

Фактори розвитку малого бізнесу

Рижко О.В.

аспірант,

Європейський університет, м. Київ

Автором статті визначено соціально-економічну роль, завдання і принципи діяльності малих підприємств, вивчено фактори впливу на формування та раціональний розвиток цього сектору економіки у контексті забезпечення його важливого місця в економіці країни. У статті обґрунтовано, що лише забезпечення позитивних аспектів усіх факторів у їх взаємозв'язку сприятиме належному розвитку підприємств малого бізнесу та виконанню ними своєї важливої ролі соціально-економічного розвитку країни, її регіонів, окремих територій.

Ключові слова: малий бізнес, підприємництво, фактори підприємницької діяльності, фактори розвитку соціально-економічних взаємин.

Рыжко О.В. ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

Автором статьи определены социально-экономическую роль, задачи и принципы деятельности малых предприятий, изучены факторы влияния на формирование и рациональное развитие этого сектора экономики в контексте обеспечения его важного места в экономике страны. В статье обосновано, что только обеспечение положительных аспектов всех факторов в их взаимосвязи будет способствовать надлежащему развитию предприятий малого бизнеса и выполнению ими своей важной роли социально-экономического развития страны, ее регионов, отдельных территорий.

Ключевые слова: малый бизнес, предпринимательство, факторы предпринимательской деятельности, факторы развития социально-экономических взаимоотношений.

Ryzhko O.V. FACTORS OF DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS

The author of the article identified socio-economic role, tasks and principles of activity of small enterprises, examined the factors influencing the formation and rational development of this sector of the economy in the context of ensuring its important position in the economy of the country. The article proves that only the positive aspects of all the factors in their relationship will facilitate the proper development of small businesses and fulfilling its important role of socio-economic development of the country, its regions, separate territories.

Keywords: small business, entrepreneurship, factors of entrepreneurship, factors of socio-economic relations.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Можливість підвищення ефективності підприємницької діяльності залежить від ступеня обґрунтованості стратегічних напрямів в сфері виробництва конкурентоздатної продукції і організації її просування на ринок відповідно до логіки господарської поведінки в динамічних умовах ринкової кон'юнктури. Процес економічного реформування пов'язаний із розвитком ринкової інфраструктури, активізацією конкуренції і проявом її стимулюючих інноваційних задатків, формуванням дієвих механізмів структурної перебудови національної і регіональних економік, а також стимулюванням підприємництва, орієнтованого на створення стійких виробничо-ринкових комунікацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Різні аспекти розвитку малого підприємства в Україні досліджувалися та представлені у працях як зарубіжних, так і вітчизняних науковців, а саме: Л. Колеснікова, В. Перехрестов, Г. Багієв, А. Асаул, В. Виговської, З. Варналія, Г. П'ятницької, М. Харченко, Л. Лебедевої,

Ю. Долгорукова та ін. Разом із тим чимало питань стосовно малого бізнесу в Україні на сьогодні лишаються ще не достатньо вивченими та потребують подальшого розгляду.

Метою статті є аналіз стану малого бізнесу в Україні, визначення чинників, які негативно впливають на його розвиток, та запропонування шляхів подолання негативних факторів малого бізнесу в сучасних умовах господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Особлива роль у розвитку реформ належить малому бізнесу, що виконує найважливіші соціально-економічні функції, такі як забезпечення збалансованості попиту і пропозиції на ринку товарів і послуг; створення додаткових робочих місць; стимулювання господарської ініціативи учасників ринку; раціональне використання ресурсних потенціалів; вирішення багатьох економічних, соціальних і економічних проблем.

В Україні малий бізнес фактично зароджувався в період складних для України трансформацій господарської системи, який

має низку специфічних особливостей, що об'єктивно вплинуло на становлення та розвиток сектору підприємництва та забезпечило набуття ним унікальних рис.

Для формування ефективного підприємництва в умовах структурних ринкових змін необхідні певні умови, серед яких ключовими є: економічні, соціальні та правові.

