінансові інститути переміщують кошти між покупцями і продавцями незалежно від того, ким вони є, – приватними особами чи великими багатонаціональними корпораціями.

Розглянемо практичний приклад бізнес-процесу замовлення товару для діяльності фірми. У традиційному бізнес-процесі менеджеру підприємства доведеться виконати такі типові дії:

- заповнення заявки на товар (вказати його характеристики, марку, тип);
- передача заявки на затвердження керівництву за ієрархією підпорядкування;
- надходження заявки до відділу постачання для вибору відповідної моделі і постачальника;
- уточнення у постачальника наявності конкретного товару, його кількості та якості;
- оформлення паперового замовлення та надання його постачальникові традиційними засобами зв'язку: факсом, поштою або кур'єром (замовити по телефону не можна, адже звітність у фірмі здійснюється на папері);
- перевірка постачальником кредитоспроможності фірми, яка надіслала замовлення;
- надання замовнику рахунку-фактури для оплати традиційними засобами зв'язку;
- проведення банківських операцій оплати за товар та її підтвердження;
- організація доставки товару замовнику;
- перевірка відсутності рекламцій та претензій;
- закінчення бізнес-процесу – оформлення договірних та податкових паперових документів, обмін ними між учасниками бізнес-процесу.

У запропонованих умовах використання електронних комерційних операцій цей бізнес-процес замовлення та постачання товару, що потрібен фірмі, можна спростити за допомогою засобів електронної комерції:

- менеджер відвідує інформаційний ресурс (Web-вузол) регіонального дистриб'ютора (постачальника) товару;

- здійснюється вибір та оформлення товару, що задовольняє вимогам фірми-замовника, з використанням актуального електронного каталогу постачальника;
- заявка (цифровий запит) надсилається керівникові на затвердження електронною поштою або засобами Intranet-мережі;
- затвержене електронне замовлення автоматично надсилається до відділу постачання;
- інформація замовлення копіюється в базу даних і надсилається постачальникові у формалізованому виді EDI (Electronic Data Interchange - електронний обмін даними);
- внесення замовлення до бази даних постачальника;
- автоматизована перевірка кредитного статусу фірми-замовника, наявності товару на складі, проведення резервування товару для доставки;
- комп'ютерна програма автоматично передає в електронній формі замовлення на перевезення до відповідного складу і виписує рахунок-фактуру і транспортні документи (для незалежного перевізника надсилається електронне повідомлення);
- банк замовника оплачує рахунок-фактуру постачальникові;
- здійснюється доставка товару замовнику;
- перевірка відсутності рекламцій та претензій;
- закінчення бізнес-процесу – оформлення договірних та податкових паперових і електронних документів, обмін ними між учасниками бізнес-процесу та контролюючими державними організаціями (податкові або митні державні установи).

Запропоновані електронні комерційні операції спрощують виконання бізнес-процесу замовлення і постачання товару й оптимізують його з використанням комп'ютерних програм та баз даних.

Існують загальновизначені типи електронної комерції: бізнес-бізнес, бізнес-споживач, бізнес-адміністрація, споживач-адміністрація, споживач-споживач.

Інструменти, якими фірма користуватиметься для реалізації можливостей електронної комерції, можна умовно розділити на чотири групи:

- бізнес-додатки;
- електронні магазини;
- шлюз в EDI-систему (офіційний документообіг);
- зв'язок із фінансовими організаціями через різні платіжні системи.

Якщо організація має орієнтацію на прямий продаж користувачам через електронні магазини, то вона є продавцем, орієнтованим на роздрібний ринок. Коли її головне завдання – робота з іншими організаціями, то це – ринок бізнес-бізнес. У даному секторі ринку передбачається пряма взаємодія між бізнес-процесами в різних організаціях, тобто взаємодія, організована в online-режимі за транзакційною схемою.

Зв'язок із фінансовими інститутами необхідний у будь-якому випадку, але як саме влаштована платіжна система, залежить від пропозицій з боку банків, процесингових центрів і т. ін. Продавець змушений підлаштовуватися під схему розрахунків, що пропонується ними. Але якщо в цих нових платіжних схемах відсутні прямі інтерфейси і до Internet-магазинів, і до EDI, то це не може влаштувати ні продавців, ні покупців.

Сфери поширення електронної комерції такі: маркетинг, продаж і сприяння продажу; передпродаж, попередні домовленості, поставки; фінансування й страхування; комерційні операції: замовлення, отримання, оплата; обслуговування та підтримка продукту; спільна розробка продукту; розподілене спільне виробництво; використання загальних і приватних послуг; адміністрування бізнесу (концесії, дозвіл, податки, митниця тощо); транспорт, техніка перевезень і постачання; загальні закупівлі; автоматична торгівля електронними товарами; бухгалтерський облік; дозвіл спірних моментів.

Як показують наведені вище приклади, електронна комерція може здійснюватися на різних рівнях, починаючи з простого представництва компанії в мережі до електронної підтримки процесів, спільно здійснюваних декількома компаніями також на національному чи інтернаціональному рівні [7, с. 79].

Існує відмінність між національними й інтернаціональними діловими операціями. Її основи - не технічні, а швидше законодавчі. На інтернаціональному рівні, порівняно з внутрішньонаціональним, електронна комерція ускладнюється, що викликано такими факторами, як оподаткування, угоди між країнами, митні збори і відмінності в правилах банківської діяльності.

У юридичному аспекті електронна комерція – це укладання в електронній формі низки підприємницьких угод щодо купівлі-продажу і постачання, розподілу продукції, страхування, перевезення вантажів або пасажирів повітряним, морським, залізничним транспортом, банківських угод т. ін.

Необхідно вдаватися до певних правових підходів і засобів, щоб оперативно та ефективно відповісти на появу нових можливостей у бізнесі. Передусім, це особлива законодавча регламентація електронної комерції, яка поєднує застосування традиційних, базових юридичних норм і правил (таких, як положення Цивільного або Цивільно-процесуального кодексу), нові правові інститути і процедури. Серед найважливіших юридичних питань, які потребують негайного законодавчого вирішення, слід назвати:

- вимоги до форми укладення електронних угод;
- оподаткування мережевих тарифів;

- захист інформації та використання електронних підписів;
- охорона прав споживачів у мережі Internet ;
- охорона прав інтелектуальної власності.

Деякі представники іноземної юридичної доктрини стверджують, що законодавство щодо мережевої економіки повинно бути міжнародним і «прозорим». Глобальний і розгалужений характер онлайнової економіки не дає змоги регулювати її будь-яким урядом або державним органом. Як наслідок – домінування на практиці організаційної моделі саморегулювання.

В Україні існує низка нормативних актів щодо відносин у сфері інформатизації, але тільки один документ присвячений безпосередньо глобальній мережі Internet – це Указ Президента № 928/2000 від 31.07.2000 р. «Про заходи щодо розвитку національної складової глобальної інформаційної мережі Internet та забезпечення широкого доступу до цієї мережі в Україні». У листопаді 2000 р. було розроблено проекти Законів України «Про електронні документи і електронний документообіг» і «Про електронний цифровий підпис» (ЕЦП), які були прийняті у 2004 р.

Не менш важливою умовою розвитку електронної комерції є прийняття комплексного Закону «Про електронну комерцію», який повинен забезпечувати юридичне визнання угод, що укладаються шляхом електронних повідомлень, гарантії їх дійсності, захист інформації від несанкціонованого доступу, а також охорону прав споживачів у сфері електронної комерції.

За кордоном рівень використання ЕК оцінюється такими показниками, що впливають на ефективність діяльності підприємства: рівень розвитку інформаційних технологій на підприємстві; рівень автоматизації основних технологічних процесів; рівень автоматизації основних бізнес-процесів; рівень розвитку інформаційно-комунікаційної інфраструктури на підприємстві; рівень підготовки персоналу для використання інформаційно-комунікаційних технологій; рівень стратегічного бачення та готовності керівництва підприємства до розвитку та використання сучасних систем електронної комерції. На базі цих показників здійснюється оцінка та розвиток організаційних форм електронної комерції на підприємстві [8, с. 115].

За даними Державного комітету зв'язку та інформатизації України в 2001 р. в Україні нараховувалося від 700 до 750 тис. користувачів Internet. У грудні 2008 р. за даними BIGMIR-Internet чисельність користувачів українського Internet склала 10 млн. унікальних користувачів. На лютий 2011 р. аудиторія українського Internet нараховувала 19 млн. адрес користувачів, а у 2012 р. – вже

понад 21 млн. одиниць зареєстрованих. Таким чином, спостерігається стійка позитивна тенденція до зростання кількості користувачів.

Становлення і розвиток «е-економіки» пов'язані з перенесенням в електронне середовище мережі Internet різних видів соціально-економічної діяльності. Глобальна мережа Internet надає необмежені можливості для здійснення електронної економічної діяльності, а це означає, що бізнес-процеси здійснюються миттєво у будь-якій точці простору. Сучасне підприємство функціонує в режимі реального часу і його робота синхронізована із індивідуальними потребами споживачів, а доступність потенційних клієнтів забезпечує отримання конкурентних переваг водночас з гнучким виробництвом та вузькою спеціалізацією. Нова віртуальна організаційна форма бізнесу виникла як необхідність забезпечувати конкуренцію за обмежених ресурсів та фінансів з метою якнайшвидшої реалізації запитів клієнтів при введенні нових технологічних інфраструктур.

На зміну традиційним підприємствам з ієрархічною функціонально-організаційною структурою приходять мережеві підприємства з можливостями їх постійної реорганізації та реінжинірингу бізнес-процесів, робота яких цілком зорієнтована на задоволення потреб індивідуального споживача в режимі реального часу.

На сучасному етапі найперспективнішими напрямками розвитку електронної комерції business-to-business є:

- створення Web-сайтів із функціями автоматичного обслуговування постійних клієнтів, сервісного і післяпродажного обслуговування;
- формування і підтримка сайтів – торговельних концентраторів.

Торговельні концентратори (різновид бізнес-порталу) – сайти, які об'єднують продавців і покупців, що діють у певній галузі.

