

УДК: 658.114:339.13

Двігун А.О.

РОЛЬ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ У ФОРМУВАННІ КОНКУРЕНТНИХ РИНКІВ

Проаналізовані методи і практика належності підприємств до дрібного, малого, середнього та великого бізнесу. Обґрунтована необхідність виділення соціальних та інноваційних МСП. Подана класифікація малих та середніх підприємств (МСП). Обґрунтовані основні напрямки вдосконалення організаційної, економічної та правової роботи щодо підвищення ефективності МСП в Україні, як важливого чинника підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств

Methods and practice of small, middle and big enterprises' business are analyzed. The necessity of distinction of social and innovative small and middle enterprises are approved and proposed the classification of small and middle enterprises. Main direction of organizational, legislation and economic improvement are determined to enhance the competitiveness of the national small and middle firms.

Економіка розвинутих країн характеризується різноманітністю форм власності, пануванням ринкових відносин, соціальною орієнтацією, випереджальним розвитком сфери послуг (невиробничої сфери) відносно сфери матеріального виробництва. Перехід до постіндустріального етапу розвитку супроводжується підвищенням ролі інтелектуального капіталу, форми організації якого у процесі функціонування і реалізації істотно відрізняються від форм організації виробничого матеріального і фінансового капіталу. Як правило, матеріальний капітал прагне до росту шляхом концентрації, злиття, об'єднання. Він може виконувати роль функціонуючого капіталу (капітал-функція) та капіталу-власності. Капітал-функція та капітал-власність можуть бути розділені, а власник може не приймати безпосередньої участі в управлінні функціонуючого капіталу. У зв'язку із вищевикладеним, у сфері матеріального виробництва склалися великі підприємства, сформувалися і продовжують розвиватися великі структури (концерни, асоціації, корпорації, компанії, мережі), в яких повною мірою реалізується ефект масштабу, а найважливішим критерієм рівня зростання даних структур є рівень трансакційних витрат на одиницю продукції, на трансакцію.

Як свідчать літературні інформаційні джерела [1-9], уряд економічно розвинутих країн, у тому числі й США, постсоціалістичних та країн, що розвиваються, підтримує свій великий бізнес, підвищуючи його конкурентоспроможність на світових та міжнародних ринках. Не дивлячись на це, у 80-х роках минулого століття у США почала змінюватися усталена за багато років думка про те, що великий бізнес – це рушійна сила науково-технічного прогресу і розвитку. Виявилось, що велика корпорація, що орієнтувалася на масове виробництво, є далеко не кращою формою для швидкого освоєння технічних інновацій, а об'єктивний процес концентрації виробництва капіталу – одна із суттєвих перепон на шляху науково-технічного прогресу (НТП). Великі компанії, створюючи ефективні структури управління, не здатні на формування кращих умов для реалізації досліджень, нововведень, для формування і реалізації більш якісної частини інтелектуального капіталу. Великі компанії страждають на хвороби монополізації та бюрократизації, що гальмують інноваційні процеси [10, с.39].

Малі фірми, меншою мірою займаючись масовим виробництвом, спрямовуючи зусилля на інноваційні процеси, виробляють у 2,5 рази більше нововведень із розрахунку на одного зайнятого в країні, що є цілком природнім в умовах більшої самостійності

особистості, її самореалізації. Наріжним каменем національної технічної та конкурентної політики у США стає використання переваг дрібних наукоємних підприємств, розширення масштабів інноваційного підприємництва [19, с. 39], яке, як відомо, можна формувати як у малих, середніх, так і в великих структурах. На користь малого бізнесу його прихильники наводять дані, що малі фірми виробляють до 15% валового продукту приватного сектору США і 43% обсягу усього продажу. На малих фірмах зосереджено 58% сукупної робочої сили. МП у 90-і роки забезпечили $\frac{3}{4}$ росту нових робочих місць і 90% нових підприємств, виробили 96,5% експортних товарів, що у сумі склало 30,6% вартості усього експорту, забезпечили 55% нововведень, що у 2,5 рази вище від показників нововведень у розрахунку на одного зайнятого в середньому по країні [19, с. 39]. Слід відзначити, що це стосується дрібних інноваційних фірм, на які робиться акцент в інноваційній політиці США та європейських країнах.

