

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»

Н.І. Полтарак

ФІНАНСОВА ДІЯЛЬНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ
(НА ПРИКЛАДІ МАЛОГО БІЗНЕСУ)

Навчальний посібник

Харків «ХАІ» 2011

УДК 338:22.021.4

Полтарак Н.І. Фінансова діяльність суб`єктів господарювання (на прикладі малого бізнесу): навч. посіб. / Н. І. Полтарак. – Х.: Нац. аерокосм. ун-т «Харк. авіац. ін-т», 2011. – 49 с.

Викладено теоретичний матеріал щодо ролі малого бізнесу в економіці країни, його державної підтримки в провідних країнах світу.

Розглянуто механізм державної підтримки розвитку малого бізнесу в Україні та його фінансове забезпечення. Визначено основні напрямки забезпечення фінансової стійкості малих підприємств. Подано теоретичні основи взаємодії малого й великого бізнесу та методику обґрунтування коопераційної взаємодії малого бізнесу на основі методів фінансового аналізу.

Для студентів економічних спеціальностей при виконанні дипломного проектування, аспірантів, викладачів, практичних працівників у сфері фінансової діяльності підприємств.

Іл. 3. Табл. 7. Бібліогр.: 18 назв

Рецензенти: канд. техн. наук, проф. І.Ю. Матюшенко,
проф. В.І. Успенко

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
1. МАЛИЙ БІЗНЕС В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ ТА ПРОБЛЕМИ ЙОГО РОЗВИТКУ.....	5
1.1. Поняття малого бізнесу, його основні види та критерії віднесення підприємств до малого бізнесу.....	5
1.2. Роль малого бізнесу в економіці провідних країн світу та України.....	10
1.3. Проблеми розвитку малого бізнесу в Україні.....	13
2. ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ І США ТА ЇЇ ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ.....	17
2.1. Державна підтримка та фінансування розвитку малого бізнесу в США.....	17
2.2. Механізм державної підтримки розвитку малого бізнесу в Україні та його фінансове забезпечення.....	22
3. ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА ВЗАЄМОДІЇ МАЛОГО ТА ВЕЛИКОГО БІЗНЕСУ ЯК НАПРЯМКУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ МАЛОГО БІЗНЕСУ.....	29
3.1. Теоретичні основи взаємодії малого та великого бізнесу.....	29
3.2. Субконтрактинг як напрямок підтримки розвитку малого бізнесу та забезпечення його фінансової стійкості.....	36
3.3. Методика обґрунтування коопераційної взаємодії малого бізнесу на основі методів фінансового аналізу.....	41
ВИСНОВКИ.....	45
БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК.....	47

ВСТУП

Глобалізаційні процеси є визначальною характеристикою не лише сучасної світової економіки, а й економіки України. Так, проблеми забезпечення національної конкурентоспроможності у глобальному масштабі стають у країні дедалі гострішими. Значної уваги з боку держави за цих умов потребує малий бізнес. Саме цей сектор економіки стимулює конкуренцію, сприяє послабленню монополізму, впливає на структуру економіки та якісну характеристику валового внутрішнього продукту (ВВП), розширює сферу свободи ринкового вибору, характеризується раціональними формами управління, забезпечує більш швидку реалізацію інновацій.

Аналіз розвитку малого бізнесу провідних країн світу та України свідчить про значне відставання показників розвитку вітчизняних підприємств як за часткою працівників, зайнятих у цьому секторі, – у 8–10 разів, так і за часткою малого бізнесу у ВВП держави – в 10–12 разів. На сьогодні основними перешкодами для розвитку малого бізнесу в Україні є відсутність дієвих інструментів механізму його державної підтримки, таких, як: недосконалість законодавства; недостатнє наукове обґрунтування методичної бази щодо формування, впровадження та реалізації державних програм; нестача фінансового забезпечення реалізації заходів програм; нерозвиненість фінансово-кредитного механізму та інфраструктури підтримки.

Необхідність теоретичного обґрунтування, методичного забезпечення та практичних рекомендацій щодо кооперації малого та великого бізнесу зумовили актуальність теми роботи, її зміст, мету, завдання й структуру.

Мета навчального посібника – допомогти студентам під час самостійного вивчення теоретичних і практичних основ розвитку малого бізнесу, визначити його місце і роль в економіці країни, дослідити сучасні проблеми його розвитку, розглянути механізм державної підтримки малого бізнесу України та його фінансове забезпечення порівняно із США, вивчити форми взаємодії малого та великого бізнесу як напряму фінансової підтримки малих підприємств і обґрунтування коопераційної взаємодії малого бізнесу на основі методів фінансового аналізу.

У навчальному посібнику викладено теоретико-методичні підходи до оцінювання рівня розвитку підприємств малого і великого бізнесу. Використання цих підходів під час самостійної роботи дасть можливість студентам розвинути індивідуальні здібності, необхідні для прийняття управлінських рішень.

1. МАЛИЙ БІЗНЕС В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ ТА ПРОБЛЕМИ ЙОГО РОЗВИТКУ

1.1. Поняття малого бізнесу, його основні види та критерії віднесення підприємств до малого бізнесу

У зв'язку з глобалізацією, яка є однією з визначальних характеристик світової економіки кінця ХХ – початку ХХІ століть, перед урядами багатьох країн постала проблема пошуку нових форм і методів адаптації національної економіки до сучасних вимог здійснення міжнародних економічних відносин. Через швидкі зміни чинників, за якими визначають конкурентоспроможність фірм на світових ринках, динамічний розвиток глобального середовища, уряди змушені при формуванні умов економічного зростання своїх країн звертати увагу на проблеми забезпечення національної конкурентоспроможності у глобальному масштабі. Неминучими стають процеси глобалізації і для України, котра як європейська держава прагне інтегруватися в ЄС, оскільки євроінтеграція – це прямий наслідок глобалізації, що охопила світову спільноту.

Економічна інтеграція передбачає запровадження принципів ринкової конкуренції. У цих умовах ключові фактори успіху вітчизняних підприємств у конкурентній боротьбі на внутрішньому і світовому ринках мають бути в першу чергу пов'язані з гнучким реагуванням на потреби ринку й мінливі умови господарювання. Це припускає для країни стимулювання розвитку малого бізнесу, інноваційної діяльності, створення сприятливих умов функціонування підприємств.

З перших років розвитку ринкової економіки в Україні активно обговорюються питання про важливість малого бізнесу в її економіці і про його державну підтримку. Розглянемо, що ж являє собою малий бізнес.

В економічній літературі використовуються терміни «підприємництво» та «бізнес». Ці категорії тісно взаємозалежні й у багатьох випадках є тотожними.

Незважаючи на певні розбіжності в тлумаченні змісту поняття «підприємництво», багато дослідників підкреслюють його винятково велике значення для економічного зростання. Наприклад, У. Ростоу, характеризуючи фактори економічного зростання, надавав

особливого значення схильності людей до інновацій і матеріальних удосконалень, а також до споживання.

Про значення підприємця для економіки А. Сміт писав: «Він (підприємець) має на увазі лише свій особистий інтерес, дбаючи про свою власну вигоду, при цьому він невидимою рукою йде до мети, яка зовсім не входила в його наміри. Дбаючи про свої власні інтереси, він часто більш дієвим чином служить інтересам суспільства, ніж тоді, коли свідомо намагається служити їм».

Суттєвий внесок у розвиток теорії підприємництва зробив Й. Шумпетер, який вважав, що найважливішою функцією підприємництва є розроблення й обґрунтування процесу реалізації нововведень.

Підприємництво, на думку Б.А. Райзберга, – це «ініціативна, самостійна, та, що здійснюється від свого імені, на свій ризик, під свою майнову відповідальність, діяльність громадян, фізичних і юридичних осіб, спрямована на систематичне одержання доходу, прибутку від користування майном, продажу товарів, виконання робіт, надання послуг. Підприємництво ставить також за мету підвищення іміджу, статусу підприємця».

З.С. Варналій виділяє поняття «мале підприємництво» як «самостійну, систематичну, ініціативну господарську діяльність малих підприємств і громадян-підприємців (фізичних осіб), яка проводиться на власний ризик з метою отримання прибутку».

За Б.А. Райзбергом, бізнес (від англ. business – справа, підприємництво) – ініціативна економічна діяльність, яка здійснюється за рахунок власних або позикових ресурсів на свій ризик і під свою відповідальність і головними цілями якої є одержання прибутку й розвиток власної справи. Бізнес у невеликих масштабах на малих фірмах називають малим. Цей же автор зазначає, що малий бізнес – «це бізнес, який здійснюється у малих формах і опирається на підприємницьку діяльність приватних підприємців, невеликих фірм, малих підприємств. Малий бізнес характерний для деяких видів і форм виробництва, торгівлі, сфери послуг».

На погляд Б.А. Райзберга, «мале підприємство, фірма – невелике підприємство будь-якої форми власності, що характеризується, насамперед, обмеженою кількістю працівників і займає вкрай невелику частку в загальному по країні або її області обсязі діяльності, що є профільною для підприємства. Величина цієї частки залежить від вартості створеної й реалізованої продукції. Оскільки

кількість малих підприємств єдиного профілю у великій країні обчислюється десятками й сотнями тисяч, то на одне таке підприємство припадає незначна частка відсотка загального обсягу виробництва, хоча всі разом вони здатні виробляти до половини всієї продукції країни».

Поняття малого підприємства при всій його вдаваній простоті й очевидності в теоретичному і методологічному плані все ще є дискусійним, яке потребує уточнення й конкретизації. У світовій практиці не вироблено єдиних критеріїв і показників для визначення розмірів підприємства. Насамперед, вони істотно відрізняються по країнах і галузях економіки. Крім того, розмежування малих, середніх і великих підприємств може мати різні цілі, що визначає неможливість застосування єдиних критеріїв.

За даними Світового банку, загальна кількість показників, за якими підприємства відносять до суб'єктів малого бізнесу, перевищує п'ятдесят.

Для визначення підприємства як суб'єкта малого бізнесу в теорії та практиці господарювання можуть використовуватися як кількісні, так і якісні критерії (рис. 1.1).

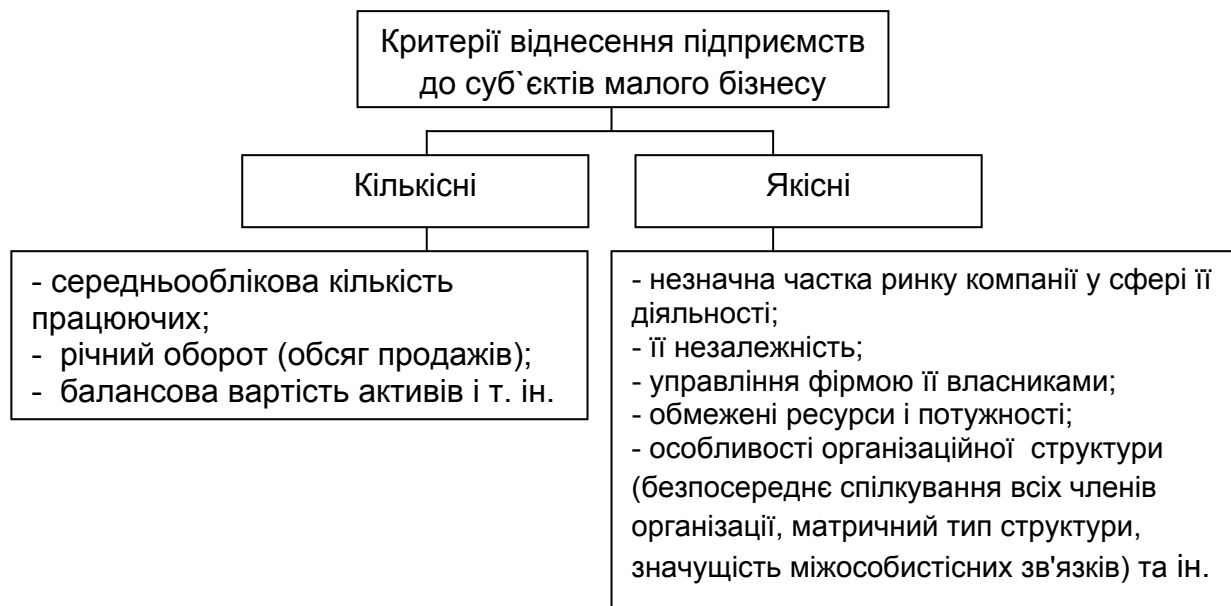


Рис. 1.1. Основні критерії віднесення підприємств до суб'єктів малого бізнесу

Кількісні критерії використовуються, як правило, в статистиці й законодавстві й потребують формального визначення суб'єктів

малого бізнесу. Кількісні критерії визначення малих підприємств окремо або в яких-небудь сполученнях необхідні під час аналізу малого бізнесу і мають головну перевагу – зручність використання.