Автоматичні системи для обслуговування постійних клієнтів створюються для того, щоб, потрапивши на сайт підприємства, клієнт лише визначив обсяг закупівлі та вніс інформацію для проведення платежу. Відвантаження і доставка продукції здійснюються автоматично: фірмі, що постійно продає (чи закуповує) сировину або комплектуючі тим самим партнерам (наприклад, дилерській мережі), не потрібно тримати з цією метою спеціальний штат менеджерів. Такі операції можуть реалізуватися автоматично на сайті компанії.

У багатьох випадках одна бізнес-операція підприємства – це угоди, оплати, заліки та інші операції. Такі господарські ланцюжки потребують чимало часу і сил, особливо керівників, що змушені тримати усі деталі ситуації під контролем. Автоматизація ж цього

процесу на торговельних концентраторах не складніша, ніж автоматизація певної господарської операції. Тому такий ланцюжок операцій також може реалізовуватися і контролюватися однією людиною [5].

Бізнес-портали можуть виконувати не тільки функції торговельних концентраторів, а й надавати компаніям можливості ведення бізнесу в мережі:

- оренда власного електронного офісу, призначеного для підтримки електронного каталогу і прайсу підприємства, управління торговими операціями, надання інформації про фірму, інформаційне забезпечення клієнтів;

- оренда власного електронного офісу для вдосконалення контролю й управління торговельно-закупівельною діяльністю підрозділів;

- відкриття для фірми і підтримка власних адрес електронної пошти і списків розсилки для поліпшення інформаційної підтримки її клієнтів;

- використання програмних застосувань для організації електронної комерції класів B2B і B2C;

- закупівлю і продаж на галузевих і регіональних торговельних майданчиках бізнес-порталу;

- проведення торгових операцій на електронних аукціонах;

- повне інформаційне забезпечення фірми, надання їй галузевих новин і аналітичної інформації;

- надання комплексу рекламних, маркетингових, транспортних, кадрових, юридичних послуг;

- пошук персоналу для компанії тощо.

З метою забезпечення усіх процесів у складі бізнес-порталу можуть функціонувати такі сервіси (служби): електронні офіси підприємств; поштові сервери; списки розсилання; електронні торговельні майданчики; електронні аукціони; система автоматизації бартерних операцій; електронний бізнес-центр; рекламна Internet-агенція тощо.

Нові підходи та моделі використання сучасних маркетингових та інформаційних технологій на підприємствах потребують постійного вдосконалення системи показників оцінки ефективності системи електронної комерції підприємницької структури. Це дозволяє оцінити ефективність управління продажами через електронний ринок усіх благ, пропонує на ринку підприємницькою структурою.

В основі ряду методик визначення ефективності проекту формування системи електронної комерції лежить формула, що представляє собою відношення результату (економічного ефекту) до витрат, пов'язаних із створенням та експлуатацією систем електронної комерції.

Дотримуючись цього підходу, економічна ефективність системи електронної комерції може бути визначена як відношення результату її застосування до витрат.

Повні витрати при цьому складають сумарні капітальні вкладення в проектування системи, придбання необхідних складових, її реалізацію та експлуатаційні витрати.

У разі різночасності капітальних і щорічних витрат капітальні витрати повинні бути приведені до одного (першого або останнього) року експлуатації за формулою складних відсотків: відношення приведених капітальних витрат до коефіцієнта дисконтування капітальних вкладень $(1+i)^t$ у ступені періоду часу, через який будуть зроблені витрати.

Результат, одержуваний за рахунок функціонування системи електронної комерції, визначається як різниця між ефектом, отриманим у час t за рахунок зниження витрат у результаті використання системи електронної комерції та сумарних капітальних вкладень у проектування системи, придбання необхідних складових та її реалізацію.

Таким чином, в основі цього методу оцінки економічної ефективності лежить визначення основних статей витрат і зниження витрат за рахунок використання системи електронної комерції. На першому етапі розвитку проектів Internet-бізнесу, який умовно називається «створенням бізнесу», або «стартап», явну перевагу і за часом, і за витратами мають корпоративні проекти, у яких вже є усталені бізнес-схеми і сформована основа менеджменту.

Використовуючи теоретичні та практичні підходи інтернет-маркетингу, розробимо систему економічних показників оцінки ефективності систем електронної комерції (СЕК) на підприємствах. Ці показники можна розділити на дві основні групи:

I. Показники оцінки ефективності формування СЕК.

I.1. Показники оцінки ефективності функціонування

До першої групи показників відносяться:

- використані інвестиції;
- поточні експлуатаційні витрати;
- показники оцінки інвестиційних проектів.

У другій групі визначимо:

- поточні показники;
- узагальнюючі показники.

Залежно від напрямів аналізу використання інвестицій та контролю діяльності СЕК визначимо такі показники економічної ефективності СЕК:

• *Використані інвестиції:*

1. Витрати на аналіз і планування.
2. Витрати на обладнання.
3. Вартість програмного забезпечення.
4. Інвестиції у лінії зв'язку та комунікаційне обладнання.
5. Вартість допоміжного комп'ютерного обладнання.
6. Витрати на підготовку кадрів.

- *Поточні експлуатаційні витрати:*
 1. Витрати на експлуатацію.
 2. Заробітна плата персоналу.
 3. Витрати на допоміжні матеріали.
 4. Орендна плата за канали зв'язку.
 5. Оплата провайдером Internet-послуг.
 6. Амортизаційні відрахування.
 7. Витрати на безпеку та захист інформації.
- *Показники оцінки інвестиційних проектів:*
 1. Чисто дисконтований дохід.
 2. Дисконтований термін окупності.
 3. Внутрішня норма прибутковості.
 4. Індекс рентабельності.
 5. Модифікована внутрішня норма прибутковості.
- *Поточні показники:*
 1. Загальна кількість відвідувачів Internet ресурсу СЕК.
 2. Загальна кількість повторних відвідувачів ресурсу СЕК.
 3. Питома вага відвідувачів ресурсу (які зробили покупки) від їх загального числа.
 4. Обсяг покупок на одного покупця.
 5. Мінімальний і максимальний обсяг покупок на одного покупця.
 6. Динаміка продажів.
- *Узагальнюючі показники:*
 1. Річний економічний ефект.
 2. Коефіцієнт економічної ефективності капітальних витрат.
 3. Річний приріст прибутку.
 4. Річна вартість використання СЕК.
 5. Загальні інвестиційні показники.

5.3. Оцінки ступеня ризику операційної діяльності малих підприємств

Мале підприємництво – невід’ємна складова будь-якої ринкової господарської системи, основа її інноваційного розвитку, оскільки це найбільш динамічна, гнучка форма ділового життя. У той же час, діяльність малих підприємств характеризується підвищеним ризиком. Сьогодні в Україні понад 40% підприємств тривалий час працює збитково, втрати збиткових підприємств зростають, доходи прибуткових підприємств скорочуються, санація у корпоративному секторі не проходить, і механізм банкрутства працює неефективно. Тому слід поглиблено вивчати чинники, що визначають розвиток малого підприємництва в країні, у тому числі і методами економіко-математичного моделювання.

Проблемам розвитку малого підприємництва присвячено велику кількість публікацій як українських, так і зарубіжних дослідників [12, 13, 24, 25]. У роботах [2, 22, 25] дослідження виконуються за допомогою економіко-математичних методів. Різні аспекти економіки та фінансів досліджуються з використанням моделювання ризиків [2]. Метою дослідження, представленого у даному розділі монографії, була оцінка ризику діяльності малих підприємств у Дніпропетровській області за останні роки та аналіз його впливу на розвиток підприємництва в регіоні.

Структура наявного в регіоні малого підприємництва та його продуктивність залишається незадовільною (див. табл. 5.3). У структурі обсягів реалізованої продукції (робіт, послуг) усіма підприємствами області малі підприємства області у 2008-2011 рр. займали не більше 15%.

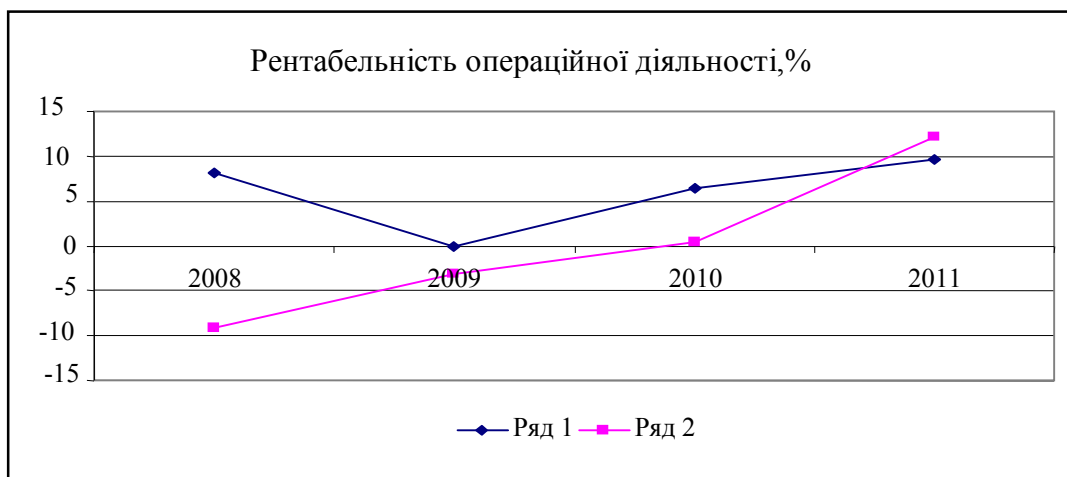
Таблиця 5.3

Структура обсягів реалізованої продукції (робіт, послуг) малими підприємствами області за видами економічної діяльності [15,19,20]