Як контраргумент на користь великого бізнесу наводяться дані про те, що концентрація і централізація капіталу дозволяє конкурувати йому на рівні світових, міжнародних, національних ринків, сприяє формуванню, накопиченню та реалізації інтелектуального капіталу у межах фірми, у вироблених та реалізованих товарах. Однак, слід відзначити, що на відміну від матеріального капіталу, власником та носієм інтелектуального капіталу є людина – творець цього капіталу чи невелика група авторів інновацій. Матеріалізовані у носіях інформації інноваційні напрацювання можуть, у відповідності до законодавства про захист прав інтелектуальної власності, або залишатися власністю розробника – суб'єкта, або стати власністю компанії (фірми і т. п.). Дослідники відзначають, що інтелектуальний труд носить або індивідуальний характер, або дрібногруповий. Саме тому не випадково інтелектуали віддають перевагу індивідуальній роботі, із більшою самостійністю, або об'єднуються у невеликі автономні творчі групи (група, лабораторія, кафедра). У великих підприємствах можуть створюватися творчі підрозділи під конкретного інтелектуала-інноватора, малі підприємства інноваційного типу формуються навколо (або на основі) особистості, здатної генерувати нові ідеї. У цьому плані є некоректним протиставлення малого, середнього і великого бізнесу, оскільки у будь-якому із них можуть бути створені умови для творчої діяльності інтелектуалів, хоча загальновідомо, що більш комфортно себе почувають і більш плідно інтелектуали працюють у невеликих колективах, тобто в організаціях малого бізнесу інноваційної спрямованості. При цьому ще раз звертаємо увагу, що у великих організаціях можуть створюватися умови для ефективної роботи творчої особистості, що демонструють великі підприємства у галузі авіабудівництва і космічної техніки, автомобілебудування, машинобудування, інформаційних технологій і т. п. [1-9].

Як відзначено вище, формування, функціонування та реалізація творчої особистості-інноватора успішно відбувається у малих творчих колективах, у колективах однодумців, однією із форм яких є мале підприємство, або достатньо автономна і самостійна структура у складі великої організації, великого підприємства. І перший, і другий об'єкти заслуговують уваги і аналізу з точки зору реалізації інтелекту, функціонування інтелектуального капіталу, формування конкурентного середовища, що є досить актуальним для наукоємних виробництв, для формування конкурентоспроможності підприємств, регіонів, економіки в цілому. У даній статті проблема реалізації інтелектуального капіталу, особистості інтелектуала-інноватора і формування

конкурентного середовища розглядається тільки відповідно до умов функціонування малих підприємств (МП), малого бізнесу (МБ).

Мета роботи – дослідження можливостей малих підприємств, дрібного бізнесу у розробці і реалізації конкурентоспроможної інноваційної продукції і підвищення їх ролі у забезпеченні конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників.

В економічній і популярній інформаційній літературі має місце ідеалізація і завищення ролі малих підприємств в економіці тієї чи іншої держави, чому сприяють різноманітні та різні критерії віднесення підприємств до малих. Але при цьому, як правило, у вітчизняній економічній літературі не акцентується увага на необхідності диференціації малих і середніх підприємств, на розвитку і підтримці, перш за все, інноваційних малих підприємств. Так, окремі автори відзначають, що малий бізнес у ринковій економіці – провідний сектор, що визначає темпи економічного зростання, структуру і якість валового національного продукту, що у сучасній економіці промислово розвинених країн 50 – 60% ВВП припадає на долю приватного бізнесу, в основному на долю малого та середнього підприємництва. Наприклад, доля малих і середніх підприємств у ВВП Великобританії, США, Німеччини коливається від 50 до 54%, в Японії вона становить 52 – 55 %, в Італії і Франції – близько 60% [11, с. 257]. У наведеному джерелі автор справедливо зазначає, що мова йде про мале і середнє підприємництво (підкреслено автором статті – А.Д.). аналогічні цифри по Німеччині щодо малого та середнього бізнесу наводять інші дослідники [12].

Таблиця 1.

Показники малих (МП) та середніх (СП) підприємств у деяких країнах світу.

Країна	Допустима середньорічна численність працівників у МП та СП, особи.	ВВП, що виробляється на МП та СП, % від ВВП країни	% зайнятих у МП та СП
США	500	50-52	54
Чехія	500	34	44
Японія	300	52-55	78
Великобританія	250	50-53	49
Німеччина	250	50-52	46
Країни ЄС	250	63-67	72
Польща	250	49	61
Росія х)	50	12	16
Україна х)	50	7	19

х) тільки малі підприємства.