Якісні критерії можна поділити на дві основні групи: формальні й неформальні. До формальних показників можна віднести юридичні й економічні критерії віднесення, до неформальних – критерії, що безпосередньо належать організаційній культурі.

Межі малого бізнесу в різних країнах залежать від законодавчо встановлених державними органами або іншими представницькими організаціями критеріїв, що констатують суть цього поняття.

Сьогодні у практиці законотворення України та більшості країн світу визначальними критеріями віднесення підприємств до малого бізнесу є лише кількісні, хоча деякі розвинені країни використовують підходи, ґрунтовані на комбінації кількісних і якісних критеріїв.

У Господарському кодексі України визначено такі види малих підприємств, «в яких середньооблікова кількість працюючих за звітний (фінансовий) рік не перевищує п'ятдесяти осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за цей період не перевищує суми, еквівалентної 500 тис. євро за середньорічним курсом Національного банку України щодо гривні».

Зведені дані за критеріями віднесення підприємств до малого бізнесу в кількісній та якісній формах подання, які використовуються в окремих країнах світу, наведено у табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Критерії віднесення підприємств до суб'єктів малого бізнесу в деяких країнах світу

Країна	Критерії			
	Кількість зайнятих працівників, чол., не більше	Річний оборот нижче	Сума балансу	Якісні критерії
Великобританія	25–200	5,6 млн ф. ст.	2,8 млн ф. ст.	+
Китай	8–300	30 тис. юань	–	–
Німеччина	10	1 млн євро	–	+
РФ	30–100	–	–	+
США	500	2 млн дол. США	5 млн дол. США	+
Франція	10–50	200 млн франків	–	–
Україна	50	500 тис. євро	–	–
Швеція	200	–	–	+
Японія	50–300	–	10–100 млн єн	+

У світовій практиці на суб'єкти малого бізнесу, особливо на ті, що займаються пріоритетними видами діяльності, після присвоєння їм відповідного статусу поширюються заходи державної підтримки у вигляді створення для них більш вигідних порівняно з іншими організаціями умов оподаткування, фінансування. При цьому, крім зазначених вище ознак суб'єктів малого бізнесу, у практиці державної підтримки розвитку малого бізнесу провідних країн світу враховуються класи й типи малих підприємств.

Деякі вчені наводять таку класифікацію малих підприємств:

- перший клас – динамічні та гнучкі, сприйнятливі до інновацій, диверсифіковані;

- другий клас – сімейні, ті, що вписуються до середовища місцевого бізнесу;

- третій клас – нестійкі, ті, що борються за виживання.

Залежно від того, який вид діяльності та яку стратегію поведінки вибирає підприємство на ринку, в економіці західних країн виділяють такі види малих підприємств: комутанти, пацієнти, експлоренти.

Малі підприємства, що входять до групи комутантів, як правило, спеціалізуються на виготовленні окремих вузлів і деталей, іноді здійснюють проміжне складання. Ці підприємства дуже тісно взаємодіють з великим бізнесом через систему коопераційних зв'язків і систему субпідряду. За допомогою цих підприємств велике виробництво звільняється від невикладного йому допоміжного неефективного виробництва. Малі підприємства цієї групи сильно залежать від великих і ведуть конкурентну боротьбу між собою.

Підприємства, що належать до групи пацієнтів, спеціалізуються на випуску готової продукції, орієнтованої в основному на локальні ринки збуту з обмеженим попитом, на місцеві джерела сировини і матеріалів. Це виробництво продуктів, одягу, взуття, дрібні будівельні роботи. Вони досить незалежні від великих, іноді можуть скласти конкуренцію великому підприємству завдяки високій якості продукту, що випускається.

Підприємства групи експлоренти, тобто ризикові фірми або інноваційні підприємства, займаються в основному науковими, конструкторськими розробками, комерційним освоєнням технічних відкриттів, виробництвом дослідних партій товарів.

Малі підприємства-експлоренти більш за всіх вразливі до впливу негативних факторів економічного середовища й потребують комплексної системи заходів підтримки з боку держави та, як і малі

підприємства – комутанти й пацієнти, розроблення заходів для тісної взаємодії з великим бізнесом.

Таким чином, в Україні досі не має чіткого визначення суб'єктів мікро-, малого й середнього бізнесу, що потрібно для ефективної політики стимулювання розвитку малого бізнесу. Під час визначення малого підприємства у нормативних документах бажано використовувати не тільки кількісні показники, але й систему якісних критеріїв, що враховують специфіку економічних умов України в цілому та певної області. Крім того, під час визначення пріоритетних напрямків програм державної підтримки розвитку малого бізнесу слід урахувати його класи й типи.

1.2. Роль малого бізнесу в економіці провідних країн світу та України

Формування конкурентоспроможної, соціально спрямованої економіки з розвиненим приватним сектором, його важливою складовою підприємництвом є стратегічним курсом економічної політики України.

Як свідчить досвід країн з розвинутою ринковою економікою, а також деяких європейських країн з перехідною економікою, активізація малого бізнесу сприяє вирішенню ряду головних завдань щодо соціально-економічного розвитку країни та її областей. Високий рівень розвитку малого бізнесу є необхідною умовою успішного функціонування ринкової економіки розвинених країн.

Саме цей сектор економіки стимулює конкуренцію, сприяє послабленню монополізму, впливає на структуру економіки та на якісну характеристику валового внутрішнього продукту, розширює сферу свободи ринкового вибору, характеризується раціональними формами управління, забезпечує більш швидку реалізацію інновацій.

Малий бізнес впливає на структуру ринку й розширення ринкових відносин, насамперед, унаслідок зміни кількості суб'єктів ринку, підвищення кваліфікації, залучення все більш широких кіл населення до системи підприємництва, сприяє розвитку конкуренції в інноваційній сфері, робить значний внесок в удосконалення і диверсифікацію ринкової структури в економіці.

У світовій економіці функціонує багато малих фірм, компаній і підприємств, що відіграють велику роль в економіці розвинених країн світу.

Так, у Європейському Союзі нараховується близько 20 млн малих підприємств, що забезпечують зайнятість 65 млн робітників. У США діє близько 7 млн підприємств малого бізнесу, на яких зайнято близько 25 млн чоловік – працівників приватного сектора. Вони виробляють більше половини ВВП країни, а 96 % експортерів – це малі підприємства.

У КНР існує більше 40 млн малих підприємств, що становить 99,8 % від загальної кількості вітчизняних підприємств. На ці підприємства припадає близько 55 % ВВП, 46 % податкових надходжень, 76 % запатентованих розробок і 75 % загальної кількості робочих місць країни.

У країнах Організації економічного співробітництва та розвитку малі підприємства становлять більше 95 % від загальної кількості підприємств.

У Великобританії 2004 р. було офіційно зареєстровано 4,3 млн підприємств, зайнятих бізнесом. Малі підприємства забезпечували 46,2 % зайнятості й 38,3 % національного обороту.

В Японії близько 99% підприємств зареєстровані як малі, кількість зайнятих на них становить більше 42 млн.

Кількість малих підприємств у Росії на сьогодні перевищує 1 млн, частка малого бізнесу в ВВП країни становить 10–11 %, а частка працюючих у загальній кількості зайнятого населення – 16,6 %.

Значну прогресивно-суспільну роль малого бізнесу пов'язують із високим рівнем зайнятості. В економіці більшості країн світу на малі підприємства припадає дві третини зайнятих у приватному секторі. Так, наприклад, в Італії 98 % усіх підприємств є суб'єктами малого бізнесу, при цьому 95 % з них мають не більше десяти співробітників.

Основні показники внеску підприємств малого, середнього та великого бізнесу в зайнятість населення ЄС наведено в табл. 1.2.

Таким чином, підвищення ролі підприємств малого бізнесу в економіці ЄС, США, Японії та інших розвинених країнах – не випадковість, а необхідна закономірність, спричинена самим перебігом історії і потребами, що виникали під час розвитку продуктивних сил і технологій.

Таблиця 1.2

Кількість підприємств та їхній внесок у зайнятість населення
країн ЄС

Вид підприємств	Кількість підприємств		Кількість працюючих	
	одиниць	частка, %	тис. чол.	частка, %
Мікропідприємства (0–9 робітників)	19040	93,11	41750	34,29
Малі підприємства (10–49 робітників)	1200	5,87	23080	18,96
Середні підприємства (50–249 робітників)	170	0,82	15960	13,11
Великі підприємства	40	0,20	40960	33,64
Усього за всіма підприємствами	20 450	100	121750	100

Результати аналізу розвитку малого бізнесу в розвинених країнах світу показали, що частка працівників, зайнятих у малому бізнесі, стосовно загальної кількості зайнятих у країнах з розвинутою економікою (країни ЄС, США, Японія, Китай) знаходяться в межах від 49 до 78 %, у той час як в Україні вона становить усього 7 % (тобто Україна за цим показником відстає від розвинених країн світу в 8–10 разів). Частка малого бізнесу в перелічених вище державах у ВВП становить від 49 до 60 %. В Україні малий бізнес за останні 4 роки хоча й подвоїв обсяги виробництва, однак його частка у ВВП економіки країни становить менше 5 % (за цим показником Україна відстає від перелічених вище країн з розвинутою економікою в 10–12 разів).

За роки незалежності й реформування економіки в Україні створено відносно потужний підприємницький сектор. Із загальної кількості підприємств–суб'єктів підприємницької діяльності кількість малих підприємств становить 85,3 %, тоді як великих – лише 0,2 %, а середніх – 14,5 %. Динаміка загальної кількості малих підприємств в Україні демонструє стійку тенденцію до зростання (рис. 1.4). 2006 р. у цілому по країні налічувалося 307,4 тис. малих підприємств, що на 12,3 тис. підприємств, або на 4 %, більше, ніж 2005 р., і на 29,1 % більше, ніж 2000 р.

Про роль і значення малого бізнесу в Україні можна зробити висновок за основними показниками діяльності малих, середніх підприємств порівняно з великим бізнесом. Із загальної кількості зайнятого населення на великих підприємствах працює 34,2 %, на середніх – 46,2 %, на малих – лише 19,6 %. Слід підкреслити, що із загальної кількості підприємств України, що реалізовували продукцію, надавали послуги, 79,6 % становили малі підприємства, 20,1 % – середні та 0,3 % – великі, тоді як із загального обсягу реалізованої продукції (робіт, послуг) продукція великих підприємств становила 26,6 %, середніх – 68,6 % і малих – 4,8 %. Із загальної кількості підприємств, що діяли у сфері досліджень і розробок, малі підприємства становили 91,2 %, середні – 8,6 %, великі – 0,2 %.

Таким чином, проведений вище аналіз свідчить про те, що:

- малий бізнес в Україні за кількістю суб'єктів, обсягом виробництва й кількістю працюючих на малих підприємствах з кожним роком збільшується, але темпи зростання незначні;

- питома вага обсягу виробленої суб'єктами малого бізнесу продукції (робіт, послуг) у загальному обсязі виробництва країни залишається все ще незначною;

- найбільш динамічно малий бізнес розвивається в оптовій і роздрібній торгівлі, сферах нерухомості й послуг, а також промисловості;

- з усіх суб'єктів малого бізнесу України найменш динамічно розвиваються підприємства галузі досліджень і розробок;

- найбільш поширеною формою власності серед малих підприємств країни є приватна, а потім – колективна.

З наведеного можна зробити висновок, що малий бізнес в Україні не виконує своїх функцій. Це пояснюється такими основними проблемами малих підприємств: нестача фінансових ресурсів; нерозвиненість фінансово-кредитної системи та інфраструктури підтримки малого бізнесу; слабка державна підтримка малих підприємств.