Роки Показники	2009 р.	2009 р.	2010 р.	2010 р.	2011 р.
	млн. грн.	Від усього в області, %	млн. грн.	Від усього в області, %	млн. грн.
Усього	42394,6	14,1	43887,8	11,5	46900,6
У тому числі:					
Сільське господарство, мисливство та лісове господарство, %	809,4	13,7	1055,1	15,6	2722,2
промисловість	4107,1	3,5	4737,9	2,7	5559,4
будівництво	2885,3	44,5	2473,5	38,8	2764,0
торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку	29047,9	21,9	29607,9	20,7	28900,5
торгівля автомобілями та мотоциклами, їхнє технічне обслуговування та ремонт	1445,2	19,6	1746,7	18,6	1612,72
оптова торгівля і посеред- ництво в оптовій торгівлі	26257,6	24,7	26514,8	24,6	25892,9
роздрібна торгівля; ремонт побутових виробів та предме- тів особистого вжитку	1345,1	7,2	1346,4	5,3	1394,9
діяльність готелів та ресторанів	144,0	30,2	147,5	30,7	168,3
діяльність транспорту та зв'язку	1083,8	9,3	1180,3	9,2	1502,9

1	2	3	4	5	6
фінансова діяльність	496,9	2,6	519,7	1,9	517,9
операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям	3513,1	46,2	3810,8	42,0	4310,1
освіта	36,7	40,1	39,3	37,2	53,1
охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	53,8	29,0	62,1	27,1	113,1
надання комунальних та індивідуальних послуг; діяльність у сфері культури та спорту	211,4	22,4	246,9	28,4	278,1

Найбільшу частку у своєму виді економічної діяльності займають підприємства, що спеціалізуються на операціях з нерухомим майном, оренді, інжинірингу та наданню послуг підприємцям (до 47%), будівельної галузі (до 45%) та освіти (до 41%), відсоток обсягів реалізованої продукції малих підприємств промисловості, фінансової діяльності досить низький – до 4% та до 3%, відповідно. У той же час у період, що розглядався, спостерігались позитивні зміни: обсяг реалізованої продукції малих підприємств сільського господарства, мисливства та лісового господарства у 2011 р. зріс більше ніж у 3 рази в порівнянні з 2009 р. Відмітимо також, що з 2009 по 2011 рр. на 32% збільшився обсяг реалізованої продукції малих підприємств, що здійснювали операції з надання комунальних та індивідуальних послуг; діяльність у сфері культури та спорту.



◆ підприємства-суб'єкти підприємницької діяльності ■ малі підприємства

Рис. 5.17. Рентабельність операційної діяльності підприємств Дніпропетровської області у 2008-2011 рр.

У роботі проаналізовано ризик діяльності малих підприємств Дніпропетровської області на основі даних [15, 19, 20] з рентабельності операційної діяльності малих підприємств за регіонами Дніпропетровської області у 2008-2011 рр., які порівнювалися з даними з операційної діяльності підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності у відповідний період за регіонами області [15, 19, 20].

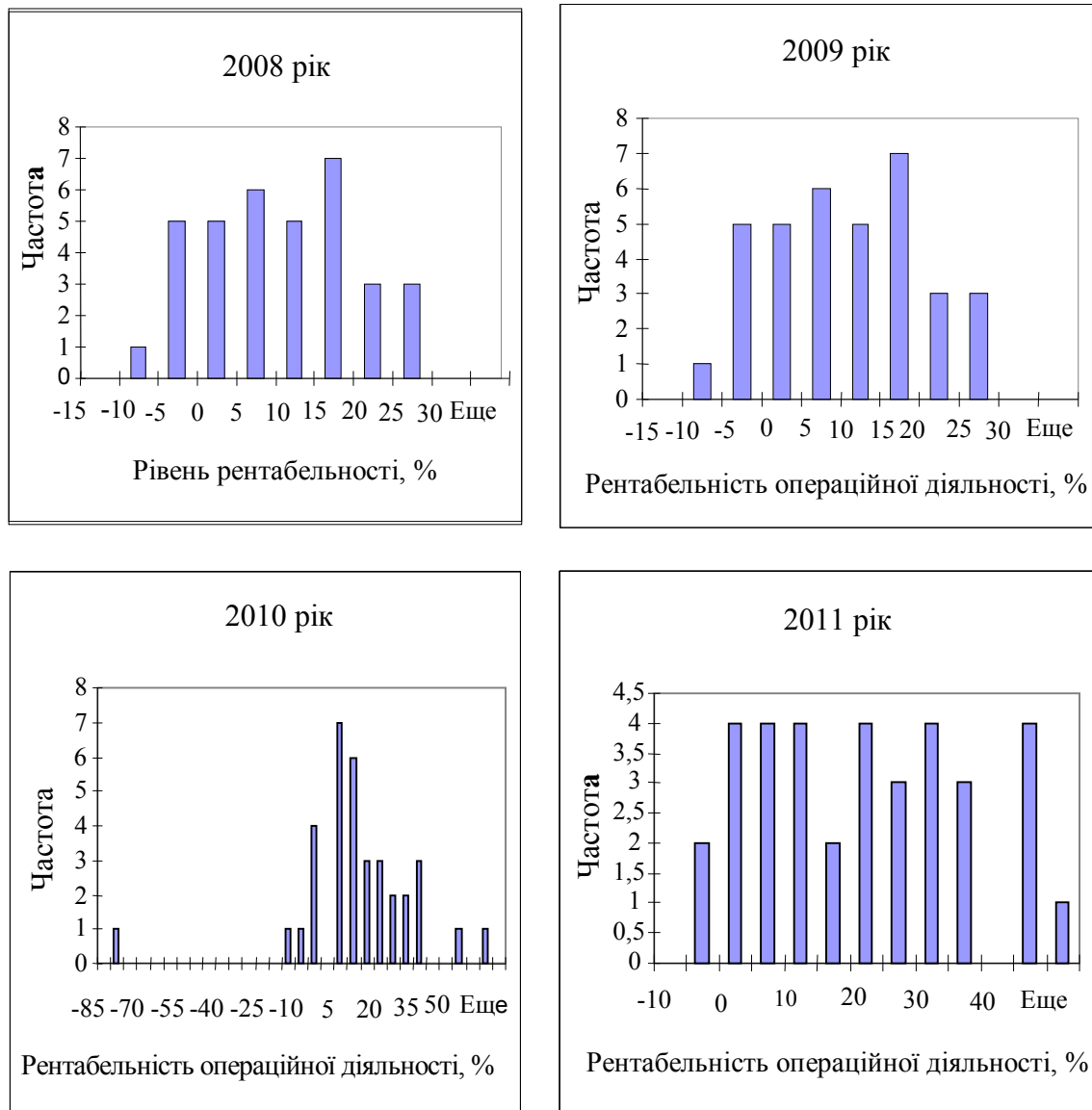


Рис. 5.18. Гістограми частот рівня рентабельності операційної діяльності малих підприємств

У табл. 5.4 наведено кількісні оцінки ризику операційної діяльності малих підприємств Дніпропетровської області, зокрема розрахунків математичного сподівання $M(X)$, дисперсії $V(X)$, середньо-

квадратичного відхилення $\sigma(X)$, коефіцієнта варіації $CV(X)$ та інших показників, що розглядаються [1].

Таблиця 5.4

*Кількісні оцінки ризику операційної діяльності малих підприємств
Дніпропетровської області*

Позначки	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.
$M(X)$	2,56	6,07	8,69	15,25
$V(X)$	315	265	965,6	459,6
$\sigma(X)$	17,8	16,28	31,07	23,44
$CV(X)$	6,94	2,681	3,57	1,41
$SV(X)$	155,4	121,5	586,6	154,8
$SSV(X)$	12,5	11,02	24,22	12,44
$CSV(X)$	4,88	1,81	2,78	0,818
$As(X)$	-0,235	-0,252	-0,616	0,361
$Es(X)$	0,6754	0,572	2,62	1,093
$K_z(X)$	0,362	0,211	0,315	0,055

Розраховано автором за даними [15,19,20]

При аналізі рівня рентабельності ми орієнтуємось на його максимальні значення, тобто показник, що аналізується, має позитивний інгредієнт: $X = X^+$.

Аналіз табл. 5.4 свідчить про те, що майже всі показники ризику діяльності малих підприємств області у 2011 р. покращились: за 2008-2011 рр. суттєво збільшилася середня рентабельність операційної діяльності малих підприємств області, у той же час, у порівнянні з 2010 р. зменшилась дисперсія $V(X)$ та середньоквадратичне відхилення $\sigma(X)$, але ці показники залишаються гіршими, ніж вони були у 2008-2009 рр.

Динаміка змін значень коефіцієнта варіації, яке у 2011 р. зменшилось у порівнянні з 2008 р. майже у 5 разів, свідчить про суттєве зменшення у даному році ризику операційної діяльності малих підприємств.

Відповідно, у 2011 р. у порівнянні з 2010 р. значно зменшились семіваріація $SV(X)$, семіквадратичне відхилення $SSV(X)$ та коефіцієнт семіваріації $CSV(X)$, які характеризують розкид несприятливих значень показника.

Коефіцієнт асиметрії у 2008-2010 рр. був від'ємним, і несприятливі значення ліворуч були значно віддалені від сподіваної величини (рис. 5.18). Позитивно, що у 2011 р. картина змінилася, і несприятливі відхилення від сподіваного значення з відносно великою

ймовірністю розташовувались ліворуч найближче до сподіваного значення, а сприятливі значення були значно віддалені від сподіваної величини (ці значення – «хвіст» – були розташовані праворуч).

У 2011 р. зменшився коефіцієнт ексцесу $Es(X)$ у порівнянні з 2010 р., тобто крива розподілу стала більш пологою, більш «згладженою». Ця ситуація вказує на те, що розміри інтервалу, на який «найчастіше» потрапляють значення показника ефективності, зріс, але беручи до уваги той факт, що зменшилася частка збиткових підприємств, ризикованість діяльності малих підприємств за цим показником у 2011 р. стала менш ризиковою у порівнянні з 2008-2010 рр. Позитивним явищем є зменшення у 2011 р. коефіцієнта сподіваних збитків $K_z(X)$, який у 2008 р. був біля 0,4, у 2011 р. – вже майже у 6 разів меншим. Були також розраховані показники систематичного ризику діяльності малих підприємств відносно діяльності усіх підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності області. У 2010 та 2011 рр. отримано відповідно такі значення коефіцієнта чутливості: $\beta = 0,40$ та $\beta = 0,23$. Як бачимо, за два роки значення коефіцієнта було меншим за одиницю. Зменшення значення коефіцієнта майже у 2 рази свідчить про те, що ризик діяльності малих підприємств Дніпропетровської області у 2011 р. вже менше залежить від загального стану її економіки.