Економічні умови – це в першу чергу позиція товарів і попит на них, споживча і купівельна спроможність населення, надлишок або нестача робочих місць, робочої сили. Завдання забезпечення економічних умов функціонування малого бізнесу покладено на численні організації, які формують інфраструктуру ринку. До таких організацій відносяться: банки, біржі, страхові компанії, лізингові фірми, консалтингові фірми, регіональні центри зайнятості тощо.

Не менш важливими є соціальні умови становлення і розвитку малого бізнесу, вони визначають ставлення окремого індивідуума до роботи, що у свою чергу впливає на його ставлення до величини заробітної плати до умов праці, пропонуваного бізнесом. Від підприємницької діяльності: підприємець повинен отримувати задоволення. Він приймає участь у вирішенні соціальних питань стосовно його співробітників: охорони їх здоров'я, збереженні робочих місць, розвитку соціально-економічної сфери тощо. Важливу роль у формуванні підприємництва відіграють підготовка, перепідготовка: підвищення кваліфікації кадрів підприємців.

Будь-яка підприємницька діяльність функціонує в межах відповідного правового середовища. Тому велике значення має створення необхідних правових умов. Це, в першу чергу, наявність законів, що регулюють підприємницьку діяльність, створюють найбільш сприятливі умови для її розвитку. Правові норми повинні забезпечувати: спрощену і прискорену процедуру створення, та державної реєстрації підприємств, захист підприємців від державного бюрократизму; вдосконалення податкового законодавства в напрямі мотивації виробничої підприємницької діяльності.

При обґрунтуванні економічного механізму розвитку підприємництва, адекватним є визначення малого підприємництва, запропоновано Л. Колесніковою. Вона розглядає підприємництво не і вузькому сенсі як «діяльність, спрямовану на отримання прибутку», а як процес особистого або системного самооновлення і самоорганізації через втілення і життя будь-яких сфер діяльності і форм

власності. В ході цього процесу індивідууми і організації взаємодіють з мікро- і макросередовищем її функціонування в межах динамічного балансу суперечливих економічних соціальних інтересів учасників нього процесу [1, с 89]. але підприємництво є важливим джерелом економічного розвитку і відтворення економіки. У розвинених країнах малий бізнес – основа ринкової інфраструктури, який значною мірою визначає темпи економічного зростання, і якість валового національного продукту. Добре розвинений малий бізнес дозволяє компенсувати суперечності між державним управлінням і саморозвитком ринку.

Сектор малого бізнесу відіграє вагомую роль і в механізмі соціально-економічного відтворення. Його присутність у всіх без виключення видах економічної діяльності свідчить про наявність в цій сфері ділових людей з перспективними проектами.

Слід відзначити, що більше половини найважливіших винаходів ХХ століття зроблено незалежними винахідниками або дрібними фірмами. Найбільш яскравим прикладом ролі малого бізнесу в науково-технічних відкриттях стало створення персонального комп'ютера двох талановитих і заповзятливих інженерів – Стіва Возняка і Стіва Джобса. Створена ними на його основі компанія «Еппл» належить нині до найбільших у сфері комп'ютерного бізнесу.

Малий бізнес є «ударною силою» на ринку праці і на селі, поглинаючи робочу силу, що вивільняється з різних причин з підприємств інших секторів. Це може мати місце як в роки сприятливої господарської кон'юнктури, так і в періоди криз і застою.

Малий бізнес виховує в його учасниках і особливо організаторів підвищений спеціальний і комерційний професіоналізм і може розглядатися як джерело кваліфікованих трудових ресурсів. Зміна місць діяльності, особливо для найнятих робітників, освоєння суміжних професій характерні для зайнятих у сфері малого і середнього бізнесу. Все це сприяє розвитку мобільного ринку праці, особливо на селі.