1.3. Проблеми розвитку малого бізнесу в Україні

Сучасні умови розвитку малого бізнесу в Україні – мінливість законодавства, нерозвиненість інструментарію державної підтримки розвитку малого бізнесу, надмірний податковий тягар, загальна бюрократизація економіки і суспільства тощо – стали стрижневою

причиною уповільнення динаміки зростання цього сектора. Знаходячись в умовах, менш привілейованих, маючи набагато менше ресурсів для проведення життєво важливих стратегічних функцій, малі підприємства все ж таки відвойовують свою частку на ринку завдяки своїм перевагам, які є досить істотними як для суб'єктів малого бізнесу, так і для економіки в цілому. Насамперед, це відомий підприємницький дух. За даними багатьох досліджень, продуктивність праці в працівників підприємств із кількістю зайнятих менше 500 чоловік принаймні на 50% вище, ніж на підприємствах з кількістю зайнятих понад 4,5 тис. чоловік.

Управління підприємством одним-двома керівниками забезпечує його оперативність. Іншою перевагою малих фірм є більш висока швидкість проходження інформації, що підвищує оперативність у роботі.

Малий бізнес має набагато велику маневреність і гнучкість. Крім суспільної підтримки малі підприємства, як правило, мають певні податкові пільги й інші надані законодавством переваги.

Невеликі за розміром фірми не мають строго окресленої структури керування, і взаємини між співробітниками складаються скоріше не з первісних обов'язків, а більшою мірою зумовлені оперативною ситуацією. Таким чином, малі розміри фірми забезпечують їй керованість, гнучкість, пристосованість і найважливіше – відданість справі. При цьому створюються такі умови, при яких не губляться значення і роль кожного окремого працівника. Для малих фірм характерними також є сполучення професій, універсальні знання й уміння (на відміну від вузької спеціалізації на великих підприємствах).

Малі підприємства успішно функціонують саме в тих напрямках, де не потрібно значних вкладень в основні засоби і де вони несуть порівняно низькі управлінські витрати. Це позитивно позначається на собівартості продукції, що випускається, і підвищує адаптаційні можливості підприємства. Навіть на підприємствах наукової сфери невеликий колектив працює з колосальною віддачею.

Малий бізнес працює під страхом стати банкрутом, багато що залежить не стільки від уміння менеджерів, скільки від впливу зовнішнього середовища, тому в кризові для економіки періоди невеликі підприємства в першу чергу стають банкрутами. В період спаду вони позбавлені можливості зберігати заробітну плату своїм співробітникам. Їм не під силу проводити політику повної зайнятості.

Крім того, обмежена номенклатура продукції, що випускається, робить мале підприємство вразливим з погляду кон'юнктури ринку.

Виходячи з тенденції розвитку економік країн світу, можна зробити висновок, що малий бізнес в Україні є пріоритетним сектором і потребує всебічної підтримки й розвитку.

Як свідчать результати опитування, яке було проведено по областях України експертами МФК у рамках проекту «Дослідження підприємницької діяльності в Україні», одними із суттєвих перешкод на шляху розвитку малого бізнесу в Україні в цілому є регуляторні перешкоди (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Регуляторні перешкоди розвитку малого бізнесу в Україні

Регуляторні перешкоди	Оцінка впливу, бали	Ранг
Оподаткування	2,6	1-й
Перевірки	2,4	2-й
Митне регулювання	2,4	3-й
Сертифікація	2,3	4-й
Дозволи та погодження	2,3	5-й
Ліцензування	2,2	6-й
Реєстрація	1,8	7-й

Слід зауважити, що малий бізнес більш чутливий до різноманітних перешкод його діяльності. Основні обмеження ділової активності малих підприємств в Україні є не лише тільки у сфері регуляторної політики. Так, за результатами опитувань представників малого бізнесу України, основними перешкодами в діяльності малого бізнесу є такі:

- високі ставки податку – 83 %;
- велика кількість податків – 68 %;
- низький попит на продукцію – 46 %;
- часті зміни у формах звітності – 39 %;
- велика кількість ліцензованих видів діяльності – 38 %;
- перевірки державними органами – 38 %;
- складність отримання кредиту – 36 %.

Серед решти причин, указаних опитуваними, фігурували такі: тиск з боку кримінальних елементів (25 %), недостатність ділової інформації (12 %), недостатність управлінських знань (8 %).

Одним з основних обмежень діяльності малих підприємств є недостатність фінансових ресурсів. Гальмують розвиток малого бізнесу також такі обмеження:

- невпорядкованість відносин власності;
- вузькість ринків збуту;
- нерозвиненість ринкової інфраструктури й збутової інфраструктури підприємств;
- нерозвиненість конкурентного середовища й недобросовісна конкуренція;
- платіжна криза;
- дефіцит інвестиційних ресурсів, відсутність мотивації до інвестиційної та інноваційної діяльності;
- недостатність професійної кваліфікації керівництва підприємств, фахівців з фінансового забезпечення, організації виробництва і збуту;
- відсутність економічного механізму сполучення інтересів держави і підприємців, слабка взаємодія державних і підприємницьких структур;
- дефіцит вірогідної ділової інформації;
- труднощі в придбанні виробничих площ та обладнання;
- відсутність фінансових резервів і загроза швидкого банкрутства тощо.

Зазначені вище обмеження утрудняють прибуткову довгострокову діяльність у легальному секторі економіки та обумовлюють пошук способів короткострокового або одноразового отримання високих прибутків у «тіньовій» сфері. Попри деякі позитивні зрушення, які відбулися в останні роки, більшість перешкод на шляху розвитку малого бізнесу в Україні залишаються вельми потужними. Незважаючи на низку прийнятих останнім часом вищими органами державної влади і управління нормативних документів, розвиток малого бізнесу в країні здійснюється в несприятливих мікро- та макросередовищах.

Диференціації щодо фінансового забезпечення програм, незначні суми фінансування, що мають несистемний, нестабільний характер, надмірне та неефективне регулювання господарської діяльності, нерозвиненість інфраструктури підтримки малого бізнесу, невідповідність змісту програм державної підтримки малого бізнесу реальним потребам бізнесу та законодавчим актам, їх несвоєчасне затвердження призводять до неефективності державної підтримки розвитку малого бізнесу на основі програмного підходу.

2. ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ І США ТА ЇЇ ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

2.1. Державна підтримка та фінансування розвитку малого бізнесу в США

Конкретним свідченням визнання важливості малого бізнесу в розвитку економіки країн є розроблення ними довгострокової політики досягнення стратегічних цілей соціально-економічного розвитку суспільств із обов'язковим залученням до цієї роботи наймасовішої та найініціативнішої частини населення, що сформувалася в секторі малого бізнесу. При цьому держави вживають ряд правових, організаційних, фінансових й інших заходів, що стимулюють всебічну підтримку і розвиток малого бізнесу в напрямках, які відповідають інтересам суспільства.

Органи влади в країнах з розвинутою ринковою економікою вирішують ряд взаємозалежних завдань з регулювання підприємницької діяльності.

Як показує аналіз досвіду США, особливе значення надається державній підтримці розвитку малого бізнесу – скрізь здійснюються певні заходи зі створення для малого бізнесу необхідних правових, економічних, інституційних, організаційних і технологічних умов діяльності, що сприяють саморозвитку малого бізнесу, допомагають йому ввійти в ринок, знайти джерела фінансування, партнерів, збутові ланцюжки, знизити системні ризики тощо. Держава із розвинутою ринковою економікою вирішує різні завдання (табл. 2.1) і виконує функції (табл. 2.2) щодо регулювання і підтримки малого бізнесу.

Таблиця 2.1

Завдання державного регулювання підприємництва

№ п.п	Задача
1	Забезпечення організаційно-правових основ підприємницької діяльності: визначення в законодавстві правового стану суб'єктів господарської діяльності; визначення порядку утворення і реєстрації фірм, їх ліквідації (банкрутства), правил і стандартів обліку і звітності; захист різних прав (власності, споживачів, товарного знака і т.д.); установлення порядку стандартизації і сертифікації продукції, контролю якості продукції і послуг

Закінчення табл. 2.1

№ п.п	Задача
2	Створення і забезпечення правових умов функціонування ринкового механізму господарювання й умов вільного підприємництва: створення умов сумлінної конкуренції і волі підприємництва, забезпечення волі переміщення робочої сили, товарів і послуг на внутрішньому і зовнішньому ринках; регулювання міжфірмових ринкових відносин; боротьба з бюрократичними бар'єрами
3	Установлення і забезпечення дотримання правил і етико-правових норм підприємництва: встановлення норм і правил адміністративної і ділової етики, контроль за їх дотриманням; ведення боротьби з корупцією, вимаганням, хабарництвом, шахрайством; здійснення контролю за незаконною діловою практикою і вживання заходів щодо боротьби з легалізацією доходів від незаконного бізнесу (відмивання грошей); сприяння вирішенню конфліктів, що виникають між підприємцями
4	Забезпечення підвищення ефективності виробництва суб'єктами господарювання: оптимізація структури і розміщення виробництва; створення сприятливого інвестиційного клімату для місцевих та іноземних інвесторів, активізація інноваційної діяльності й ін.
5	Забезпечення розвитку підприємницької інфраструктури: транспорту, телекомунікацій, зв'язку, страхування й ін.
6	Сприяння підприємцям у їхній господарській діяльності: фінансування і кредитування бізнесу; розвиток промислового і науково-технічного співробітництва; підтримка експортерів; створення умов безпосередньої підтримки підприємницької діяльності шляхом організації наукових і навчальних центрів, інноваційних і страхових фондів, надання інформаційних і консультаційних послуг
7	Забезпечення соціально-економічних основ підприємництва: розроблення норм трудового законодавства і контроль за їх дотриманням; забезпечення справедливих основ приватного наймання й оплати праці, стимулювання зростання зайнятості й збільшення кількості робочих місць; створення безпечних умов праці й життєдіяльності; забезпечення професійного навчання
8	Реалізація політики охорони навколишнього середовища

Таблиця 2.2

Функції державного регулювання підприємництва

№ п.п	Функція і її зміст
1	Формування суб'єктів сучасного підприємництва і, насамперед, цивілізованих підприємців – людей, здатних до інноваційної, ризикової діяльності у всіх сферах економіки і таких, які реалізують ці можливості у кожній галузі, комплексі народного господарства, регіоні країни, підприємницькій структурі
2	Формування конкурентного середовища, що сприяє розвитку справжнього економічного суперництва, при якому конкурентні переваги забезпечуються за рахунок безперервного відновлення технології і техніки на базі вищих досягнень науки і техніки, впровадження інноваційного менеджменту і маркетингу, повної реалізації інноваційних і ризикових здібностей підприємців
3	Створення умов для стійкого розвитку пропозиції товарів і послуг високої якості, вироблених на інноваційній основі за допомогою стимулювання, цілеспрямованої орієнтації, підтримки підприємницьких структур у сфері виробництва
4	Стимулювання і безпосереднє формування попиту на інноваційну продукцію
5	Формування організаційної і ринкової інфраструктури підприємництва
6	Забезпечення соціальної орієнтації процесу формування і розвитку підприємництва

У США діє спеціальне, детально пророблене комплексне законодавство стосовно малого бізнесу. Державна політика США визначена як всебічна допомога малому бізнесу, справедлива конкуренція, розвиток приватної ініціативи для прояву всіх потенційних можливостей особистості, що є основою економічного розвитку й національної безпеки країни.

Політику підтримки малих підприємств проводить могутнє федеральне міністерство – Адміністрація з питань розвитку малого бізнесу (Small Business Administration, АМБ), яку було створено ще 1953 р.

До цього часу АМБ є однією з найбільш великих у світі урядових організацій, що спеціалізуються на підтримці й розвитку малого бізнесу. Адміністрація має 108 представництв у всіх регіонах і найбільших містах країни із загальним штатом понад 4,2 тис. співробітників. Державна підтримка малого бізнесу здійснюється безпосередньо структурними підрозділами АМБ або уповноваженими

компаніями, партнерськими організаціями і фірмами, а також консультаційними пунктами, бізнес-центрами і т. ін.