У табл. 5.5 наведено рівні рентабельності продукції підприємств Дніпропетровської області за видами економічної діяльності.

Таблиця 5.5

Рентабельність продукції підприємств за видами економічної діяльності [15, 19, 20]

Показники	Підприємства-суб'єкти підприємницької діяльності				Малі підприємства			
	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Усього, %	8,2	0,0	6,5	9,6	-9,2	-3,1	0,4	12,1
сільське господарство, мисливство та лісове господарство, %	19	17,3	19,3	25,7	19,5	20,0	31,4	37,7
промисловість	13,8	-0,3	7,4	12,1	2,0	-1,9	0,6	1,8
будівництво	-4,2	-2,0	-2,0	-0,9	2,0	-3,9	-0,5	-2,9
торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку	-10,5	-3,6	13,8	7,9	-21,5	-7,6	4,4	1,2

Продовж. табл. 5.5

1	2	3	4	5	6	7	8	9
оптова торгівля і посередництво в оптовій торгівлі	-11,5	-1,1	-	10,0	-22,4	-7,5	5,5	0,9
роздрібна торгівля; ремонт побутових виробів та предметів особистого вжитку	-4,6	-6,7	-	0,5	0,0	-9,5	-1,0	7,6
діяльність готелів та ресторанів	-7,2	-7,8	-5,5	-3,2	-4,9	-7,2	-8,0	0,5
діяльність транспорту та зв'язку	2,3	4	3,0	2,9	1,2	1,8	1,0	3,4
фінансова діяльність	3,3	0,9	1,1	5,6	21,0	6,5	20,4	4,7
операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям	-3,4	0,6	-3,5	1,1	-8,0	-6,6	-10,9	-3,6
освіта	12,0	10,3	13,7	5,0	9,7	2,7	6,0	9,4
охорона здоров'я та надання соціальної допомоги			-1,2	2,8	-2,0	-11,5	-4,3	5,1
надання комунальних та індивідуальних послуг; діяльність у сфері культури та спорту	-29,6	-33,2	-34,2	-36,9	-4,2	-14,7	-1,4	-6,5

Як бачимо з табл. 5.5, майже за всіма видами економічної діяльності протягом періоду, що розглядався, рентабельність операційної діяльності малих підприємств області була нижчою за рентабельність діяльності усіх підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності. Найбільший рівень рентабельності у 2011 р. мали малі підприємства за такими видами економічної діяльності, як сільське господарство, мисливство та лісове господарство (37,7%), освіта (9,4), причому у цих сферах економічної діяльності рентабельність малих підприємств у 2008-2011 рр. майже завжди перевищувала рентабельність підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності.

Таблиця 5.6

*Показники ефективності та ризику діяльності малих підприємств
Дніпропетровської області*

Галузі господарства	$M(X)$		$\sigma (XX)$		$CV(X)$		$SSV(X)$		$CSV(X)$	
	2008 р.	2010 р.	2008 р.	2010 р.	2008 р.	2010 р.	2008 р.	2010 р.	2008 р.	2010 р.
Сільське господарство, мисливство та лісове господарство	20,3	26,6	21,4	24,4	1,07	0,9	16,3	18,7	0,80	0,69
Промисловість	-7,2	-3,6	17,1	10,9	-2,37	-3,05	24,8	17,9	-3,43	-5
Будівництво	3,3	0,58	10,0	37,8	3,04	65,3	3,55	19,2	1,08	33,1
Торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку	8,08	5,1	17,7	18,6	2,19	3,14	16,5	13	2,04	2,54

Найнижчий рівень рентабельності у 2011 р. мали підприємства, що виконували «надання комунальних та індивідуальних послуг; діяльність у сфері культури та спорту», «операції з нерухомим майном, оренду, інжиніринг та надання послуг підприємцям» і «будівництва», продукція яких була збитковою (рівні рентабельності відповідно склали -6,5%, -3,6% і -2,9%).

У табл. 5.6 наведено результати розрахунків показників ефективності та ризику діяльності малих підприємств Дніпропетровської області у 2008 і 2010 рр. за основними видами економічної діяльності, такими як «сільське господарство, мисливство та лісове господарство», «промисловість», «будівництво» та «торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку».

Аналіз табл. 5.6 свідчить про зменшення ризику діяльності малих підприємств у регіоні в порівнянні з 2004-2005 рр. [25, с. 295]. Майже за всіма видами економічної діяльності, що розглянуто, сподіване значення рентабельності, яке характеризує ефективність діяльності підприємств, стало позитивним. Найгірші справи за даним

показником у промислових малих підприємств, на яких у 2010 р. рівень рентабельності у порівнянні з 2008 р. збільшився у два рази і становив тільки $M(X) = -3,6\%$. У торгівлі очікуване значення рентабельності у 2010 р. хоча трохи і зменшилось у порівнянні з 2008 р., але залишилось позитивним (5,1%). З точки зору ризику як міри мінливості результату, найбільш ризиковою виявилась діяльність будівельних підприємств. Так, у 2010 р. значення середньоквадратичного відхилення показника рентабельності у даній сфері економічної діяльності склало 37,8%, а коефіцієнт варіації дорівнював 65,3%, що свідчить про дуже великий ризик діяльності підприємств, ще більші значення мали такі показники ризику, як семіквадратичне відхилення та коефіцієнт семіваріації. Не набагато кращі справи спостерігались і в інших сферах економічної діяльності.

Зрозуміло, що і в 2008-2011 рр. особливості функціонування малих підприємств зумовили значні ризики у сфері малого бізнесу. Це потребує продуманої і гнучкої державної та банківської кредитно-інвестиційної політики для реалізації стратегії структурної перебудови економіки.

Висновки.

Як показують результати проведеного дослідження, з метою створення сприятливих умов для розвитку малого підприємництва, зміцнення його ролі у процесах економічного зростання регіону необхідно: і надалі поліпшувати якісні показники структури та діяльності малих підприємств регіону; підвищувати рівень підприємницької активності сільського населення; забезпечити гарантований доступ до кредитів для малих і середніх підприємств через розвиток ринку фінансових послуг, формування мережі регіональних фондів підтримки підприємництва та кредитно-гарантійних установ.

Список використаних джерел до розділу 5

1. Балабанов, И.Т. Электронная коммерция. – СПб.: Питер, 2001. – 336 с.
2. Вітлінський, В.В. Ризикологія в економіці та підприємстві : монографія / В.В. Вітлінський Г.І. Великоіваненко – К.: КНЕУ. – 2004. – 480 с.
3. Воронкова, А.Е. Моделювання управління валютними ризиками підприємства під час здійснення зовнішньоекономічної діяльності / А.Е. Воронкова, Б.Б. Любич // Економічний вісник Донбасу. – 2010. – №3 (21). – С. 52-56.

4. Глобальная статистика украинского Интернета. Август 2010. – Bigmir.net [Електронний ресурс]. –2010.
5. *Дорошенко, М.* Особливості оцінки ризику інвестиційного проекту / Дорошенко М. // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2012. – № 5 (85). – С. 66-75.
6. *Егорова, Н.Е.* Динамические модели развития малых предприятий, использующих кредитно-инвестиционные ресурсы / Н.Е. Егорова, С.Р. Хачатрян – М.: ЦЭМИ РАН, 2001. – 44 с. (Препринт # WP/2001/118).
7. *Егорова, Н.Е.* Применение дифференциальных уравнений для анализа динамики развития малых предприятий, использующих кредитно-инвестиционный ресурс / Н.Е. Егорова, С.Р. Хачатрян // Экономика и математические методы. – 2006. – № 1. – С. 50–67.
8. *Заруба, В.Я.* Аналіз споживчих характеристик торговельних послуг в В2С електронної комерції./ В.Я.Заруба, П.В. Кузнецов, К.М. Сокол // Механізм регулювання економіки. –2009 – № 4. –Т. 2. – С. 59-64.
9. *Ищук С.* Методи визначення оптимальних виробничих програм за фінансовими критеріями розвитку підприємства / С. Ищук // Економіка і прогнозування. – 2006. – № 4. – С. 123–132.
10. *Козье, Д.* Электронная коммерция / Д. Козье. – М.: «Русская редакция», 1999. – 288 с.
11. *Коноваленко, Ю.* Моделювання ризиків при перевезенні небезпечних вантажів / Ю. Коноваленко // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2011. – № 5 (79) – С. 82-97.
12. *Ломсадзе, Д.Г.* Актуальные проблемы теории и практики бизнеса в России / Д. Г. Ломсадзе // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 3 (105). – С. 289-296.
13. *Ляпін, Д.П.* Лібералізація економіки та розвиток малого підприємництва в Україні / Д.П. Ляпін // Вісник КНТЕУ. – 2009. – № 5. – С. 67-74.
14. *Макарова, М.В.* Електронна комерція : навч. посібник. – К.: ВЦ «Академія», 2002. – 272 с.
15. Малий бізнес Дніпропетровської області у 2010 році // Статистичний бюлетень / Головне управління статистики у Дніпропетровській області. – Дніпропетровськ, 2011. – 147 с.
16. Математичні моделі у фінансах: навчальний посібник / О.А. Рядно, О.В. Піскунова, Л.В. Рибальченко та ін. – Дніпропетровськ: ДДФА, 2011. – 188 с.
17. *Меджибовська, Н.С.* Електронна комерція / Н.С. Меджибовська, – К.: ЦНЛ, 2004. – 384 с.
18. *Найт, Ф.* Риск, неопределенность и прибыль / Ф.Найт ; пер. с англ. М.Я. Каждана ; Центр эволюц. экономики. – М.: Дело, 2003. – 359 с.