Для підтвердження важливості МП в економіці різних держав наводяться дані, що «у країнах Західної Європи із загальної кількості підприємств 99,9% представляють малі та середні підприємства приватного сектору несільськогосподарських галузей, ... а у світовій господарській системі малі і середні підприємства є роботодавцями майже для 50% працездатного населення планети» [11, с. 257]. За даними Української інвестиційної газети [13] малий та середній бізнес ряду країн характеризується показниками, наведеними у таблиці 1.

Таблиця 2.

Роль малих та середніх підприємств в економіці ЄС, Росії та України у 2003 р.^{х)}

Критерії	У країнах ЄС	У Росії		В Україні	
		За російським законодавством	За стандартом ЄС	За українським законодавством	За стандартами ЄС
Доля МП (МСП) в ВВП, %	46-52	10-12	40	7,7	24,8
Доля МП (МСП) у загальній зайнятості, %	65,8	14,5	45	20,9	45,7
Доля МП (МСП) у загальному обсязі виручки, %	56,7	15	39	7,2	24,0
Доля МП (МСП) на 1000 мешканців	45	6,1	37	6,1	38

х) Розраховано за джерелами [14; 15], використані дані [16, с. 40].

Як правило, далі більшість авторів справедливо, але некоректно вказують на відставання постсоціалістичних країн у розвитку МП. Справедливим є те, що відставання оцінюється у рази. Некоректність полягає в тому, що йде зіставлення малого та середнього бізнесу розвинутих і ряду європейських країн із винятково малим бізнесом країн колишнього Союзу РСР. Таким чином, для коректності аналізу варто із МСП виключити середні підприємства (СП) із чисельністю за нормативними документами ЄС від 50 до 250 осіб, або до показників пострадянських країн додати дані середніх підприємств і тоді показники суттєво зміняться, про що свідчать дані таблиці 2. Як свідчать дані таблиці 2, доля малих підприємств (МП) і середніх підприємств (СП) за європейськими стандартами (МСП) в Україні і в Росії істотно відрізняються від даних, розрахованих за вітчизняними і російськими стандартами.

Якщо виходити із критеріїв численності МСП за європейськими стандартами, то показники України є у кілька разів вищими, ніж за власними стандартами. Так, якщо прийняти численність МСП до 250 осіб, то у 2003 році їхня доля у загальній кількості підприємств становить 92,5%, у тому числі доля МП – 85,6%. Доля виробництва МСП – 28,4%, у тому числі доля МП (до 50 осіб) становить лише 7,7%. Доля зайнятих у МСП України у 2003 році склала 45,7%, у тому числі доля МП – 20,4% [17, с. 12]. Тобто, реально оцінені підприємства малого і середнього бізнесу за єдиною методикою (європейські стандарти) в Україні істотно не відрізняються від європейських показників відносно малого та середнього бізнесу, але при цьому слід розрізняти соціальні та інноваційні МСП.

Як відзначено вище, у західноєвропейських країнах і США чітко розрізняють малі та середні підприємства інноваційні і соціальні. Крім того, у малих і середніх підприємствах виділено мікробізнес (мікропідприємства) із численністю до 10 працівників. Сюди

входять індивідуальні, сімейні підприємства, товариства з обмеженою відповідальністю та ін. Виділені малі підприємства (від 10 до 49 осіб) і середні підприємства (від 50 до 249 осіб). Підприємства із численністю до 500 осіб у США також віднесені до МСП. Із цього випливає, що за західноєвропейськими стандартами підприємства із середньорічною численністю більше 250 осіб віднесені до великих, у США великі підприємства мають численність більше 500 осіб.

Для співставлення результатів статистика і законодавство України відносно МП вже близько до західноєвропейського за чисельністю та обігом. Варто прийняти аналогічні критерії для середніх підприємств і мікробізнесу. Статзвітність і аналіз можуть бути здійснені стосовно мікробізнесу, малих та середніх підприємств, як окремо, так і разом. Однак при цьому важко погодитися із авторами, які пропонують мікропідприємства, малі і середні підприємства об'єднати і назвати малим підприємництвом [17; с. 12].