Цілями і завданнями АМБ як провідника федеральної економічної та індустріальної політики в цьому секторі економіки є:

- фінансовий, організаційний і нормативно-правовий захист інтересів малого бізнесу;

- забезпечення здорового конкурентного середовища, при якому малий бізнес завжди зміг би посідати гідне місце на ринку урядових контрактів на закупівлю товарів і послуг (у тому числі НДДКР);

- забезпечення рівноправного доступу до національних ресурсів і об'єктів урядової власності при їх продажу;

- допомога малому бізнесу у відновленні після стихійних лих, техногенних катастроф і терактів.

АМБ взаємодіє майже з усіма федеральними відомствами й органами влади штатів, а також неурядовими організаціями: університетами, промисловими компаніями, асоціаціями, банками, інвестиційними компаніями і т. д.

АМБ реалізує близько 50 програм з охопленням мільйонів малих підприємств. Кожна програма має апарат управління, конкретні цілі, сферу дії, клієнтів, умови участі. Наприклад, у рамках тільки однієї з програм діють 63 центри розвитку малого бізнесу, що ведуть роботу через 1 100 сервісних пунктів, наближених безпосередньо до малого бізнесу. Кожен центр має директора, штат співробітників високої кваліфікації.

Власні програми допомоги малому бізнесу реалізують також Міністерства торгівлі, сільського господарства й інші відомства.

Різні механізми використання своїх ресурсів (переважно у вигляді гарантій приватним інвесторам) дають можливість АМБ контролювати десятки мільярдів доларів США. До цих сум входять ресурси приватних інвесторів, інших федеральних відомств, штатів, університетів, змішаних фондів тощо. Загальний портфель контрольованих АМБ ресурсів, не віднесених до конкретного року, оцінюється в 53 млрд дол. Тільки за програмами кредитування малого бізнесу АМБ реалізує в останні роки близько 10 млрд дол. США у рік. Ці цифри свідчать насамперед про те, що діяльність АМБ привела до консолідації величезних коштів, призначених для сприяння розвитку малого бізнесу в США.

У США підтримка малого бізнесу відбувається головним чином через дотації, прями гарантовані позики. Крім того, на рівні штатів

реалізуються програми підтримки малого бізнесу через залучення недержавних коштів. У США діють понад 20 спеціалізованих кредитних програм для малого бізнесу. Фонд урядових грантів Government Grants щорічно видає малим підприємствам пільгові або безоплатні позички загальним обсягом близько 30 млрд дол. США. Довгострокові кредити в рамках програми підприємства одержують на термін до 20 років, у деяких випадках – із продовженням його ще на 10 років. Держава гарантує погашення до 90 % позик малих підприємств приватним інвесторам.

Особлива увага приділяється венчурному кредитуванню інноваційних малих підприємств. З 1958 р. АМБ реалізує Програму інвестиційних компаній, що діють у сфері малого бізнесу (SBI). Зараз 65 % венчурного фінансування в США здійснюється через компанії SBI у сумі понад 113 млн дол. від приватних інвесторів під гарантії АМБ.

Значну увагу слід приділити Урядовій програмі партнерства великих і малих підприємств типу «ментор – протеже» (Governmentwide Mentor – Protege Program Act of 2001, MPP). У загальному вигляді мета цієї унікальної програми – організація надання всілякої допомоги великими компаніями (ментори) малим підприємствам (протеже) для розширення його участі у виконанні федеральних контрактів, а також сприяння закріпленню на тривалий період партнерських зв'язків, що при цьому формуються.

Основний інтерес участі в програмі MPP великих компаній, що, як правило, і одержують основні контракти, полягає в тому, що, допомагаючи становленню малого бізнесу, вони залучають потрібних і надійних партнерів, яким можна буде передати частину робіт за субконтрактами. Наявність системи таких підрядних організацій стає для великих компаній додатковим аргументом у боротьбі за одержання бажаних федеральних контрактів.

Усі програми державної підтримки малого бізнесу в США призначаються для надання допомоги підприємцям у фінансуванні, необхідному для зростання й розширення бізнесу. Умови цих програм розрізняються в досить широких межах і можуть змінюватися.

Результати дослідження досвіду підтримки США переконливо показують, що розвиток малого бізнесу можливий лише за наявності політичної волі держави сформувавши необхідні для цього соціальні, економічні, правові, політичні й інші умови. Вирішення цього завдання неможливе без створення на державному, регіональному й місцевому

рівнях спеціалізованої, цілісної інфраструктури підтримки й розвитку малого бізнесу та виділення відповідних цьому завданню фінансових, організаційних та інших ресурсів.

2.2. Механізм державної підтримки розвитку малого бізнесу в Україні та його фінансове забезпечення

Механізм державної підтримки розвитку малого бізнесу України складається з основних напрямків та інструментів підтримки, які необхідно дослідити.

Законодавство є правовою базою впровадження державної політики підтримки малого бізнесу. Прийняття 1991 р. Закону України «Про підприємництво» та утворення Державного комітету України зі сприяння розвитку малих підприємств дали початок формуванню державної політики підтримки малого бізнесу в країні.

У Законі України «Про підприємництво» визначено загальні правові, економічні та соціальні засади, умови здійснення підприємницької діяльності, а також правові основи державного регулювання та підтримки підприємництва, відносин суб'єктів малого бізнесу і держави. З метою реалізації державної політики сприяння розвитку підприємництва, у тому числі малого бізнесу, в березні 1993 р. Кабінетом Міністрів України було схвалено першу програму державної підтримки підприємництва в Україні.

Новий етап розвитку державної політики підтримки малого бізнесу почався із закріплення Кабінетом Міністрів України свободи підприємництва в Конституції України. Одним з механізмів підтримки малого бізнесу стала державна програма розвитку малого підприємництва в Україні на 1997–1998 рр., метою якої є забезпечення сталого розвитку малого бізнесу як невід'ємної складової ринкової економіки та головного чинника створення нових робочих місць.

1998 р. із заснуванням Державного комітету з питань підприємництва (Держпідприємництво, зараз Державний комітет з питань регуляторної політики і підприємництва) почався наступний етап державної підтримки розвитку цього сектора. Важливим кроком у цьому напрямі стало підписання Президентом України Указу «Про усунення обмежень, що стримують розвиток підприємницької діяльності». Зазначений Указ заклав основи єдиної регуляторної

політики у сфері підприємництва. Заснування Держпідприємництва забезпечило інституціалізацію наведених політичних орієнтирів.

Із прийняттям Закону України «Про державну підтримку малого підприємництва» розпочався новий етап розвитку малого бізнесу в Україні, що характеризується підтримкою і сприянням розвитку його самоврядності. У Законі України «Про державну підтримку малого підприємництва» визначено насамперед макроекономічні завдання цієї політики. Так, метою державної підтримки малого бізнесу є:

- створення умов для позитивних структурних змін в економіці України;

- сприяння формуванню й розвитку малого бізнесу, його становленню як провідної сили в подоланні негативних процесів в економіці та забезпечення сталого позитивного розвитку суспільства;

- підтримка вітчизняних виробників;

- формування умов для забезпечення зайнятості населення України, запобігання безробіттю, створення нових робочих місць.

Виходячи з цього, в законі встановлено такі напрями державної підтримки малого бізнесу в Україні:

- 1) формування інфраструктури підтримки й розвитку малого бізнесу, організація державної підготовки, перепідготовки й підвищення кваліфікації кадрів для суб'єктів малого бізнесу;

- 2) встановлення системи пільг для суб'єктів малого бізнесу;

- 3) упровадження спрощеної системи оподаткування, бухгалтерського обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва;

- 4) фінансово-кредитна підтримка малого бізнесу;

- 5) залучення суб'єктів малого бізнесу до виконання науково-технічних і соціально-економічних програм, здійснення поставки продукції (робіт, послуг) для державних та обласних потреб.

У розробленій на підставі зазначеного закону національній програмі сприяння розвитку малого бізнесу в Україні встановлено більш конкретні завдання.

Очікуваними результатами реалізації програми є прискорення розвитку малого бізнесу, використання його потенційних можливостей, перетворення його на дієвий механізм вирішення економічних і соціальних проблем, сприяння структурній перебудові економіки, стійка тенденція збільшення кількості малих підприємств, зменшення рівня "тіньового" обороту у сфері малого бізнесу, збільшення його внеску в економіку України, зміцнення економічної

бази областей країни, позитивний вплив на вирішення проблем безробіття, насичення вітчизняного ринку товарами та послугами.

Згідно із зазначеними у програмі пріоритетними напрямками підтримки малого бізнесу на рівні областей розробляють програми державної підтримки розвитку малого бізнесу, що визначають проблеми малого бізнесу та заходи, спрямовані на їх вирішення. Однак такі програми найчастіше не затверджуються на сесіях обласних рад, отже, не мають юридичної сили або приймаються із запізненням, а ті, що прийнято, практично не одержують фінансування або отримують його не в повному обсязі й несистематично. Деякі області розробляють регіональні стратегії розвитку малого та середнього бізнесу, що також потребують погодженості й систематизації заходів і фінансування.

Ефективність вживання заходів програм державної підтримки розвитку малого бізнесу областей прямо залежить від стабільності їх фінансування. Наприклад, Держпідприємництвом України на 2003 р. було передбачено фінансування заходів національної програми у розмірі 52 млн грн. Однак у проекті Державного бюджету на 2003 р. на фінансування заходів національної програми Кабінет Міністрів України передбачив виділення лише 2,0 млн грн, що становило 3,5 % від раніше запланованих обсягів.

У цілому видно, що механізм державних програм підтримки розвитку малого бізнесу себе не виправдав. Малий бізнес в Україні існує і розвивається сам по собі, програми підтримки й розвитку малого бізнесу реального впливу на його становище не роблять.

Найвпливовішим засобом державної підтримки малого бізнесу сьогодні є надання їм пільг у сфері оподаткування. Більшу частку нормативних актів, що були прийняті останнім часом в Україні, присвячено саме цій сфері державного регулювання. З 1 січня 1999 р. Указом Президента України «Про спрощену систему оподаткування обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва» для суб'єктів малого бізнесу було запроваджено сплату єдиного податку. Зазначений єдиний податок запроваджувався замість 16 видів податків і зборів, установлених податковою системою України. Передбачалося також спрощення бухгалтерського, податкового обліку та звітності. На практиці виявилось, що існуюча спрощена система оподаткування не враховує багатьох нюансів.

Розглядаючи впровадження механізму спрощеної системи оподаткування, не можна не звернути уваги на ті негативні наслідки, до яких вона призвела.

По-перше, спрощений порядок оподаткування сприяє розвитку підприємств сфери послуг, громадського харчування й торгівлі. Водночас від недосконалості механізму нарахування єдиного податку потерпають малі промислові та інноваційні підприємства.

По-друге, застосування підприємствами схем ухилення від оподаткування, коли юридичні особи вступають у трудові відносини з приватними підприємцями–платниками єдиного податку, які не є платниками податку на додану вартість. Звісно, що через це негативне явище відбуваються досить значні втрати бюджетних надходжень і, відповідно, тих сфер, що фінансуються з Державного бюджету.

По-третє, деякі підприємства реєструють своїх штатних працівників як суб'єктів підприємницької діяльності, які є платниками єдиного податку, при цьому відбувається мінімізація сплати податкових зобов'язань, оскільки сплачується лише єдиний податок.

Отже, спрощена система оподаткування в такому вигляді потребує не лише створення міцної законодавчої бази, а й врегулювання існуючих недоліків. Поряд з результативним впливом спрощеної системи оподаткування на формування дохідної частини бюджету, на розвиток підприємництва, тенденції збільшення суб'єктів малого бізнесу, податкових надходжень виявляється ціла низка фактів, які мають і негативні впливи.

Законодавчо визначено, що фінансове забезпечення реалізації державної підтримки малого бізнесу здійснюють відповідно до своєї компетенції державні установи підтримки малого бізнесу – Державний, обласні та місцеві фонди підтримки підприємництва (ФПП). З метою сприяння реалізації цієї політики та створенню відповідних умов для розвитку малого бізнесу було організовано Український фонд підтримки підприємництва (УФПП). УФПП – це структура, яка повинна здійснювати за державні кошти пільгову фінансову підтримку підприємництва згідно із затвердженими Урядом програмами.