19. Окремі фінансові показники діяльності підприємств Дніпропетровської області за 2010 рік // Статистичний бюлетень / Головне управління статистики у Дніпропетровській області.- Дніпропетровськ, 2011. - 38 с.

20. Окремі фінансові показники діяльності підприємств Дніпропетровської області за 2011 рік // Комплексний статистичний бюлетень / Головне управління статистики у Дніпропетровській області. – Дніпропетровськ, 2012. – 37 с.

21. *Песоцкая, Е.В., Шейхов, М.О.* Модели и методы управления жизненным циклом продукции малых и средних предприятий строительного профиля [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/read/article/a04.htm>

22. *Піскунова, О.В.* Аналіз та оцінка фінансових ризиків діяльності малих підприємств / О.В. Піскунова // Фінанси України. – 2007. – № 8. – С. 119- 130.

23. *Пэйтел, К.* Секреты успеха в электронном би знесе / К. Пэйтел, М.П. Мак-Картни. – СПб.: Питер, 2001. – 128 с.

24. Регулирование развития малого предпринимательства в Украине: проблемы и пути решения : монография / В.И. Ляшенко // НАН Украины. Институт экономики промышленности. – Донецк, 2007. – 452 С.

25. *Рядно, О.А.* Особливості розвитку малого бізнесу в Україні та вдосконалення системи його підтримки органами влади / О.А. Рядно, О.В Піскунова, Я.В. Хрущ // Український бізнес ХХІ століття: реалії, проблеми, перспективи: Щорічник досліджень консорціуму із удосконалення менеджмент-освіти в Україні. – К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2005. – С. 11-102.

26. *Школа, І.* Оптимізаційна модель життєвого циклу франчайзингу / І. Школа, О. Корольчук, В. Дронь, // Економіка України. – 2005. - № 6. – С. 50 -58.

ВИСНОВКИ

У монографії наведено результати досліджень та подальше вирішення важливої науково-практичної проблеми підвищення економічної ефективності малого підприємництва України та її промислових регіонів. За результатами дослідження можна зробити такі висновки:

1. Суб'єктами малого підприємництва в Україні виступають: фізичні особи, зареєстровані у встановленому законом порядку як суб'єкти підприємницької діяльності; юридичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та обсяг річного валового доходу не перевищує 70 млн. грн.

2. В Україні, за даними Держкомстату, в 2011 р. на 10 тис. громадян нараховувалося не більше 70 малих підприємств, на яких було зайнято 25% працюючого населення країни. Частка малого бізнесу в ВВП не перевищувала 10% і мала негативну тенденцію до скорочення, тоді як у розвинених країнах цей показник сягав 60-70%.

3. Основними проблемами, які гальмують розвиток малих підприємств, є: нестача власних обігових коштів та відсутність доступних кредитних ресурсів; відсутність дієвих механізмів фінансової підтримки; диспропорція у розвитку інфраструктурної підтримки по регіонах; нестабільні умови ведення бізнесу; зниження рівня ділової та інноваційної активності.

4. Комплекс державного механізму підтримки малого підприємництва має охоплювати такі складові: використання гарантійних фондів кредитування, пільгового кредитування та часткову компенсацію відсоткових ставок по кредитах; надання фінансової підтримки інноваційної діяльності; сприяння розвитку венчурного бізнесу; стимулювання до співпраці великих підприємств; розвиток інфраструктури з метою зменшення накладних витрат; створення дієвих програм розвитку та підтримки малих підприємств; активізація підготовчих, інформаційних і консультативних заходів для підприємців.

5. Важливим завданням для кожної держави є створення, з одного боку, вільної та простої системи оподаткування, яка б не обмежувала можливості підприємців, а з іншого – дозволяла б поповнювати державний бюджет у необхідному обсязі.

6. Головна проблема української системи оподаткування – це її складність. Однією з причин існування тіньової економіки в Україні є не стільки високі ставки оподаткування, скільки велика кількість податків та зборів, їх складне нарахування та складна бухгалтерська звітність. Спрощена система оподаткування малого підприємництва

частково вирішує цю проблему, проте головним вектором розвитку оподаткування повинно бути його удосконалення.

7. Розвиток малого бізнесу прямо залежить від чинного законодавства. Важливими правовими документами, які регулюють діяльність малого бізнесу, є Закон України «Про державну підтримку малого підприємництва» (2000р.), Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб–підприємців» (2003р.), Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань регулювання підприємницької діяльності» (2009р.), Господарський кодекс України (2003р.) та Податковий кодекс України (2010р.).

8. У якості пропозицій щодо визначення пріоритетних напрямів підтримки малого підприємництва Донецької області слід зазначити таке. Найбільш виправданими сферами підтримки є виробничі види діяльності малих підприємства області, зокрема – промисловість та будівництво. Для підприємств зазначених галузей господарювання, за умови здійснення ними інвестиційної діяльності, доцільно застосовувати економічні заходи державного регулювання у вигляді державної підтримки, зокрема, надання мікрокредитів для ведення власної справи, надання позик на впровадження нових технологій, застосування певних податкових преференцій. Регулювання сектора малого підприємництва невиробничої сфери має бути обмежене заходами у вигляді створення сприятливих економічних, соціальних і організаційних умов господарювання.

9. Для подальшої підтримки розвитку малого підприємництва й створення для його розвитку сприятливих умов основними завданнями є: зменшення державного регулювання підприємницької діяльності; спрощення дозвільних та інших процедур; зниження податкового навантаження на бізнес; підвищення якості й забезпечення прозорості адміністративних послуг; реформування державної системи нагляду й контролю; розвиток інфраструктури підтримки підприємництва, кластерного підходу до розвитку економіки; збільшення інвестиційної привабливості суб'єктів малого й середнього бізнесу.

10. Малий бізнес завдяки своїм властивостям, таким як гнучкість, мобільність, швидке реагування та пристосування до постійних коливань економічного середовища, інноваційна спрямованість має важливе значення у формуванні ринкового середовища із конкурентоспроможними елементами, що вкрай необхідно при сучасних глобалізаційних процесах. Малий бізнес в Україні сьогодні не відіграє важливих функцій в економіці країни. На перший погляд, при оцінці розвитку малого бізнесу України та її областей простежується позитивна динаміка його діяльності, але при більш детальному аналізі виявлено, що у більшості областей

спостерігається зниження частки малих підприємств у ВВП країни, у деяких областях скорочується зайнятість населення у цьому секторі. Малі підприємства областей, що вважались центрами промисловості та науки, функціонують переважно у сфері торгівлі та послуг.

11. Для впровадження дієвих заходів підтримки малого бізнесу сьогодні є вже не достатнім здійснювати лише аналіз динаміки та порівняльний аналіз його основних показників. Українською необхідно використовувати комплексну оцінку стану малого бізнесу, яка б виявляла специфіку діяльності цього сектора в окремій області, а також реальні проблеми та потреби його функціонування.

12. Державна підтримка підприємництва – це створення органами влади на засадах і в порядку, передбачених законом, сприятливих організаційних та економічних умов для розвитку підприємництва

13. Комплексна реалізація зазначених напрямів щодо підтримки малого підприємництва сприятиме створенню сприятливого середовища для розвитку приватної ініціативи громадян України, стане одним із важливих чинників сталого економічного зростання, створення нових робочих місць, структурної перебудови вітчизняної економіки, зміцнення економіки регіонів.

Науковий керівник
авторського колективу
доктор економічних наук,
професор, академік Академії
економічних наук України,
завідувач кафедри економіки підприємств
Дніпропетровської державної
фінансової академії

І.Д. Падерін

Бізнес-план

**Виробництво та реалізація українських
електромобілів**

**(переможець регіонального конкурсу
бізнес-планів Дніпропетровської області)**

Дніпропетровськ – 2010

Резюме

Бізнес-план присвячено обґрунтуванню ефективності організації виробничого дочірнього підприємства «Електро-ЗАЗ», з метою залучення інвесторів для кредитування частини витрат на технологічне устаткування.

Дане підприємство буде виробляти електромобіль на основі автомобіля «Таврія-Нова», який виробляє завод «Авто-ЗАЗ», з новою назвою «Енерджі». Перевагою буде те, що в Україні не розвинуто виробництво електромобілів.

Колектив фірми складається з 45-ти висококваліфікованих працівників машинобудівної галузі. Усі працівники фірми мають значний досвід роботи і пройшли стажування на кращих підприємствах України.

Електромобіль – це автомобіль, який буде зручним у місті, тому що він невеликих розмірів, безшумний і з простим керуванням. Ця машина екологічно чиста, таким чином власникам цих авто не доведеться платити транспортні збори.

Асортимент електромобіля поки невеликий (всього тільки одне найменування під назвою «Енерджі»), але планується розробляти і вводити у виробництво нові моделі, які будуть продаватися не тільки в Україні, а й іти на експорт у близьке зарубіжжя.

Географічне розміщення фірми максимально оптимізоване, за юридичною адресою фірми розміщуються адміністративні та виробничі цехи, конструкторський корпус та складські приміщення, які належать ВАТ «Авто-ЗАЗ».

Це дає змогу зекономити фінансові ресурси, які потрібно було б використати на будівництво нового заводу, тому в цей проект потрібно вкладати набагато менше інвестиційних коштів.

Дане підприємство для реалізації буде передбачати розміщення електромобілів у мережі автосалонів «Авто-ЗАЗ». По одній машині буде розташовано в крупних супермаркетах і магазинах біля виходу, де консультант зможе розповісти про цей електромобіль все.

Термін окупності кредитних коштів на проєктований комплекс з виробництва електромобілів – менше двох років. Прибуток, який одержить ДП «Електро-ЗАЗ» від реалізації продукції, дозволить виплатити позику та процентну ставку, а також накопичити кошти для розвитку виробництва.

Основним джерелом фінансування даного бізнесу є власний капітал підприємства у розмірі 50500 тис. грн.

Очікувані прибутки за перший рік існування складатимуть 23250 тис. грн., а за другий – 28132,5 тис. грн.