В умовах сучасних трансформацій в українській економіці на розвиток малого бізнесу впливають різні фактори, що успадковані від специфічного минулого, від відсутності послідовної і виваженої економічної політики державних органів влади, від не завжди обґрунтованих дій місцевих органів влади. За ступенем впливу можна виділити чинники, які сприяють становленню і розвитку малого бізнесу і чинники, які стримують його розвиток.

На думку Г. Багієва та А. Асаула, різні умови і фактори впливають на підприємницьку діяльність і вимагають ухвалення управлінських рішень для їх усунення або пристосування до них. Сукупність умов і факторів, що визначають засади функціонування малого бізнесу, визначаються як підприємницьке середовище [2, с. 125].

Підприємницьке середовище є інтегрованою сукупністю об'єктивних і суб'єктивних факторів, що дозволяють підприємцям досягати успіху в реалізації поставлених цілей. Підприємницьке середовище поділяється на зовнішнє, як правило, незалежне від самих підприємців, і внутрішнє, яке формується безпосередньо самими підприємцями.

Досліджуючи структуру зовнішнього середовища підприємництва, слід розглянути характер взаємовідносин, що складаються між суб'єктом підприємництва і елементами середовища. В цьому випадку можна виділити ряд елементів, які не схильні до безпосередніх управлінських дій з боку фірми і не можуть адекватно реагувати на її поведінку через непряму, опосередковану дію. Наприклад, малий бізнес не в змозі здійснити прямий вплив на характер діяльності фірм-конкурентів, проте, формуючи якість товарів, які воно виготовляє, реалізуючи певну цінову політику, проводячи заходи, сприяючі зміцненню свого іміджу і суспільного визнання, воно створює певні умови конкуренції, що враховується всіма організаціями, які конкурують на ринку. Підприємницька система таким чином здійснює відчутний вплив на всіх учасників процесу конкуренції, яке поширюється непрямим шляхом за допомогою інструментів маркетингової дії. Такий вплив відчувається ринком і вимагає адекватного реагування з боку його різних суб'єктів.

Зовнішнє середовище складається з двох елементів: мікро- і макросередовища. Мікросередовище здійснює помітний формуючий вплив на стиль і характер підприємницької діяльності. Мікросередовище відображає ринкові процеси і найбільш істотні ринкові коливання. Найважливішою особливістю чинників макросередовища є неможливість якої-небудь впливової дії на них з боку суб'єктів регіонального ринку і необхідність в пристосуванні до сформованих цими факторами умов. Фактори макросередовища утворюють певний обмежений сегмент, що вимагає активного пристосування з боку підприємницьких структур [3].

Макросередовище формується під впливом безлічі факторів: природних, демографіч-

них, економічних, екологічних, науково-технологічних, законодавчих, національних тощо. Ці фактори по-різному впливають на ту або іншу сторону виробничої і підприємницької діяльності.

У основу класифікації, що відображає макросередовище, можуть бути покладені п'ять груп основних факторів, які визначають різні напрями розвитку соціально-економічних взаємин в підприємницькій діяльності (рис. 1).

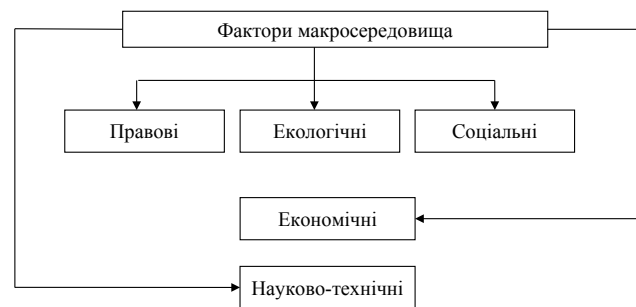


Рис. 1. Фактори розвитку соціально-економічних взаємин в підприємницькій діяльності

Група, яка об'єднує науково-технічні фактори, відображає рівень науково-технічного розвитку, що накладає технічні і технологічні обмеження на конкретний вид підприємництва. В регіонах України практично всі сфери підприємницької діяльності обмежені рівнем розвитку інформаційних технологій.