Незважаючи на те, що запровадження УФПП програми кредитування для суб'єктів малого бізнесу є одним з найактуальніших завдань національної програми, загальний рейтинг виконання заходів цієї програми становив лише 38,75 %.

На думку експертів, це пояснюється такими основними факторами:

- відсутність концепції загальнодержавної програми кредитування суб'єктів малого бізнесу, метою якої є охоплення всього підприємницького загалу й підтримка пріоритетних напрямків розвитку малого бізнесу в Україні;

- відсутність кредитно-гарантійних інституцій, які б давали можливість зменшувати вартість кредитів для суб'єктів малого бізнесу, що є користувачами зазначеної програми;

- низька ефективність використання бюджетних коштів з точки зору ефекту для розвитку малого бізнесу. Так, з 8 040 тис. грн бюджетних коштів (що становить близько 20 % від фінансування всієї національної програми на 2003 р.) були профінансовані лише 11 бізнес-проектів;

- невизначеність статусу коштів, які мають бути повернуті УФПП після закінчення терміну користування кредитними ресурсами.

Незважаючи на постійно декларований пріоритет вживання заходів фінансово-кредитної та інвестиційної політики малого бізнесу, їх потреба в дешевих кредитних ресурсах досі залишається незадоволеною.

За роки провадження державної підтримки малого бізнесу були відкриті лінії мікрокредитування суб'єктів малого бізнесу. Проте отримання кредитів за цими лініями часто перетворювалося для суб'єктів малого бізнесу у важку та тривалу процедуру із бюрократичними перепонами у зв'язку з відсутністю надійної кредитної історії та матеріальної застави для забезпечення повернення отриманих коштів, невмінням малого бізнесу розробити необхідну документацію, в тому числі техніко-економічне обґрунтування проекту, бізнес-план тощо. Кредитні ставки вітчизняних банків непомірно високі, а вимоги щодо частини ліквідного заставного майна занадто суворі. Зараз існує нагальна потреба в розвитку фінансових ринків та інструментів, що є можливим із зростанням національної економіки загалом.

Результати дослідження тенденцій розвитку показали, що одним з перспективних різновидів сучасного кредитування малого бізнесу є мікро- та експрес-кредитування (короткострокові кредити).

У рамках виконання програм протягом 2007 р. суб'єкти малого бізнесу отримали від мережі фінансово-кредитних установ кредити на

загальну суму 16,3 млрд грн (2006 р. – 15,3 млрд грн), 11,5 млн дол. США (2006 р. – 23,6 млн дол. США) і 2,4 млн євро (2006 р. – 2,6 млн євро). Крім того, для ведення господарської діяльності суб'єкти малого бізнесу отримали вільні приміщення загальною площею 4,65 млн м², з них в оренду – 3,27 млн м²; у власність – 1,38 млн м².

Практично не вдалося налагодити роботу кредитно-гарантійної установи, створеної Указом Президента України від 20 вересня 1999 року. Хоча фінансування заходів підтримки малого бізнесу і має здійснюватися за рахунок бюджетних коштів, воно часто затримується або просто не виконується з огляду на проблеми наповнення бюджету. Так, у бюджеті на 2007 р. було передбачено витрати на заходи з реалізації національної програми сприяння розвитку малого підприємництва в Україні 2007 року у розмірі 1,8 млн грн, на часткове відшкодування відсоткових ставок за кредитами, що надаються суб'єктам малого та середнього бізнесу на реалізацію проектів, – у сумі 27 млн грн.

Друге джерело – місцеві бюджети, яким Законом України «Про державну підтримку малого підприємництва» продиктовано здійснювати фінансування заходів програм, – особливим фінансовим забезпеченням не відзначається.

Про це свідчать такі висновки, що випливають із звіту про виконання програм державної підтримки розвитку малого бізнесу на 2007–2008 рр. Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва:

- у третині областей України програми державної підтримки розвитку малого бізнесу було затверджено несвоєчасно, що скоротило час на реалізацію їхніх заходів;

- фінансування програм підтримки відбувалося за рахунок місцевих бюджетів, кількість областей, що фінансувалися з місцевих бюджетів, зросла (з 15 областей 2001 р. до 27 областей 2007 р.);

- обсяги фактичного фінансування поступово зростали (3,51 млн грн – 2001 р., 8,1 млн грн – 2002 р., 28,44 млн грн – 2003 р., 45,25 млн грн – 2004 р., 53,96 млн грн – 2005 р., 57,61 млн грн – 2006 р.), проте 2007 р. бюджетне фінансування заходів програм порівняно з 2006 р. було зменшено на 10 млн грн і становило 47,64 млн грн, суми фінансування стали досить незначними (так, відносно кількості малих підприємств областей суми фінансування

коливалися від 655,21 грн у м. Києві до 14,76 грн у Закарпатській області і 3,54 грн у Київській області);

- спостерігалось нестабільне й нерівномірне фінансування програм;

- з 15 областей виявлено 61 регуляторний акт, прийнятий органами виконавчої влади без погодження з представництвами Державного комітету з питань регуляторної політики та підприємництва;

- кількість реально працюючих мереж дозвільних центрів становила 20 % від указаних у звітах місцевих органів влади;

- кількість областей, що проводили часткове відшкодування з місцевих бюджетів відсоткових ставок за кредитами малого бізнесу, зросла з 9 до 16. Найбільше компенсацій отримали підприємства м. Києва – 35,59 млн грн, АР Крим – 1,2 млн грн, Вінницької області – 700 тис грн, що порівняно із загальними сумами виданих кредитів (16,3 млрд грн, 11,5 млн дол США та 2,4 млн євро) були досить незначними;

- нерозвиненість мережі небанківського кредитування (так, сума кредитів, наданих суб'єктам малого бізнесу кредитними спілками, становила лише 1,1 % від загальних обсягів кредитування малого бізнесу);

- лише чотири області в рамках програм підтримали 12 інноваційних проектів на суму 870,3 млн грн, частка інноваційних проектів у загальній кількості бізнес-проектів становила 0,2 %;

- частка установ інфраструктури підтримки малого бізнесу, створених за участі місцевих органів влади, становила лише 4,6 % від загальної їх кількості й ін.

Перспективні, але поки що малоосвоєні інструменти фінансування малого бізнесу – це лізинг і венчурне фінансування. Розвиток лізингу є особливо актуальним для України з огляду на те, що національна економіка характеризується високим ступенем зносу основних засобів та ускладненим доступом до джерел фінансування малих підприємств. Проблеми розвитку венчурного сектора особливо актуальні, тому що головними сферами використання венчурного капіталу є високі та нові технології, які сприяють зростанню зайнятості населення та рівня життя.

Стосовно доступу малих підприємств до держзамовлення, то у законодавстві України немає конкретних заходів щодо розміщення державних замовлень на малих підприємствах. Натомість програми

державної підтримки розвитку малого бізнесу областей передбачають заходи щодо розміщення державних замовлень серед суб'єктів підприємницької діяльності, яке здійснюється на тендерній основі.

За зведеними звітними даними, у рамках виконання програм на кінець 2007 р. 18 областей освоїли майже 18 тис. державних та обласних замовлень на загальну суму 5,7 млрд грн (2006 р. – 13 тис. замовлень на суму 2 млрд грн). На сьогодні це незначні показники. Через те, що в українському законодавстві не прописано механізм отримання малими підприємствами контрактів на державне замовлення, кожне підприємство намагається знайти доступ до держзамовлення власними силами. Однак адміністративні бар'єри, недостатня поінформованість, відсутність законодавчої бази, корупція заважають підприємцям брати участь у тендерах і конкурсах на рівні з великими фірмами.

Результати порівняння основних напрямків державної підтримки України та США свідчать про досить високий професійний рівень американської політичної еліти. Водночас в Україні в цілому відсутні чітка державна політика, системний підхід і відповідна інфраструктура, яка забезпечувала б підтримку й розвиток малого бізнесу. Тому цілком закономірним є те, що вітчизняному бізнесу скоріше призначено виживати не завдяки, а всупереч обставинам, що склалися.

З результатів дослідження видно, що в Україні механізм державної підтримки розвитку малого бізнесу знаходиться на початковій стадії формування та розвитку, існують системні проблеми в законодавстві, фінансовому забезпеченні напрямків підтримки, інфраструктурі.

3. ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА ВЗАЄМОДІЇ МАЛОГО ТА ВЕЛИКОГО БІЗНЕСУ ЯК НАПРЯМКУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ МАЛОГО БІЗНЕСУ

3.1. Теоретичні основи взаємодії малого та великого бізнесу

На сучасному етапі розвитку малий бізнес, галузева конституція якого не відповідає сучасним тенденціям світового господарства і пріоритетам української економіки, поки не виявив потенціал системного впливу на структурні зміни в економіці країни, не зміг

досягти рівня країн з розвинутою ринковою економікою за внеском у виробництво суспільних благ, зі створення робочих місць.

Гострота питання неефективності існуючої державної підтримки є безсумнівною у визначенні подальшої перспективи стійкого розвитку малого бізнесу. Існує ряд невирішених проблем у сфері взаємодії малого і великого підприємництва. Адже ця сфера має особливе значення для розвитку продуктивних сил України.

Малий бізнес суттєво відрізняється від великого таким:

1. Має обмежений доступ до фінансових і грошових ринків.
2. Не ставить за мету максимізувати курс акцій, показник капіталізації (сумарну курсову вартість акцій) і рівень дивідендів. Вартість малої справи не оцінюється публічно фінансовим ринком. Через це вартість малого підприємства важко визначити.
3. Має інші склад, рівень та ієрархію ризиків.
4. Має низький рівень ліквідності. Середній коефіцієнт поточної ліквідності малого бізнесу дорівнює двом, тобто спостерігається подвійне перевищення поточних пасивів над поточними активами (для великих підприємств – потрійне перевищення).

В умовах, що створилися, економічно доцільним є розроблення стратегії взаємодії малих підприємств із великими комерційними організаціями, органами державної влади і місцевого самоврядування, некомерційними організаціями.

Взаємодії об'єктів малого бізнесу слід розглядати як деякий процес, результат якого залежить як від дій суб'єктів цього процесу, так і від впливу умов зовнішнього середовища, державної політики. Цей процес може бути описаний і класифікований з використанням різних критеріїв залежно від цілей і задач дослідження.

У табл. 3.1 пропонується один з можливих способів класифікації процесу взаємодії суб'єктів малого бізнесу, що дозволяє охарактеризувати його структурні властивості: кількісний і якісний склад учасників, множинність і типи взаємозв'язків.

Відповідно до цієї класифікації розглядаються такі критерії:

1. Належність взаємодіючих об'єктів до певної сфери діяльності.

Так, можна розглядати взаємодії малих підприємств із виробничо-господарськими структурами (різними підприємствами), зі структурами управління й регулювання (податковими органами, органами місцевого самоврядування і т.д.), зі структурами фінансово-кредитної системи (банками, кредитними організаціями).

2. Масштабність і розміри об'єктів взаємодії малих підприємств.

Таблиця 3.1

Класифікація взаємодій малого підприємництва

Критерії класифікації	Варіанти взаємодій	Класифікаційний розподіл
Сфера функціонування об'єктів	Виробничо-господарська; управління; фінанси	Клас
Масштабність об'єктів	Великі підприємства; малі підприємства	Вид
Генезис і тіснота взаємозв'язків	Родинні структури; самостійні структури	Форма
Кількість учасників і взаємозв'язків	Прості двосторонні зв'язки двох партнерів; множинні зв'язки декількох учасників	Різновид
Стійкість взаємозв'язків	Економічний симбіоз; хитлива взаємодія	Тип

Малі підприємства можуть взаємодіяти або з великими підприємствами, або із собі подібними за величиною малими структурами.

3. Генезис взаємозв'язків і ступінь їх тісноти.

Малі підприємства можуть або створюватися на базі великої виробничої структури, або породжуватися іншим малим підприємством. У цьому випадку мова йде про генетично родинні об'єкти (наприклад, дочірні й материнські фірми).

4. Кількість учасників взаємодії і множинність взаємозв'язків між ними.

Мале підприємство може взаємодіяти з одною виробничою структурою за наявності простих двосторонніх зв'язків, а може знаходитися в складній системі взаємозв'язків з безліччю об'єктів різної величини.