На думку автора даної статті, така пропозиція не може бути прийнята у зв'язку з тим, що більшість мікро і малих підприємств є соціальними, забезпечуючи необхідний, можливий і достатній рівень життя працівників та членів їх сімей. Інноваційними малі підприємства багатьма авторами визнаються від 3 до 7% мікро і малих підприємств. Більшість МП постсоціалістичних країн і України за характером і сферою діяльності у найближчій перспективі не можуть перейти із статусу соціальних до інноваційних, у той час, як СП в принципі, у переважній більшості можуть і повинні займатися інноваційною діяльністю. За даними зарубіжних джерел [18; 19], в середньому в ЄС інновації використовують 79% великих виробничих компаній (численність більше 250 осіб), 58% середніх компаній (від 50 до 250 осіб), 44% дрібних фірм (численність до 50 осіб). У сфері послуг (невиробничій сфері) ці показники становлять відповідно 73%, 49% і 37%.

Таблиця 3.

Малий бізнес у США (кількість компаній)

Малі компанії	1990р.	1995р.	2000р.	2001р.	2002р.
Створено	589892	594369	574300	545400	550100
Ліквідовано	531892	497246	542831	568300	584500
Збанкрутіло	63912	50516	35472	39719	38155

Для того, щоб вітчизняні малі підприємства за результатами своєї діяльності наблизились до західноєвропейських, необхідно перейти до відповідних стандартів по відношенню МП до тієї чи іншої групи, кардинально змінити відношення держави і органів державного управління до розвитку і підтримки малого бізнесу, оскільки малий бізнес піддається більшим ризикам, що видно на прикладі США (табл. 3) [10; с. 51].

До даних таблиці 3 варто додати, що у світовій статистиці протягом 5 років до 70% МП завершують свою діяльність. Статистика США та інших розвинутих країн свідчить, що протягом 5 років із кожних 100 МП, що створилися, після першого року продовжують функціонування 80, після другого – 63, після третього – 50, після четвертого – 40, після п'ятого – 33 підприємства [20].

Таблиця 4.

Адміністративні завади розвитку малого бізнесу [21].

Фактори	Завади адміністративні, %			
	Дуже серйозні	Серйозні	Неістотні	Відсутні
Недотримання законодавства	33	47	17	3
Корупція	33	39	17	11
Політична нестабільність	29	36	25	10
Нерівні умови конкуренції	18	43	28	11
Регуляторна політика	14	41	35	10
Втручання: центральної влади	13	37	29	21
місцевої влади	13	40	30	17

Аналогічні процеси відбуваються і в постсоціалістичних країнах з приводу розвитку малого бізнесу і малих підприємств. Ряд авторів відзначають негативну роль податкової системи, механізму реалізації штрафних санкцій і неформальних відносин МП та адмінресурсу (табл. 4,5).

Як видно із таблиці 4, перепони як серйозні і дуже серйозні відзначають від 50 до 80% респондентів. Неофіційні платежі підприємства за розмірами характеризують дані таблиці 5 [21, с.17].

Таблиця 5.

Тяжкість неофіційних платежів бізнесу (% від виручки підприємства і їх розміру).

Розмір платежу, %	Мікро-підприємства (до 10 осіб)	Малі підприємства (11-50 осіб)	Середні підприємства (51-250 осіб)	Великі підприємства (більше 250 осіб)
Неофіційні платежі відсутні	12	15	20	24
Платежі до 10 %	71	71	72	69
Платежі від 10 до 25 %	14	10	6	5
Більше 25 %	3	4	2	2

Наведені у таблиці 4,5 дані свідчать про необхідність формування в Україні державної підтримки малого і середнього бізнесу, що дозволить підвищити його конкурентоспроможність на внутрішніх та міжнародних ринках.

Таким чином, можна констатувати, що:

1. Внутрішні стандарти України відносно критеріїв визначення мікробізнесу, малих підприємств і середніх підприємств різняться від європейських стандартів, що не

дозволяє об'єктивно оцінити процеси розвитку малого і середнього бізнесу (МСБ) в Україні. У країнах Європи в одну групу об'єднані малі і середні підприємства чисельність до 250 осіб, що істотно впливає на їх роль в ВВП, ВНП, в інноваційній діяльності, у створенні робочих місць і т.п. Виходячи з цього, необхідно перейти на європейську систему стандартом МСБ, що дасть можливість більш коректно проводити порівняння і оцінки даних важливих для економіки процесів.