Як уже наголошувалося вище, економічні фактори визначають обсяг грошових коштів, які споживач може спрямувати на ринок конкретного товару і які формують умови попиту і місткість даного ринку. Дія цих факторів визначає і структуру попиту, що включає різні види товарів, які мають ряд споживчих переваг, є доступними за ціною.

Економічні фактори впливають на ринок праці, визначаючи його кон'юнктуру, яка в свою чергу позначається на формуванні заробітної плати працівників. Особливості розвитку виробничої сфери також можна віднести до чинників економічної дії. При цьому важливо розглядати два аспекти розвитку виробничого базису: галузевий і регіональний. У галузевому аспекті вивчаються виробнича, технологічна і організаційна ієрархія галузевої структури, її ретроспективна динаміка і перспективи. У регіональному – необхідно вивчення характеру розміщення продуктивних сил і конкретних об'єктів виробничої інфраструктури, що визначають структуру пропозиції у межах конкретного регіону, особливості матеріально-технічної бази виробничих про-

цесів, що впливають на показники ефективності виробничої і всієї підприємницької діяльності [4].

На формування економічної ситуації в країні та регіонах впливають політичні фактори, які іноді розглядаються як самостійні середовище-утворюючі фактори, проте їх вплив на умови конкретного бізнесу виявляються зазвичай за допомогою інших чинників, зокрема – економічних, які визначають чітко окреслені межі параметрів підприємницької діяльності.

Політична ситуація впливає і на інші чинники зовнішнього середовища. Найбільший «політичний імпульс» випробовує на собі правове середовище. Суперечливість законів й інших нормативно-правових актів є, як правило, наслідком політичних процесів, лобювання інтересів, суспільно-політичного тиску.

Політичні чинники впливають на екологічну ситуацію, зокрема у вигляді протекціонізму відносно суспільних рухів в сфері боротьби за збереження і відновлення регіонального навколишнього середовища. Таким чином, політичні чинники поширюють свій вплив за допомогою економічних, правових або інших характеристик, про що говорять деякі дослідники, зокрема А. Асаул [5], тому їх виділення у якості самостійного фактору не є доцільним.

Екологічні фактори виражають взаємовідносини між суспільством і природою. Вони включають три самостійні підгрупи: природно-кліматичні; природно-ресурсні; природоохоронні. Природно-кліматичні чинники виражають особливості географічного місця розташування споживчого ринку і попит на окремих Товар (роботи, послуги), що задовольняє підприємницька структура. Необхідно враховувати обидва види таких чинників, оскільки природні умови, в яких функціонують споживач і підприємець, можуть не збігатися. Природно-ресурсні чинники пов'язані з наявністю, об'ємом, якістю і умовами поведінки зі всіма видами природних ресурсів, використовуваних в підприємницькій діяльності, у тому числі щодо землі, природної сировини, запасів води, палива, енергії. Природоохоронні компоненти виражають ступінь забруднення екосистеми, що оточує територію споживчого ринку. Вплив природоохоронних факторів виявляється як у фіксованому ступені екологічного забруднення, так і у формі, яка зумовлює тип суспільної поведінки відносно екологічних проблем.

Соціальні чинники зовнішнього макросередовища включає дві підгрупи: 1) ті, що мають матеріальну форму; 2) ті, що не мають такої форми.

У першій підгрупі представлені конкретні об'єкти соціальної інфраструктури певного регіонального ринку. Це – об'єкти інженерного забезпечення, культурно-побутової сфери, громадського транспорту, охорони громадського порядку, регіонального і місцевого управління. Їхня наявність або відсутність формують умови для визначення способу ведення підприємницької діяльності, її масштабів і територіальної специфіки. До другої підгрупи відносяться фактори соціально-духовної сфери, яка формує психологічний клімат, суспільні переваги, смаки і уподобання.

У соціально-духовному середовищі можна виділити історичні традиції, етичні норми, тип суспільного пристрою, світогляди і етичні засади. До соціально-духовного середовища можна віднести національні, расові, релігійні особливості споживача. Проте, на нашу думку, цей перелік факторів макросередовища доцільно було б доповнити ще кількома, а саме міжнародним, політичним, географічним, національно-культурним та регіональним фактором.