Для залучення кредитів планується скористатися фінансовою допомогою Акціонерного комерційного банку «Укрсоцбанк». Кредити будуть братися під ставку 20% річних. АКБ «Укрсоцбанк» дозволить дочірньому підприємству «Електро-ЗАЗ» відкрити кредитну лінію для більш оперативного фінансування поточної діяльності підприємства.

Таким чином, даний вид бізнесу є прибутковим.

ФІРМА ТА ЇЇ ПРОДУКТ

1.1. Галузь продукту

«Автомобіль – не розкіш, а засіб пересування» - і це так, адже перші автомобілі були створені саме для пересування. Це в наш час автомобілі стали робити могутніми, швидкими, комфортабельними та красивими, при цьому розробивши їх по класах.

На сьогодні життя без машин важко представити, людина до них так звикла, що без них не може обходитися.

Так, життя з автомобілями прекрасне, але ми не замислюємося про те, як вони забруднюють нашу екологію. При цьому всі знають, що світові ресурси нафти обмежені, і чим менше буде ставати нафти, тим дорожче її буде купувати, але в кінцевому підсумку рано чи пізно ресурси будуть вичерпані.

І що будемо робити, коли нафта, паливо для автомобілів зникне?

Повинні будемо шукати альтернативне паливо для заміни нафти. Сьогодні уже стали замислюватися над цим питанням, і вчені теж не сидять склавши руки. Вони вже мають реальні результати. Розроблено багато проектів електромобілів, у яких джерело палива – електроенергія, але технологія виробництва акумуляторів не дозволяє замінити автомобілі з бензиновим або дизельним двигуном на електромобілі.

Вчені мають ще одну перешкоду – це нафтові компанії, адже не в їхніх інтересах виготовляти такі машини як електромобілі, оскільки нафтові компанії зазнаватимуть великих збитків при переході людства на електроенергетику. З цієї причини вони роблять все можливе, щоб тільки зупинити розвиток електромобілів, а іноді купують цілі проекти і знищують їх. Але прогрес не зупинити, тому розвиток електромашин буде просуватися, хоча і не такими темпами, як хотілося б.

1.2. Характеристика фірми

Назва фірми: Дочірнє підприємство «Електро-ЗАЗ».

Торгова марка: «МобіКар» («MobiCar»)

Юридична адреса: 52005, Дніпропетровська область, Дніпропетровський район, с. Ювілейне, вул. Теплична, буд. 35.

Тел. 8-050-481-24-75 або 8(056) 718-27-76.

Фактична адреса: м. Запоріжжя, ВАТ «Авто-ЗАЗ».

Директор: Роговський Денис Володимирович. Він має значний стаж роботи не тільки в сфері управління, але й безпосередньо на робочих місцях у виробничій та торгових сферах, де набув великого професійного досвіду.

Колектив фірми складається з 45 висококваліфікованих працівників машинобудівної галузі. Всі працівники фірми мають значний досвід роботи і пройшли стажування на кращих підприємствах України.

Дане підприємство буде виробляти електромобілі на основі автомобіля «Таврія-Нова», який випускає завод «Авто-ЗАЗ», з новою назвою «Енерджі». Перевагою буде те, що в Україні виробництво електромобілів не розвинуто.

1.3. Продукція фірми

Продукція фірми
електромобіля «Енерджі»:

- автомобіль виробництва
«Електро-ЗАЗ» є комфортабельним,
швидкохідним, сучасним
електромобілем. «Енерджі»
відповідає вимогам ТУ і має
«Сертифікат відповідності» у
системі УкрСЕПРО;

- автомобілі «Енерджі»
призначені для експлуатації на
дорогах, які відповідають вимогам
ДСТУ;

- конструкція електродвигуна
та електроустаткування відповідає
будь-яким літнім і зимовим умовам;

- електрозаряду батареї
вистачає на 120 км;

- структурна схема електро-
мобіля «Енерджі» наведено на
рис. 1.

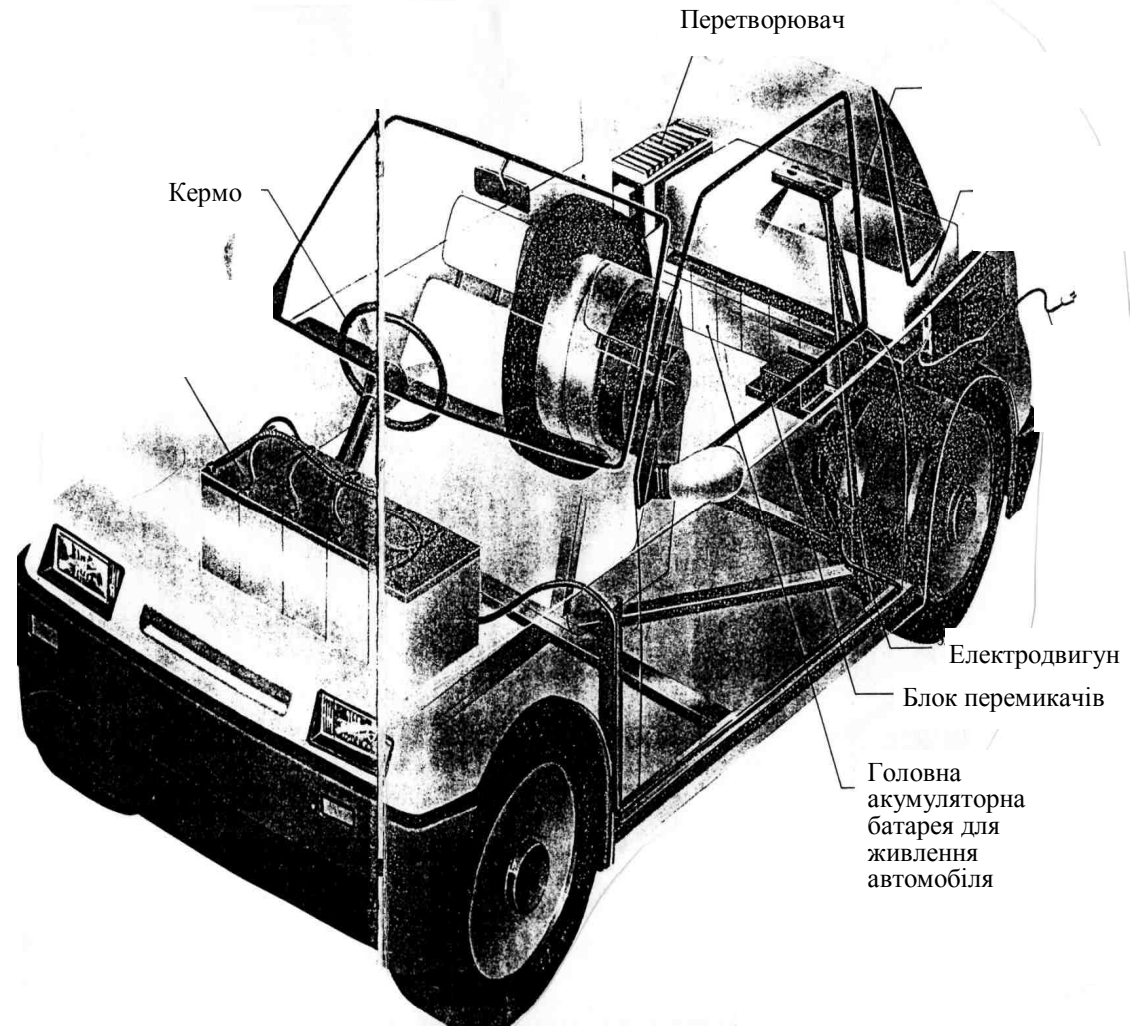


Рис А1. Структурна схема електромобіля «Енерджі»

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ТА АНАЛІЗ ЗБУТУ

2.1. Споживачі

Електромобіль – це автомобіль, що буде зручний у місті, у зв'язку з невеликими розмірами, він безшумний і простий у керуванні.

Електромобіль - машина екологічно чиста, отже власникам цих авто не доведеться платити екологічні збори.

Споживачами будуть люди віком від 18 років і старші з середнім та меншим за середній достатком, адже планується випускати недорогі електромобілі, які будуть доступні всім.

2.2. Конкуренти

Оскільки електромобілів в Україні не виробляють, то в цій сфері виробництва конкурентів немає, але конкуренти можуть прийти з близького зарубіжжя, наприклад з Росії, а також з країн Східної Азії, Західної Європи, США та інших. Але якщо електромобілі будуть імпортуватися з цих країн, то вони будуть коштувати набагато дорожче порівняно з вітчизняним аналогом. Тому іноземним електромобілям і їх виробникам буде нелегко завоювати наш вітчизняний ринок.

Але не будемо забувати про звичайні автомобілі, тому що електромобіль на сьогоднішній день не готовий повністю замінити всі автомобілі, що працюють на бензинових та дизельних двигунах.

РОЗДІЛ 3. ПЛАН МАРКЕТИНГУ

3.1. Цінова політика

Калькуляцію собівартості електромобіля представлено у таблиці 1.

Таблиця А1

Калькуляція собівартості товару

№ за/п	Назва статті	Відсоткова частка (%)	Електромобіль «Енерджі», грн.
1.	Сировина та матеріали	50	5425,00
2.	Енерговитрати	15	1627,50
3.	ЗП та нарахування	15	1627,50
4.	Амортизація	10	1085,00
5.	Загальнофірмові витрати	5	542,50
6.	Інші витрати	5	542,50
	Разом:	100	10850,00

Цінову політику за методом «витрати-прибуток» представлено у таблиці 2.

Таблиця А2

Розрахунок ціни за методом «середні витрати плюс прибуток»

№ за/п	Назва послуг (продукції, товару)	Собівартість послуг (продукції, товару), грн.	Ціна реалізації послуг (продукції, товару), грн.
1.	Енерджі	10850,00	15500,00

3.2. Політика продажу

Дочірнє підприємство «Електро-ЗАЗ» для реалізації буде передбачати розміщення електромобілів у мережі автосалонів «Авто-ЗАЗ».

По одній машині буде розміщено в крупних супермаркетах, магазинах біля виходу, де консультант зможе розповісти все про цей електромобіль.