2. Як і в країнах Європи та в США, в Україні варто розділити МСП на соціальні та інноваційні, забезпечивши відповідні звітні статистичні дані із тих чи інших підприємств. Це дозволить диференційовано і конкретно підходити до державної підтримки, перш за все, малого бізнесу: соціальним МП забезпечити стабільне законодавство і передбачуване економічне середовище функціонування; інноваційні МП повинні отримати всебічну економічну, фінансову та організаційну підтримку держави.
3. Формування конкурентоспроможності економіки вимагає об'єктивної оцінки ролі малого, середнього та великого бізнесу, виходячи з того, що: малий бізнес визначає конкурентне середовище на місцевому та регіональному рівні, лише частково виходячи на національний та міжнародний ринки; середній бізнес, головним чином, конкурує на регіональних, національних і меншою мірою – на місцевих і міжнародних ринках; великий бізнес формує конкурентне середовище на національних ринках і активно приймає участь у конкурентній боротьбі за міжнародні ринки.
4. Система відношення держави до малого бізнесу потребує формування, а система підтримки державного малого бізнесу – у докорінних змінах і вдосконаленні, виходячи із набутого вітчизняного та регіонального досвіду і практики держав із соціально орієнтованою ринковою економікою.

Література

1. Бондаренко И.В. Роль крупных промышленно-инвестиционных корпораций в становлении экономики Украины // Менеджер. – 2001. - №1(13) – С. 13-18.
2. Буряк П.Ю. Интегрированные предпринимательские структуры: перспективы развития в Украине. – Львів: Логос, 2003.- 564с.
3. Булеев И.П. Предприятие в системе общественных отношений: институциональный аспект. Монография. ИЭП НАН Украины. Донецк. – 2006.-424с.
4. Гейтс Б. Бизнес со скоростью мысли. – Изд. 2е, испр. – М.: - Экспо . – 2003.-480с.
5. Друкер П. Задачи менеджмента в 21 веке / Пер. с нем.-М.: Изд. Дом «Вильямс», 2001.-272с.
6. Кадзума Татеші. Вечный дух предпринимательства / Пер. с англ. – К.: Укрзакордонвизасервис, 1992.- 206с.
7. Савчук А.В. Организационно-экономический механизм инновационного развития крупной компании. – Донецк: ИЭП НАН Украины. – 2004.-404с.
8. Гейер Г.В. Управление в условиях инновационной конкуренции: Монография. – Донецк: Норд-Песс – ДонГУЭТ, 2006.-325с.
9. Управление крупным промышленным комплексом в транзитивной экономике: Монография / Под общ. Ред. Ю.Г. Лысенко, Н.Г. Гузя. – Донецк: ООО «Юго-Восток, Лтд», 2004.-670с.
10. Организация, управление и планирование экономики. Инновационный бизнес в США / Экономика и управление в зарубежных странах (по материалам иностранной печати). Ежемесячный информационный бюллетень. ВИНТИ, М.: 2005, №12 – С. 38-57.
11. Ляшенко В.И. Регулирование развития экономических систем: теория, режимы, институты. – Донецк: ДонНТУ, 2006.-668с.
12. Макогон Ю.В., Бакуменко В.В. Развитие инноваций и малого предпринимательства в Украине // Економіка промисловості, 2004.-№1(23) – С. 89-106.
13. Брыль Р. Фундамент экономики // Украинская инвест газета. – 2004.-№37. – С. 11.
14. Діяльність підприємств – суб'єктів підприємницької діяльності. Стат. збірник. Держкомстат України. К.: 2004. Табл. 1.1, с. 11, табл. 2.13, с. 53-55.
15. Малі підприємства в Україні у 2003 році. К.: Держкомстат України 2004. – С. 11.

16. Лавричева З.М., Стрелкова Л.В. Малый бизнес: проблемы и перспективы его развития / Менеджмент в России и за рубежом, №5. – 2006.-С. 38-43.
17. Долгоруков Ю., Кужман О. О развитии малого предпринимательства / Экономика Украины. – 2005. - №12.– С. 11-18.
18. UNCTAD.World Investment Report 1999: joreiqn direct investment and the challenge of development. New York and Geneva:United Nations,2000. – p. 15
19. Building an Innovation Economy in Europe/ Luxembourg: office for official publications of the European Communities. 2001.-p 154.
20. Загородний А., Громяк Л. Фактори, що визначають розвиток малого бізнесу в Україні // Економіка України.– 1996. - №5. – С. 65.
21. Верешко В. Плюс бартеризація всієї країни // Контракти. – 2005 - №17 – С. 16-17.

*Рекомендовано до публікації
д.е.н., професором Галушко О.С. 10.11.06*

*Надійшла до редакції
08.11.06*