5. Ступінь стійкості взаємодій.

При стійкій взаємодії малих підприємств з іншими виробничими структурами утворюється економічний симбіоз, при хитливій – спостерігається тенденція до їх трансформації (це призводить або до симбіозу, або до ліквідації взаємодії).

Отже, у рамках розглянутої класифікації дослідимо найбільш поширений в світі варіант взаємодії малих підприємств – малого та великого бізнесу.

Взаємодія великого і малого бізнесу дозволяє реалізувати економічний потенціал малих підприємств, підвищити ефективність їх фінансово-економічної і виробничо-господарської діяльності, поліпшуючи динаміку кількісних і якісних показників результатів праці. Такого роду взаємодії, з одного боку, стабілізують господарські й економічні зв'язки малих підприємств, дають можливість зайняти певну нішу ринку, забезпечують їх вихід на траєкторію стійкого розвитку.

З іншого боку, за набуття стабільності та стійкого становища малі фірми розплачуються своєю незалежністю.

Взаємодія малого і великого бізнесу створює сприятливі умови для нагромадження власних коштів підприємствами, що спрямовуються на розроблення проектів високої вартості або малих проектів, під час реалізації яких створюються дослідні зразки для просування їх на ринок.

Розглядаючи економічний зміст цього виду взаємодій, можна зазначити, що на базі великих підприємств реального сектора підприємницька діяльність найчастіше виникає у вигляді таких форм (рис. 3.1):

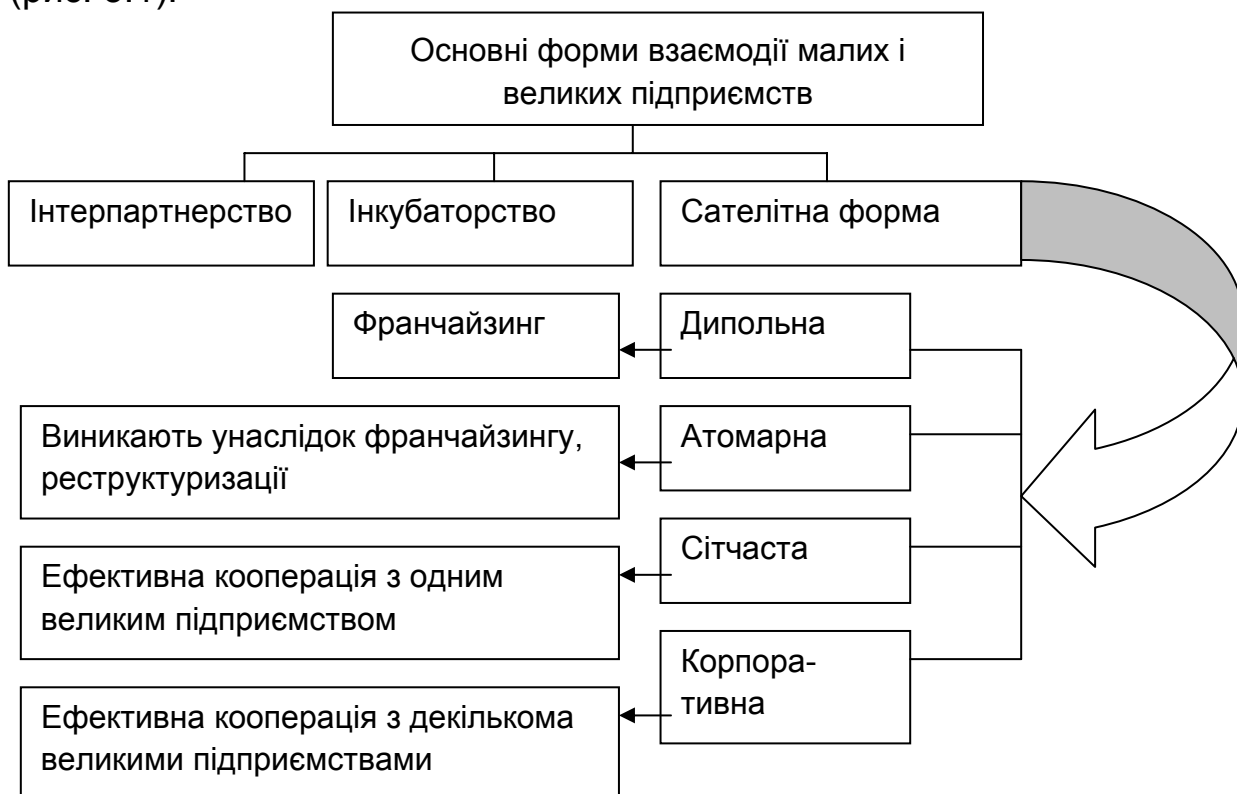


Рис. 3.1. Основні форми й різновиди взаємодії малих і великих підприємств

1) інтерпартнерство (створення невеликого, зазвичай тимчасового колективу для реалізації деякої мети або розроблення деякої ідеї, необхідної для підвищення технічного рівня великого підприємства);

2) інкубаторство ("вирощування" малої фірми, надання різної допомоги на етапах її становлення);

3) сателітна форма (організація малих фірм-сателітів – різних дочірніх фірм, що зберігають "родинні зв'язки" з "батьками", утворення малих фірм, юридично самостійних, але економічно тісно зв'язаних від корінної структури і т.д.).

Помітимо, що такі форми взаємодії малого і великого бізнесу, як інтерпартнерство і інкубаторство, в українських умовах поки не одержали належного розвитку. Сателітні форми виникають більш часто, особливо останнім часом, як результат реструктуризації підприємств, тобто шляхом виділення малої фірми з великого підприємства. Вони утворюються також із самостійних господарських об'єктів, при цьому зазвичай великий об'єкт є центром притягання малого.

Великі підприємства можуть і повинні створювати малі підприємства або брати участь у їх створенні. Можливістю доступу на існуючі ринки для малих інноваційних фірм є їх інтеграція в науково-технічній діяльності з великими підприємствами.

У світовій практиці використовують різні форми й механізми взаємодії великого та малого бізнесу. Це системи субпідряду, лізингу, франчайзингу, створення підприємницьких мереж, субконтрактингу та ін. Малі й великі підприємства є такими, що доповнюють один одного, про що свідчить практика найбільших корпорацій США, таких, як «Дюпон», «Ексон», «Форд», «Дженерал електрик», «Геркулес», «Зінгер», «Юнион Кар байд».

Сателітна форма взаємодії малих і великих структур реалізується переважно на основі субконтракції і спостерігається у дипольній, атомарній, сітчастій або корпоративній структурі.

Залежно від характеру взаємозв'язків між малими і великими фірмами можуть виникати такі новостворені структури:

а) дипольна – пара підприємств, серед яких домінує велике;

б) атомарна – безліч незалежних малих фірм, що тяжіють до великої структури як до "ядра";

в) сітчаста – мережа взаємозалежних малих підприємств, що обслуговують велике виробництво;

г) корпоративна – взаємодія декількох великих підприємств, яка здійснюється через сітчасту структуру малих фірм, і т.д.

У цьому разі якщо взаємодія малої і великої фірм базується на одержанні взаємної вигоди і має стійкий характер, то між підприємствами утвориться економічний симбіоз.

Прикладом дипольної структури є взаємодія двох підприємств (малого і великого) у системі франчайзингу, тобто на основі двостороннього контракту, відповідно до якого велика компанія видає ліцензію на виробництво або продаж товару під її маркою малій фірмі.

Франчайзинг поєднує в собі переваги великого виробництва (економія на управлінських витратах, рекламі, витратах на впровадження нових технологій і видів продукції, навчанні персоналу) і малого підприємництва (висока "проникаюча" здатність, можливість локальних контактів і знання місцевих умов). Оплачуючи ліцензію (франшизу) і "зв'язуючи" себе зобов'язаннями з дотримання встановлених стандартів якості, мале підприємство натомість одержує значну підтримку від "батьківської" фірми: у сфері маркетингу, підвищення кваліфікації кадрів і їх навчанні, досвіду менеджменту, технічного сприяння (у тому числі спільного використання частини устаткування), широкого доступу до сировини і т.д. Досить часто утворюється безліч дипольних структур, що мають єдине домінантне підприємство. У цьому випадку така група дипольних структур трансформується в атомарну структуру.

Атомарні структури найчастіше виникають у таких ситуаціях:

- у результаті розвитку франчайзингу (подібний різновид взаємодії одержав широке поширення на Заході: у США, наприклад, такі франшизні фірми становлять 80 % підприємств роздрібної торгівлі);

- як наслідок реструктуризації великої фірми, що має ряд непрофільних або збиткових виробництв; у цьому випадку цілі цехи або відділи стають точками "кристалізації", навколо яких створюються численні малі підприємства.

Особливо перспективним, за оцінкою фахівців, є механізм взаємодії малого і великого бізнесу через застосування кластерних технологій. У моделі кластерної організації найбільш повно враховано форми конкуренції, що змінюються, і головні джерела конкурентних переваг. Кластерний метод дає можливість реалізувати найбільш

важливі взаємозв'язки в технологіях, навичках, інформації, маркетингу і споживчих запитах, які характерні для цілого комплексу фірм і галузей. Ці взаємозв'язки дуже впливають на спрямованість і темпи інновацій, а також на конкурентоспроможність кінцевої продукції.

Можливості кластерного підходу демонструє, зокрема, зарубіжний досвід. Прикладом активного створення кластерів є фірма Nokia. Держава надала фірмі виняткові повноваження в створенні мобільних телефонів. Зробила ривок у кластеризації економіки Індія – у цій країні вже створено 2000 кластерів. Кластери незамінні при освоєнні світових ринків, оскільки саме мале підприємство найчастіше не може цього зробити.

Сітчаста структура являє собою один із способів кооперації малих фірм із метою забезпечення найбільш ефективного функціонування великого підприємства. Значною мірою зберігаючи свою самостійність, малі підприємства, що входять до мережі й взаємодіють один з одним, одержують можливість, по-перше, більш раціонально розподілити свої функції, спеціалізуватися на конкретних видах діяльності і, по-друге, підсилити свої позиції в умовах конкурентної боротьби і мінливої ринкової кон'юнктури. При цьому консолідація їхніх зусиль дає можливість більш ефективно вирішувати задачі, обумовлені спільною діяльністю з великим підприємством.

Корпоративна структура виникає в тому випадку, коли кооперація малих підприємств, що утворили сітчасту структуру, розширює сферу своєї діяльності й обслуговує вже не одне, а кілька великих підприємств (корпорацію). Як свідчить досвід, саме до таких мережних і корпоративних структур найбільший інтерес виявляє іноземний капітал. При цьому для малого бізнесу така іноземна участь – один з ефективних шляхів проникнення на світові ринки.

Економічний симбіоз підприємств являє собою союз малого і великого підприємств – партнерів з бізнесу, взаємовигідний для обох сторін, тобто це така стійка (довгострокова) економічна взаємодія, що дає позитивний ефект. У зв'язку з цим величина ефекту від спільної діяльності більше за суму економічних ефектів окремо діючих підприємств.

Ефективно розвивається партнерство між великими і малими підприємствами також у рамках бізнес-інкубування. Значна частина великих підприємств і виробничих об'єднань незалежно від форми власності зазнає труднощів, пов'язаних з неефективністю

виробництва й реалізації виробленої продукції. Є чимало причин такого стану: застарілі технології, відсутність платоспроможного попиту на вироблену продукцію, неефективність використання виробничих потужностей, надмірність і неефективне використання кадрового складу, відсутність у більшості працівників навичок роботи в умовах ринкової економіки тощо.

Отже, взаємодія малих і великих підприємств дає можливість ефективно поєднати підприємницьку чутливість і динамічну реакцію малих підприємств із менеджментом, комерційними й технічними навичками великих підприємств. Це в результаті створює такі можливості, які за інших умов були б втраченими і нереальними.

3.2. Субконтрактинг як напрямок підтримки розвитку малого бізнесу та забезпечення його фінансової стійкості

Плануючи розвиток малого бізнесу, не можна не враховувати загальносвітові тенденції. А такі методики і технології, як кластеризація, субконтрактні моделі виробництва, тобто те, що довело свою ефективність у світовій практиці, – необхідні. Стратегічним напрямком співробітництва великих і малих підприємств є виробнича кооперація між ними.