Продаж буде здійснюватись у різних формах оплати. Також буде надаватися кредит. Для людей похилого віку (пенсіонерів) буде введена система знижок. Розробка системи акцій при покупці електромобіля передбачає надання подарунка.

3.3. Рекламна діяльність

Одним із основних способів просування електромобіля на ринок буде реклама. ДП «Електро-ЗАЗ» планує використовувати наступні канали поширення реклами:

- рекламні вивіски у точках продажу електромобіля (виготовляються власними силами);
- реклама в засобах масової інформації;
- реклама в транспортних засобах.

Протягом усього року необхідно постійно підтримувати у свідомості клієнтів зацікавленість у даному продукті, у зв'язку з чим реклама буде з'являтися в газетах постійно.

Засоби масової інформації є одним із найбільш ефективних засобів реклами. Передбачається розміщувати рекламу в щотижневику «Бізнес», де міститься інформація про комерційну і виробничу діяльність регіону.

Якщо орієнтуватися саме на кінцевого споживача, очевидною є доцільність розміщення реклами також і в газетах області «Теленеделя», «Днепр Вечерний», «Наш город» та інших.

Загальний розмір витрат на рекламу в засобах масової інформації – 20200,00 грн.

Крім реклами в засобах масової інформації, планується також розмістити інформацію про електромобіль у міському транспорті: трамваях, тролейбусах, маршрутних таксі. Очікуваний розмір витрат – 10100,00 грн.

Також планується розмістити рекламу в Інтернеті та створити сайт про електромобіль. Очікуваний розмір витрат – 5050,00 грн.

Разом витрати на рекламу складатимуть 35350,00 грн.

РОЗДІЛ 4. ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ФІРМИ

4.1. Стратегія фірми

У перші два роки існування дочірнє підприємство «Електро-ЗАЗ» планує здійснювати стратегію лідерства, пов'язану з мінімізацією витрат виробництва. Фірма планує досягти наднизьких витрат на виробництво і реалізацію електромобілів. У результаті цього ми зможемо за рахунок низьких цін на електромобілі забезпечити високі темпи приросту доходів.

Також керівник фірми планує розширення своєї діяльності шляхом виходу на міжнародні ринки, пріоритетну перевагу при цьому матимуть країни Західної Європи. Щоб досягти цього ДП «Електро-ЗАЗ» повинно дотримуватись високої якості виробництва на всіх етапах.

На бензоколонках та автозаправних станціях міста, а також біля супермаркетів, магазинів, кафе тощо будуть встановлені підзарядні пристрої.

Планується відкривати станції технічного обслуговування, які будуть обладнані пристроями для спецремонту електромобілів, а також за додаткову плату при необхідності власник електромобіля зможе обміняти акумулятор, що сів, на заряджений.

4.2. Нові товари та послуги

Щоб вийти на міжнародний ринок, підприємство буде виробляти проект електромобіля на базі автомобіля «Славута». Цей електромобіль буде вироблятися в основному на експорт.

Проект планується ввести у виробництво наприкінці другого року. Також буде проводитись підготовка до будівництва незалежного заводу з виробництва електромобілів. Після його будівництва будуть вводитися й інші проекти з виробництва електромобілів.

РОЗДІЛ 5. ВИРОБНИЧЕ ПЛАНУВАННЯ

5.1. Географічне положення фірми

Дочірнє підприємство «Електро-ЗАЗ» знаходиться за адресою:
м. Запоріжжя, ВАТ «Авто-ЗАЗ»;
тел. 8(061)718-27-76.

Географічне розміщення фірми максимально оптимізоване, за цією адресою розміщуються адміністративні та виробничі цехи, конструкторський корпус та складські приміщення, які належать ВАТ «Авто-ЗАЗ».

Це дає змогу зекономити фінансові ресурси, які потрібно було б використати на будівництво нового заводу, тому цей проект потребує набагато менше вкладень інвестиційних коштів.

Електродвигуни для електромобілів будуть постачатися з заводів Дніпропетровщини, зокрема «Дніпровського електро-механічного заводу» та ін.

5.2. Виробничий план

Виробничий план підприємства наведено у таблиці 3.

Таблиця А3

Найменування товару	Од. вимір.	Перший рік												Сума за рік	Другий рік				Сума за рік
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		I Кв-л	II Кв-л.	III Кв-л	IV Кв-л	
«Енерджі»	од.	400	400	400	400	400	400	400	440	440	440	440	440	5000	1320	1452	1562	1716	6050
приріст 10%													5000	приріст 30%				6050	

I квартал – 24% обсягу виробництва за рік

II квартал – 24% обсягу виробництва за рік

III квартал – 25,6% обсягу виробництва за рік

IV квартал – 26,4% обсягу виробництва за рік

Обсяг виробництва за добу – 13-15 од. за перший рік

Обсяг виробництва за добу – 15-17 од. за другий рік

Приріст виробництва за перший рік – 10%

Приріст виробництва за другий рік – 30%

5.3. Трудові ресурси

Персонал фірми укомплектований висококваліфікованими фахівцями, які пройшли стажування на вітчизняних підприємствах машинобудівної галузі та мають багатий досвід виробництва автомобілів.

Колектив фірми складається з 45-ти висококваліфікованих працівників машинобудування.

Штатний розклад та фонд оплати праці наведено в таблиці 4.

Таблиця А4

Штатний розклад та фонд оплати праці ДП «Електро-ЗАЗ»

№ з/п	Штатний розклад	Кількість (чол.)	Фонд оплати праці (на рік, грн.)
1	Директор	1	1*2000 = 2000,00
2	Заступник директора	1	1*1500 = 1500,00
3	Головний бухгалтер	1	1*1500 = 1500,00
4	Бухгалтер	3	3*1000 = 3000,00
5	Юрист	1	1*1000 = 1000,00
6	Конструктор	3	3*1000 = 3000,00
7	Інженер	5	5*1000 = 5000,00
8	Електрик	20	20*800 = 16000,00
9	Механік	10	10*800 = 8000,00
	Разом	45	41000*12 = 492000,00

РОЗДІЛ 6. УПРАВЛІННЯ ФІРМОЮ

6.1. Організаційна структура фірми

Колектив фірми складається з 45-ти висококваліфікованих працівників машинобудівної галузі. Усі працівники фірми мають значний досвід роботи та пройшли стажування на кращих підприємствах України.

На підприємстві діє лінійно-функціональна структура управління, коли керівництво фірмою здійснюється не тільки з центру, але і безпосередньо на місцях: у кожному виробничому підрозділі ДП «Електро-ЗАЗ» діє ретельно підібраний управлінський персонал, який координує роботу конкретного суб'єкта управління відповідно до генеральної стратегії фірми.

Організаційну структуру фірми наведено на рис. 4.

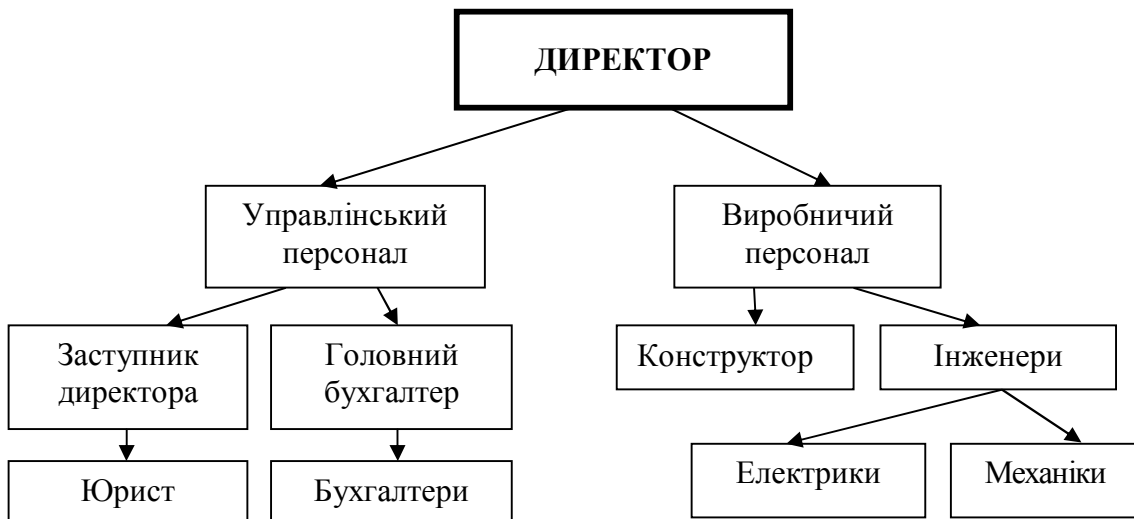


Рис.А2. Організаційна структура управління ДП «Електро-ЗАЗ»

6.2. Управлінський персонал

Склад управлінського персоналу фірми:

1) Директор – Роговський Денис Володимирович, 1963 р.н.

Освіта: Дніпропетровський національний університет, спеціальність – «Управління персоналом».

Має значний стаж роботи не тільки у сфері управління, але й безпосередньо на робочих місцях у виробничій та торговій сферах, де набув великого професійного досвіду.

2) Головний бухгалтер – Дубовик Катерина Василівна, 1965 р.н.

Освіта: Київський національний університет, спеціальність – «Бухгалтерський облік та аудит».

Спеціаліст з достатнім стажем роботи на посаді бухгалтера. Вільно володіє ПК, 1-С: Підприємство.

3) Юрист – Гуденко Андрій Ілліч, 1975 р.н.

Освіта: Харківський юридичний університет, Празький національний університет.

Має значний досвід роботи в галузі юриспруденції, вільно володіє англійською та чеською мовами.

6.3. Підтримка професійного рівня працівників

Підтримка професійного рівня працівників буде здійснюватися шляхом проведення різноманітних тренінгів та семінарів як серед управлінського, так і серед виробничого персоналу.

Для управлінського персоналу заплановано не менш ніж 1 тренінг та 2 семінари протягом року, а також можливість підвищення професійного рівня у профільних вищих навчальних закладах. На ці цілі передбачається витратити 20000 грн.