Міжнародні фактори відіграють особливу роль при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності підприємств регіону, оскільки вони визначають можливості здійснення комерційних операцій з тією чи іншою країною. Головними учасниками міжнародних економічних відносин є великі корпорації. Проте посилення конкуренції, збільшення вимог до якості продукції, зростання витрат на дослідження і розвиток змушують великі підприємства створювати філії в різних країнах, використовуючи переваги різних країн (вартість робочої сили, наявність місцевої сировини, податкову політику тощо). У даному випадку корпорації об'єднують свої зусилля із підприємствами малого бізнесу.

Малому бізнесу досить складно самостійно вийти на міжнародний ринок. З метою виявлення місця малого бізнесу в економічній системі країни, науковцями встановлено залежність обсягу експорту від розміру підприємства. Дрібні фірми (10-50 зайнятих) експортують в середньому 42% своєї продукції; середні фірми (50-199 працюючих) – 68%, підприємства з кількістю зайнятих 200-499 осіб забезпечують 92% експорту. Труднощі ведення міжнародних операцій полягають у відсутності достатньої інформації про зарубіжні ринки, некомпетентність керівника (незнання мови, невміння організувати рекламу тощо). Віддаленість від великих міст, що володіють добре налагодженими транспортними комуні-

каціями, ускладнює вихід на зовнішній ринок, оскільки збільшуються не лише витрати на транспортування продукції, але і на оформлення операцій [6].

Участь підприємств в зовнішньоторговельних зв'язках дає їм істотні переваги у вигляді розширення ринку збуту своєї продукції, гарантовані платежі від експорту товарів.

Політичні фактори відображають стабільність перетворень в країні, кількість і спрямованість політичних партій і рухів, кримінальну ситуацію. Вагомий вплив на розвиток регіону здійснює політична ситуація. У владі присутні багаточисельні корпоративні, родинні, фінансові, ділові зв'язки, які певною мірою корумповані.

На відміну від зарубіжного бізнесу, який при здійсненні операції спирається на інформацію про надійність партнера, український орієнтований на особисті взаємини. Перед укладанням угоди українському підприємцеві необхідно особисто знати людину.

Висновки з цього дослідження. Малий та середній бізнес відіграє в економіці

досить вирішальну роль та є фундаментом для ринкової економіки. Дані сектори створюють необхідну атмосферу конкуренції, здатні швидко реагувати на будь-які зміни ринкової кон'юнктури, створювати додаткові робочі місця, здатні порівняно швидко окупатися, є основним джерелом формування середнього класу, оскільки середній клас – запорука стабільності суспільства і його успішного розвитку.

Розвинутий сегмент малого та середнього бізнесу – це, перш за все, високий рівень сервісу та низькі ціни на товари і послуги для споживачів. Високий рівень конкуренції стимулює розвиток економіки і веде до зростання зарплат. А за рахунок високої інноваційної складової, притаманної малому та середньому бізнесу, розвиток даного сегменту повинен сприяти виводу економіки на якісно новий рівень. Отже, необхідність розвитку і державної підтримки малого та середнього бізнесу в Україні є досить значною, і вирішальною.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Колесникова Л.А. Предпринимательство и малый бизнес в современном государстве: управление развитием / Л.А. Колесникова. – М. : Новый Логос, 2000. – 262 с.
2. Багиев Г.Л. Организация предпринимательской деятельности : учебное пособие / Багиев Г.Л., Асаул А.Н. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2001. – 231 с.
3. Розвиток і підтримка підприємництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dkrp.gov.ua/>.
4. Урядовий портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua/>.
5. Асаул А. Систематизація факторів, що характеризують інвестиційну привабливість регіонів / А. Асаул // Регіональна політика. – 2008. – № 2. – С. 53-62.
6. Інститут власності і свободи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pfi.org.ua>.