Субконтракція (субконтрактинг) – це вид виробничої кооперації, спосіб організації виробництва, при якому здійснюється розподіл праці між контрактором (замовником) – підприємством з мінімально необхідними власними виробничими потужностями (найбільш прибуткові виробничі процеси, що критично впливають на якість продукції) і субконтракторами (постачальниками, субпідрядниками) – спеціалізованими підприємствами, що виготовляють комплектуючі деталі, виконують роботи, послуги.

Упровадження механізму субконтракції дає можливість головному підприємству (контрактору) позбавитися деяких витрат і сконцентрувати зусилля на важливих завданнях: технологічному переоснащенні, оновленні модельного ряду продукції, що випускається. Субконтрактори (як правило, малі й середні підприємства), виконуючи роботи із субконтракту, досягають високого рівня завантаження устаткування і високої продуктивності, оптимізують процес виробництва і підвищують конкурентоспроможність як на рівні підприємства, так і на рівні регіону.

Механізм субконтракції застосовують малі й середні підприємства для організації власного виробництва. При цьому малий бізнес самостійно виробляє лише вузли, що мають ключові ноу-хау, здійснює фінішне збирання. Всі останні вузли і деталі виробляються на крупних підприємствах за субконтрактом. Це дозволяє малим підприємствам виготовляти якісну продукцію і не витратити ресурси на придбання устаткування, оренду виробничих площ.

У міжнародній практиці застосовуються різні визначення процесу субконтрактних відносин ("Subcontracting", схожий японський термін "shitauke").

Далі наведено найбільш адаптований до сучасного розуміння в Україні термін, поданий RIOST (Європейською асоціацією організацій, що спеціалізується на розвитку субконтракції): субконтракція – вид угоди, закріпленої договором, за якою одне підприємство (контрактор) доручає іншому (субконтрактору) здійснити виготовлення деякої продукції (комплектуючих деталей, матеріалів) відповідно до наданих креслень і вимог.

У субконтрактних відносинах кінцевий "споживач" товарів або послуг є третьою стороною, що знаходиться поза рамками договірних відносин між контрактором і субконтрактором.

Контрактор – головне підприємство з мінімально необхідними власними виробничими потужностями. Виробничий процес підприємства–контрактора передбачає передачу юридично самостійним організаціям частини робіт, які виконуються для реалізації третім особам і використання виробничого потенціалу субконтракторів, що поставляють комплектуючі, виконують за замовленням роботи, деякі види спеціалізованих НДДКР.

Субконтрактор – підприємство, що поставляє за замовленням контрактора необхідні комплектуючі, виконує роботи і так далі, тобто самостійна юридична особа, яка виконує відповідно до розпоряджень контрактора і під його контролем частину роботи, призначеної для реалізації третім особам (споживачам).

Раніше субконтрактинг розглядався як один із способів скорочення виробничих витрат: звернення до замовників іноді є більш вигідним, ніж збереження внутрішнього виробництва. Сьогодні під час ухвалення рішення про звернення до підрядчиків керівництво враховує і фактори стратегічного розвитку виробництва.

Причинами популярності субконтракції є:

1. Виробнича гнучкість. Підприємство звільняється від витрат, пов'язаних з управлінням основними фондами і трудовими

ресурсами. Замовник може швидко знайти іншого партнера, якщо робота підрядчика перестає відповідати його вимогам.

2. Використання компетенції підрядчика. Спеціалізація дає можливість збільшити продуктивність і поліпшити якість продукції.

3. Економія капітальних витрат. Формується ланцюжок кооперованих постачань, яким можна керувати.

4. Завоювання нових ринкових ніш. Кошти, що вивільнилися за рахунок скорочення внутрішніх інвестицій, можуть бути спрямовані на вивчення ринку і просування нового товару.

5. Тимчасова недостача виробничих потужностей на великій фірмі при перевантаженому портфелі її замовлень.

6. Наявність так званих маргінальних партій виробів (або обсяг замовлення недостатньо великий для великої фірми, або необхідне виробництво суцільно спеціалізованих видів виробів).

7. Потреба в проникненні на ринок з малими партіями товару без витрат на створення збутових систем.

8. Забезпечення адаптивності до "пікових" ситуацій на ринку і т.д.

На будь-якому етапі життєвого циклу товару субконтрактингові відносини мають свої переваги.

Основні переваги субконтрактингу для контрактора та субконтрактора наведено в табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Основні переваги субконтрактингу

Для контрактора	Для субконтрактора
Можливість скорочення собівартості кінцевого продукту за рахунок порівняно низької собівартості комплектуючих і послуг, які одержуються від малих і середніх підприємств	Збільшення рівня завантаження власних виробничих потужностей
Можливість скорочення розміру капіталовкладень у засоби виробництва з низьким ступенем завантаження	Гарантія зайнятості персоналу
Оптимізація використання ресурсів	Вирішення проблеми збуту, значне скорочення пов'язаних з реалізацією витрат, що дає можливість підприємству продавати послуги за більш низькою ціною
Можливість оптимізації (скорочення) власних товарно-матеріальних запасів	
Побудова більш дієвої і ефективної організаційної структури	Можливість отримання технічної допомоги з боку контрактора
Збільшення обсягу оборотних коштів	
Концентрація на розробленні й розвитку нових продуктів, технологій, розробленні нових каналів збуту і т.д.	

Такі недоліки субконтрактингу, як можливе зниження якості продукції, ризики появи нових конкурентів і втрати незалежності, можуть бути усунуті при правильному плануванні коопераційних зв'язків.

Розрізняють дві основні моделі субконтрактингу:

– японська, що має вертикальну структуру, де один замовник може мати розгалужену мережу субпідрядників, які, у свою чергу, надають замовлення іншим організаціям;

– американська, що являє собою горизонтальну структуру, де є один великий замовник і мережа малих підприємств, що виконують кінцеві виробничі операції.

У Європі, де розвиток партнерства досяг високого рівня, застосовується змішана модель промислового субконтрактингу – сполучення вертикальних і горизонтальних структур. Так, у Франції в рамках субконтрактингу підприємства здійснюють 1/5 загального обсягу виробництва.

За минулі 10 років обсяг субконтрактних постачань у кількісному вираженні в країнах ЄС збільшився на 40 %. При цьому обсяг виробництва зростає зовсім не з такою швидкістю.

У Російській Федерації механізм субконтракції часто застосовують малі й середні підприємства для організації власного виробництва.

Російська практика показує, що розміщення замовлень у регіонах дає можливість заощаджувати гроші великого підприємства. Сьогодні національна система субконтракції Росії поєднує понад 30 регіональних і місцевих центрів субконтракції і взаємодіє майже з 7 тисячами промислових підприємств у Росії і за рубежом. Завдяки інформаційній системі субконтракції більш 50 тисяч потенційних партнерів одержують необхідні дані про наявні ділові пропозиції, конкурси, різні послуги для підприємців. Підприємствам необхідні нові зв'язки, конкурентне середовище. Важливий елемент цієї діяльності – біржа субконтрактів, де переговори ведуться прямо, без посередників.

В Україні цей процес не отримав широкої популярності серед керівників промислових підприємств через слабкі інфраструктуру, самоорганізацію і взаємну недовіру.

Пошук оптимальних умов діяльності ведеться на всіх етапах розвитку підприємства. Тому питання про субконтрактингові відносини виникає не тільки на стадії створення або реорганізації підприємства, але й у поточній роботі.

Значні ресурси для розвитку української економіки є в сфері взаємодії малого і великого бізнесу. Великі підприємства мають могутні основні фонди, більш сучасне обладнання, значні виробничі площі й у ряді випадків можуть бути замовниками для малих підприємств у сферах виробництва, торгівлі й послуг. Однак сьогодні в Україні взаємодія малого і великого бізнесу перебуває в стані зародження, розвивається суперечливо, стихійно і не дає можливості повною мірою використати взаємний потенціал для спільного розвитку.

Заходами для виправлення існуючого незадовільного становища в сфері взаємодії малого і великого бізнесу України можуть бути такі:

1. Розширення заходів програм і способів державної підтримки малого бізнесу, особливо промислово орієнтованого:

- передача малого бізнесу регіональній і місцевій владам;
- упровадження технології цільового програмування під час розроблення програм державної підтримки розвитку малого бізнесу;
- обмеження загального податкового навантаження на малий бізнес.

2. Акцентування на необхідності підтримки малого бізнесу з боку великих підприємств, що відповідає і його власним інтересам:

- використання великими підприємствами технології "бізнес-інкубування";
- допомога з боку великого фінансового капіталу, реалізація програм субсидування процентних ставок за банківськими кредитами малим підприємствам.

3. Розроблення нової концепції промислової політики України.

4. Створення загальної бази потужностей, що простоюють, устаткування і механізмів перерозподілу їх на користь малого бізнесу (у тому числі й за допомогою системи лізингу).

5. Створення бази "недобудови, що простоює," і механізмів їх реалізації малому бізнесу.

6. Створення бірж, що займаються акумулюванням інформації про можливості кооперації малих і великих підприємств.

7. Створення системи відстеження потреб великих підприємств у послугах малого бізнесу (у тому числі й фірм, що надають інфраструктурні послуги великому бізнесу) і у разі відсутності необхідних суб'єктів малого бізнесу – формування їх на основі грантів (поворотних кредитів, істотну частину яких надасть велике підприємство).

8. Залучення великих підприємств (на фінансовій основі) до створення технопарків і венчурних компаній.

9. Доступ малих підприємств до фінансових ресурсів на зворотній основі.

10. Розроблення та впровадження законодавчої бази з регламентування промислової кооперації.

11. Переосмислення ролі й міста малого бізнесу в економічному зростанні країни.

3.3. Методика обґрунтування коопераційної взаємодії малого бізнесу на основі методів фінансового аналізу

Загальновідомі методи фінансового аналізу діяльності підприємства є універсальними. Це означає, що вони можуть бути використані для вирішення досить широкого кола завдань, що виникають під час функціонування підприємств. Розглянемо специфіку використання методу операційного й фінансового важелів для вирішення завдань кооперації малих промислових підприємств. Виявлена специфіка є основою для формування методики обґрунтування їх коопераційних відносин із застосуванням указаних методів. Схему етапів цієї методики зображено на рис. 3.2.

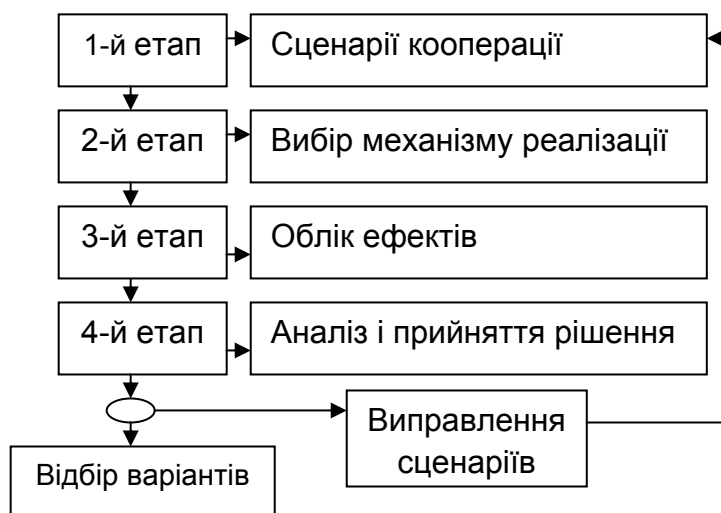


Рис. 3.2. Схеми етапів методики обґрунтування коопераційних взаємовідносин

Початковим етапом обґрунтування коопераційної взаємодії підприємств є розроблення сценаріїв, які характеризують можливі варіанти формування коопераційних взаємодій у ситуації, що склалася. Вони містять перелік об'єктів кооперації (малих, середніх, великих підприємств), їхній опис.

Другим етапом є вибір механізму реалізації коопераційної взаємодії, що є найбільш адекватним поставленим цілям і завданням кооперації. В рамках вибраного механізму визначаються витрати й доходи, що формуються під час кооперації.

Третім етапом є облік ефектів кооперації (доходів і витрат) в співвідношеннях відповідно до методики розрахунку операційного й фінансового важелів.