Для виробничого персоналу передбачено ознайомлення з провідними зарубіжними технологіями виробництва електромобілів шляхом відвідування семінарів. Для підтримки належного професійного рівня виробничого персоналу заплановано витратити 15000 грн.

РОЗДІЛ 7. ФІНАНСОВИЙ ПЛАН

7.1. Прогноз обсягу реалізації продукції

Найменування товару	Од. вимір.	Перший рік												Сума за рік	Другий рік				Сума за рік
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		I кв.	II кв.	III кв.	IV кв.	
«Енерджі»	тис. грн.	6200	6200	6200	6200	6200	6200	6200	6820	6820	6820	6820	6820	77500	20460	22506	24211	26598	93775
Всього:		приріст 10%												77500	приріст 30%				93775

Обсяг реалізації продукції = План виробництва*Ціна реалізації*30 дн.

Найменування товару:

Енерджі – 400 од.* 15500 грн.= 6200 грн.

Енерджі – 440 од.* 15500 грн.= 6820 грн.

Приріст реалізації за перший рік – 10%

Приріст реалізації за другий рік – 30%

7.2. Прогноз витрат на товар

Найменування товару	Од. вимір.	Перший рік												Сума за рік	Другий рік				Сума за рік
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		I кв.	II кв.	III кв.	IV кв.	
«Енерджі»	тис. грн.	4340	4340	4340	4340	4340	4340	4340	4774	4774	4774	4774	4774	54250	14322	15754,2	19947,7	18618,6	65642,5
Всього:														54250					65642,5

161

Прогноз витрат на товар = План виробництва*Собівартість продукції*30 дн.

Найменування товару:

Енерджі – 400 од.* 10850 грн.= 4340 грн.

Енерджі – 440 од.* 10850 грн.= 4774 грн.

Приріст реалізації за перший рік – 10%

Приріст реалізації за другий рік – 30%

7.3. Прогноз прибутку

Показник	Од. вимір.	Перший рік												Сума за рік	Другий рік				Сума за рік	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		I кв.	II кв.	III кв.	IV кв.		
Обсяг реаліза- ції	тис. грн.	6200	6200	6200	6200	6200	6200	6200	6200	6820	6820	6820	6820	6820	77500	20460	22506	24211	26598	93775
Витрати на товар	тис. грн.	4340	4340	4340	4340	4340	4340	4340	4340	4774	4774	4774	4774	4774	54250	14322	15754,2	16947,7	18618,6	65642,5
Прибуток	тис. грн.	1860	1860	1860	1860	1860	1860	1860	1860	2046	2046	2046	2046	2046	23250	6138	6751,8	7263,3	7979,4	28132,5

7.4. Прогноз грошових потоків

тис.грн.

№ з/п	Найменування статей	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Сума за рік
1	<i>Надходження</i>													
	Власний капітал	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4500	4500	4500	4500	4500	50500
	Прибуток	1860	1860	1860	1860	1860	1860	1860	2046	2046	2046	2046	2046	23250
	Короткострокові кредити	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	12000
	ВСЬОГО:	6860	6860	6860	6860	6860	6860	6860	6860	7546	7546	7546	7546	7546
2	<i>Видатки</i>													
	Витрати на рік	4340	4340	4340	4340	4340	4340	4340	4774	4774	4774	4774	4774	54250
	Фонд розвитку	1116	1116	1116	1116	1116	1116	1116	1227,6	1227,6	1227,6	1227,6	1227,6	13950
	Фонд споживання	744	744	744	744	744	744	744	818,4	818,4	818,4	818,4	818,4	9300
	Проценти за кредит	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2400
ВСЬОГО:	6400	6400	6400	6400	6400	6400	6400	6400	7020	7020	7020	7020	7020	79900

7.5. Розрахунок беззбитковості

№ з/п	Показники	Од. виміру	Енерджі
1	Ціна реалізації (SP)	грн.	15500,00
2	Змінні витрати (VE)	грн.	10850,00
3	Постійні витрати (FE)	грн.	4650,00
4	Внесок на формування прибутку (CM= SP-VE)	грн.	4650,00
5	Коефіцієнт внеску на формування прибутку (CMR=CM/SP)	%	0,3
6	Маржа як процент від продажу (CM/SP*100%)	%	30
7	Обсяг реалізації	тис. грн.	93775,00
8	Точка беззбитковості (BEP)		
8.1	(FE/CM=BEP)	тис. грн.	93775,00
8.2	(FE/CMR=BEP)	тис. грн.	65642,5

РОЗДІЛ 8. КРИТИЧНІ РИЗИКИ ТА ПРОБЛЕМИ

8.1 Види та оцінка ризиків

№	Назва ризику	Заходи	Оцінка ризику (бали 1-10)
1	Зменшення попиту на продукцію	Виявити причину: <u>Високі ціни</u> - розглянути калькуляцію собівартості - знайти інших постачальників сировини, застосовувати замітники - поставити лічильники на енергоносії, при цьому оплата буде становити на 1,5 ставки нижче - знизити амортизаційні відрахування та ін.	8,0
2	Низька якість продукції	Документально зафіксувати (акт) і оформити претензію	4,0
3	Погана робота обладнання	Документально зафіксувати (акт), замінити частково або повністю лінії, форми й т.ін.	3,0
4	Зниження якості продукції	Знайти причину: - несумлінним працівникам винести догану, позбавити премій; - провести проф. заходи з персоналом	2,0
	Середній ризик		4,025

8.2. Економічні проблеми

Фірма не планує зіткнутися у своїй діяльності з економічними проблемами, налагодивши чітку систему аналізування та прогнозування економічних явищ. Серед найбільш впливових економічних проблем можна виділити наступні: нестабільна політична ситуація в країні, коливання курсу валюти, проблеми на внутрішньому ринку, критичне становище машинобудівної галузі та низька якість продукції постачальників.

РОЗДІЛ 9. ЮРИДИЧНИЙ ПЛАН

9.1. Законодавчі основи бізнесу

Закони України:

1. Про державну підтримку малого підприємництва: Закон України від 19.10.2000 № 2063-III.
2. Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні: Закон України від 21.12.2000 № 2157-III.
3. Про запровадження єдиної державної регуляторної політики у сфері підприємництва: Указ Президента України від 22.01.2000 № 89/2000.
4. Про заходи щодо забезпечення підтримки та подальшого розвитку підприємницької діяльності: Указ Президента України від 15.07.2000 № 906/2000.
5. Господарський кодекс України.

9.2. Підзаконні акти

До підзаконних актів, якими керується у своїй діяльності підприємство, належать:

1. Про затвердження плану заходів з виконання у 2010 році Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва в Україні: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24.02.2010 № 274 р.
2. Про сприяння в створенні і діяльності бізнес-центрів та бізнес-інкубаторів: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.07.2001 № 278 р.

РОЗДІЛ 10. ПРОПОЗИЦІЇ ФІРМИ ЩОДО ФІНАНСУВАННЯ

10.1. Потреби у фінансуванні

При створенні підприємства був зареєстрований власний капітал підприємства у сумі 50500 тис.грн.

Для успішної діяльності ДП «Електро-ЗАЗ» потрібно щомісяця залучати поточні кредити банків та інших кредитних установ у сумі 1000 тис. грн. на місяць. Ці кошти потрібні для фінансування поточної діяльності підприємства, розширення виробництва та вирішення поточних операційних завдань.

Залучення короткострокових кредитів дозволить вивільнити грошові кошти на фінансування розвитку і розширення підприємства, що сприятиме досягненню більш високих економічних і фінансових показників підприємства та збільшенню дивідендів на кожну акцію.

10.2. Джерела фінансування

Основним джерелом фінансування даного бізнесу є власний капітал підприємства у розмірі 50500 тис. грн. Прибутки за перший рік існування складатимуть 23250 тис. грн., а за другий – 28132,5 тис. грн.

Для залучення кредитів планується скористатися фінансовою допомогою Акціонерного Комерційного Банку «Укрсоцбанк». Кредити будуть братися під ставку 20% річних. АКБ «Укрсоцбанк» дозволить дочірньому підприємству «Електро-ЗАЗ» відкрити кредитну лінію для більш оперативного фінансування поточної діяльності підприємства.

Також планується за рахунок прибутків сформувати фонд розвитку підприємства в сумі 13950 тис. грн. на рік та фонд споживання в сумі 9300 тис. грн. З прибутків також планується погашення кредитної позики у розмірі 2400 тис. грн. за рік.

Таким чином, даний вид бізнесу є прибутковим.

Структуризація системи потенціалів підприємства



Примітка: розроблено автором

Наукова література

**Розвиток малого підприємництва
промислового регіону**

Монографія

Р 64 **Розвиток малого підприємництва промислового регіону: монографія** / За загальною редакцією академіка Академії економічних наук України Н.І Редіної. – Дніпропетровськ : Дніпр. держ. фін. акад., 2014. – 200 с.
ISBN 978-966-8866-90-6

У монографії розглянуто теоретико-методологічні основи становлення і розвитку малого підприємництва; стан та тенденції розвитку малого підприємництва в промислових регіонах; бізнес-планування на малих підприємствах; управління малими підприємствами в умовах сучасної економіки. При цьому застосовано статистичні та математичні методи дослідження проблеми малого бізнесу.

Призначено для широкого кола читачів: представників малих форм господарювання, працівників місцевого самоврядування, науковців, викладачів, студентів.

УДК 334.012.64:338.24
ББК 65.290

Редактори: *О.С. Косенко, Л.І. Малигіна, А.О. Островська*

Коректори: *А.О. Островська, О.С. Косенко*

Технічний редактор: *Л.В. Кебал*

Дизайн обкладинки: *Т.Г. Пунтус*

Підписано до друку 16.01.2014 Формат 84x 108¹/₃₂ Папір друк.

Ум.друк.арк. 10,5 Об.-вид.арк. 14,4 Тираж 100 Замовлення № _____

РВВ ДДФА Дільниця оперативного друку. Св. Держкомітету інформ. політики, телебачення та радіомовлення сер. ДК 2126 від 17.03.2005 р.