Четвертий етап полягає в аналізі отриманих результатів і ухваленні рішення або про коректування початкових сценаріїв кооперації (розроблення нових варіантів), або про прийнятність деяких з них для здійснення на практиці.

Найбільш важкими етапами є перший (формування варіантів взаємодії малих підприємств, що передбачає знання специфіки їхнього виробництва) і третій (що потребує аналітичного підходу до обліку ефектів кооперації).

За змістом сценарії кооперації можна умовно поділити на такі:

1. Сценарії, що передбачають раціональне використання між підприємствами вже наявного у них потенціалу ресурсів без їх кількісної зміни (наприклад, більш раціонального використання парку устаткування, використання суборенди і т. д.). Ці сценарії, як правило, несуть порівняно невеликі витрати на їх реалізацію z_i і ініціюють додаткові прибутки w_i , пов'язані як зі збільшенням випуску продукції, так і зі збільшення рентних платежів.

2. Сценарії, що передбачають раціональне використання ресурсів зі зменшенням їхнього обсягу, – для позбавлення від баласту (продаж непотрібної техніки). Ці сценарії характеризуються як додатковими прибутками w_i , що мають одноразовий характер і зумовлені реалізацією виробничих ресурсів, так і зменшенням витрат z_i , зумовлених зниженням амортизації, зменшенням витрат на експлуатацію, ремонт і обслуговування техніки, зниженням орендної плати за рахунок вивільнення площ і т.д. Як правило, це приводить до зниження постійних витрат на відповідному підприємстві.

3. Сценарії, що передбачають спільні стратегії зі збільшення потенціалу наявних ресурсів (спільне придбання дорогої і рідко-

вживаної техніки, отримання великих кредитів і т. д.). Ці сценарії характеризуються як зростанням витрат z_i , так і зростанням ефектів на підприємствах w_i , що беруть участь у кооперації. Ці витрати й результати мають бути зіставлені для оцінювання їхньої ефективності. Вони зумовлюють як зростання постійних витрат, так і зміну ефективності використання ресурсів за рахунок упроваджуваних заходів.

Облік ефектів кооперації здійснюється на третьому етапі на основі методів фінансового аналізу.

Уведемо такі позначення:

x – обсяг виробництва продукції в натуральному вираженні;

x^0 – точка беззбитковості;

p – ціна продукції;

v – обсяг продажів;

C – загальні (сумарні) витрати;

k – змінні витрати на одиницю випуску;

b – постійні витрати;

m – питомий прибуток;

y – виручка;

λ – частка збільшення обсягів реалізації продукції;

S – сума прибутку й постійних витрат, яку у фінансовому аналізі називають валовою маржею.

Зміну величини постійних витрат (їх зменшення або збільшення) можна визначити виходячи із співвідношення, що характеризує точку

беззбитковості $x^0 = \frac{b}{p-k}$:

$$\tilde{x}^0 = \frac{b \pm \Delta b}{p-k}. \quad (3.1)$$

Відповідно при цьому відбудеться зсув точки беззбитковості або вліво, або вправо.

При зміні обсягів реалізації (їх збільшенні) нову точку беззбитковості \tilde{x}^0 можна знайти таким чином:

$$\left\{ \begin{array}{l} \tilde{y} = px + \Delta y; \\ c = kx + b. \end{array} \right.$$

При $\tilde{y} = c$ маємо

$$\tilde{X}^{\circ} = \frac{b - \Delta y}{p - k}, \quad (3.2)$$

тобто точка беззбитковості зсувається вліво (унаслідок паралельного зсуву прямої виручки) і запас міцності підприємства збільшується.

Зазначимо, що досить часто збільшення обсягу реалізації продукції може бути оцінене часткою (відсотком) від їхньої спільної вартості (наприклад, оцінка ефективності маркетингу зазвичай становить 2–4% від обсягу виручки). В цьому випадку формула для розрахунку точки беззбитковості \tilde{X} спрощується:

$$\tilde{y} = px + \lambda p'x = (1 + \lambda)'b, \quad (3.3)$$

де λ — частка збільшення обсягу реалізації продукції.

Звідси при $\tilde{y} = c$ маємо

$$\tilde{X}^{\circ} = \frac{b}{(1 + \lambda)p - k}, \quad (3.4)$$

тобто точка беззбитковості також зсувається вліво, однак цей зсув зумовлений зміною кута нахилу прямої реалізації продукції.

При зміні величини постійних витрат і збільшенні обсягів реалізації продукції нова точка беззбитковості \tilde{X}° розраховується за формулами (3.1), (3.2).

Неважко побачити, що

$$\tilde{X}^{\circ} = \frac{b \pm \Delta b}{(1 + \lambda)p - k}. \quad (3.5)$$

При цьому положення нової точки беззбитковості \tilde{X}° буде визначатися співвідношенням параметрів Δb і λ .

При використанні кредитів виникає необхідність:

- змінення (збільшення) обсягів реалізації;
- збільшення постійних витрат (за рахунок обліку в них відсотків за кредит);

- змінення рівня рентабельності власних коштів (цей показник обчислюється за формулою фінансового важеля з урахуванням збільшення прибутку).

Отже, під час реалізації сценаріїв першої і другої груп точка беззбиткової, як правило, зсувається вліво й вниз (унаслідок зміни кута нахилу, тобто найефективнішого використання ресурсів). Під час реалізації сценаріїв третьої групи вона зсувається вгору (унаслідок зростання постійних витрат), а її горизонтальний зсув (вліво або вправо) визначається співвідношенням витрат і ефектів кооперації.

ВИСНОВКИ

1. Важливою передумовою здійснення радикальних ринкових перетворень, реалізації стратегії економічного зростання в Україні за сучасних умов є становлення й розвиток малого бізнесу, оскільки завдяки своїм властивостям малі підприємства сприяють вирішенню ряду важливих завдань щодо соціально-економічного розвитку країни та її областей.

2. Дослідження понять «малий бізнес» і «мале підприємство», типів і класів малих підприємств, а також кількісних та якісних критеріїв віднесення підприємств до суб'єктів малого бізнесу провідних країн світу дали можливість виявити неоднозначність цих понять і проблему визначення малих підприємств в Україні, що має негативний вплив під час реалізації державної підтримки розвитку малого бізнесу.

3. На підставі аналізу ролі малого бізнесу в розвинених країнах світу та Україні можна сказати, що сьогодні український малий бізнес перебуває в стані зародження та ще не в змозі виконувати своїх основних функцій. Аналіз основних показників діяльності малого бізнесу в Україні виявив чимале відставання їх від показників розвинених країн світу.

4. Дослідження проблем малого бізнесу дало можливість стверджувати, що крім регуляторних і фінансових проблем існують значні проблеми, пов'язані із недовістю цільових програм державної підтримки розвитку малого бізнесу. Проблеми розвитку малого бізнесу України мають системний характер і стають стрижневою причиною уповільнення динаміки зростання цього сектора. Сучасна практика реалізації програмної підтримки виявилась неефективною й потребує значних опрацювань як з боку держави, так і з боку науковців.

5. Аналізуючи зазначені характеристики малого бізнесу й досвід розвинених країн, можна констатувати, що малі підприємства можуть стати каталізаторами позитивних змін у промисловості й науково-технічній сфері України, своєрідними «точками зростання» вітчизняної економіки лише за наявності в країні ефективних інструментів державної підтримки розвитку цього сектора економіки. Це потребує застосування новітніх підходів до організації державного управління й підтримки малого бізнесу, серед яких одне з провідних місць належить стратегічному плануванню й цільовому програмуванню, всебічному розвитку кооперації малого та великого бізнесу.

Субконтрактинг в малому бізнесі – це основа для подальшого розвитку цього сектора економіки. Його головною перевагою є те, що він являє собою один із способів кооперації малих фірм з метою забезпечення найбільш ефективного функціонування великого підприємства. Значною мірою зберігаючи свою самостійність й взаємодіючи один з одним, малі підприємства, що входять до мережі, одержують можливість, по-перше, більш раціонально розподілити свої функції, спеціалізуватися на конкретних видах діяльності і, по-друге, підсилити свої позиції в умовах конкурентної боротьби і мінливої ринкової кон'юнктури. При цьому консолідація їхніх зусиль дає можливість більш ефективно вирішувати задачі, обумовлені спільною діяльністю. Отже, субконтрактинг у малому бізнесі має посідати важливе місце, оскільки при його введенні використовується розподіл праці між контрактором з мінімальними необхідними власними виробничими потужностями (найбільш прибутковими виробничими процесами, які критично впливають на якість продукції) та субконтракторами, які виробляють комплектуючі, виконують окремі роботи, послуги.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

Закон України «Про державні цільові програми» №1621-IV від 18.03.2004 р. [Електрон. ресурс]. — Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.

Закон України «Про державну підтримку малого підприємництва» від 19 жовтня 2000 року № 2063-III [Електрон. ресурс]. — Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.

Закон України «Про національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні» // Відомості Верховної Ради (ВВР). — 2001. — № 7. — С. 35.

Закон України «Про підприємництво» № 698-XII від 7 лютого 1991 р. [Електрон. ресурс]. — Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.

Закон РФ № 88-ФЗ «Про государственную поддержку малого предпринимательства в Российской Федерации» от 14 июня 1995 г. [Электрон. ресурс]. — Режим доступа : <http://mbm.ru/laws>.

Авдулова А.Н. Наука и производство : век интеграции (США, Западная Европа, Япония) / А.Н. Авдулова. — М. : Наука, 1992. — 168 с.

Бухвальд Е. Российская модель взаимодействия малого и крупного предпринимательства / Е. Бухвальд, А. Виленский // Вопросы экономики. — 1999. — № 12 [Электрон. ресурс]. — Режим доступа : <http://www.gvozdik.ru/analit/344.html>

Государственная политика США в отношении предпринимательства и малого бизнеса / Национальный институт системных исследований проблем предпринимательства [Электрон. ресурс]. — Режим доступа : <http://www.nisse.ru/2004>.

Діяльність малих підприємств: стат. збірник. — К. : Державний комітет статистики України, 2007. — 264 с.

Крупка М. І. Фінансово-кредитний механізм інноваційного розвитку економіки України / І.М. Крупка. — Л. : Видавничий центр Львів. нац. ун-ту імені Івана Франка, 2001. — 608 с.

Кузнєцова І. С. Мале підприємництво : внесок в економіку та проблеми функціонування / І. С. Кузнєцова // Фінансова консультація. — 2000. — № 49—52. — С. 9—12.

Мочинь Фанг. Поддержка и саморазвитие малого предпринимательства (Украина-Китай) / Фанг Мочинь, Владимир Мищенко. — Х. : С.А.М., 2005. — 205 с.

Станиславчик Е. Опыт поддержки, проблемы становления и развития малого и среднего бизнеса / Е. Станиславчик // Проблемы теории и практики управления. — 2006. — № 4. — С. 104—109.

Шумпетер Й. Теория экономического развития (исследования предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры) / Й. Шумпетер; пер. с англ. — М. : Прогресс, 1982. — 454 с.

National Statistics. URN 04/92.-29 August 2004. www.sbs.gov.uk/analytica/snstatistics/smestats.php, www.statistics.gov.uk.

Small business in Europe / Ed. By Burns and J. Duvharst. — Glasgow. — 1986. — 211 p.

Integrated Programme for Small and Medium-sized enterprises (SMEs) and the craft sector // Communication from the Commission, Brussels, 10.07.96, COM (96) 329 final.

Evolutia sectorului Interprinderilor mici si mijlocii in perioada 2000 — 2011. Bucuresti, 2003.

Полтарак Наталія Іллівна

ФІНАНСОВА ДІЯЛЬНІСТЬ СУБ`ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ
(НА ПРИКЛАДІ МАЛОГО БІЗНЕСУ)

Редактор А. М. Ємленінова

Підписано до друку 10.02.2011

Формат 60x84 1/16. Папір офс. № 2. Офс. друк

Ум. друк. арк. 2,5. Обл.-вид. арк. 2,76. Наклад 100 прим.

Замовлення 66. Ціна вільна

Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»
61070, Харків-70, вул. Чкалова, 17
<http://www.khai.edu>
Видавничий центр «ХАІ»
61070, Харків-70, вул. Чкалова, 17
izdat@khai.edu