

Н. І. Полтарак

МЕТОДИКА АНАЛІЗУ РІВНЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ
В УКРАЇНІ

2010

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

Н. І. Полтарак

МЕТОДИКА АНАЛІЗУ РІВНЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ
В УКРАЇНІ

Навчальний посібник

Харків «ХАІ» 2010

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

Н. І. Полтарак

МЕТОДИКА АНАЛІЗУ РІВНЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ
В УКРАЇНІ

Навчальний посібник

Харків «ХАІ» 2010

УДК 338:22.021.4

Полтарак Н.І. Методика аналізу рівня розвитку малого бізнесу в Україні: навч. посіб. / Н. І. Полтарак. – Х.: Нац. аерокосм. ун-т «Харк. авіац. ін-т», 2010. – 36 с.

Викладено теоретичний матеріал, методику аналізу рівня розвитку малого бізнесу. Подано приклади застосування методики та список рекомендованої літератури.

Розглянуто теоретико-методичні підходи, які дозволять студентам під час самостійної роботи розвинути індивідуальні аналітичні можливості і можуть бути використані для оцінювання рівня розвитку підприємств великого та середнього бізнесу, установ банківського сектора та ін.

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

Іл. 14. Табл. 6. Бібліогр.: 10 назв

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

© Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут», 2010
Полтарак Наталія Іллівна

МЕТОДИКА АНАЛІЗУ РІВНЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ
В УКРАЇНІ

Редактор А. М. Ємленінова

Зв. план, 2010

Підписано до видання 07.05.2010

Ум. друк. арк. 2. Обл.-вид. арк. 2,25. Електронне видання

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

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
1. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ТА ПРОВІДНИХ КРАЇНАХ СВІТУ.....	5
1.1. Поняття малого бізнесу, його суть, переваги і недоліки.....	5
1.2. Роль малого бізнесу в економіці провідних країн світу.....	9
1.3. Статистичний і порівняльний аналіз розвитку малого бізнесу в Україні.....	10
2. МЕТОДИКА ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ТА ЇЇ ОБЛАСТЯХ.....	17
2.1. SWOT-аналіз	18
2.2. Таксономічний аналіз і ранжування областей України за рівнем розвитку малого бізнесу.....	21
2.3. Кластерний аналіз областей за рівнем розвитку малого бізнесу	29
ВИСНОВКИ.....	33
БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК.....	35

ВСТУП

Через швидкі зміни чинників, за якими визначають конкурентоспроможність країни на світових ринках, динамічний розвиток глобального середовища, уряди змушені при формуванні умов економічного зростання і процвітання країн звертати увагу на проблеми забезпечення національної конкурентоспроможності у глобальному масштабі. Реформування економіки України зумовлює посилення ролі й функцій державного управління, створення стабільного і прогресуючого внутрішнього ринку й розвиненого ринкового механізму. Це припускає для країни стимулювання розвитку малого бізнесу як провідного сектора економіки, здатного гнучко реагувати на потреби ринку й мінливі умови господарювання, що визначає темпи економічного зростання, склад і якість валового національного продукту.

Важливою передумовою здійснення радикальних ринкових перетворень, реалізації стратегії економічного зростання в Україні за сучасних умов є становлення й розвиток малого бізнесу. Адже завдяки своїм властивостям розвиток малих підприємств сприяє вирішенню ряду важливих завдань щодо соціального й економічного розвитку країни та її регіонів.

Для підвищення ефективності державних заходів підтримки розвитку малого бізнесу має бути комплексний підхід щодо оцінювання його стану й динаміки розвитку. Для цього поряд із статистичним і порівняльним аналізом необхідно застосовувати сучасні методи дослідження, що в комплексі дасть можливість визначити рівень розвитку малого бізнесу в Україні та її областях за основними показниками його господарської діяльності, виявити чинники диспропорційного розвитку цього сектора та чималого відставання показників його функціонування від показників розвинених країн світу, ранжувати області за рівнем розвитку малого бізнесу для визначення першочергових заходів щодо державної підтримки його розвитку.

Мета навчального посібника – визначити місце й роль малого бізнесу в економіці країни, вивчити сучасні методи аналізу й на їх основі отримати комплексну оцінку його стану для прийняття управлінських рішень.

У навчальному посібнику викладено теоретико-методичні підходи до оцінювання рівня розвитку підприємств великого та середнього бізнесу, установ банківського сектора й ін. Використання цих підходів під час самостійної роботи дає можливість студентам розвинути індивідуальні аналітичні здібності.

1. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ТА ПРОВІДНИХ КРАЇНАХ СВІТУ

1.1. Поняття малого бізнесу, його суть, переваги і недоліки

Формування конкурентоспроможної, соціально спрямованої економіки з розвиненим приватним сектором, його важливою складовою підприємництвом є стратегічним курсом економічної політики України. Необхідною передумовою для здійснення радикальних ринкових перетворень, реалізації стратегії економічного зростання в Україні є становлення й розвиток цього сектора.

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 розвинутих 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.

У загальному розумінні термін «бізнес» – це будь-який дозволений законодавством вид діяльності, що приносить дохід.

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».

Б.А. Райзберг зазначає, що малий бізнес – «це бізнес, який здійснюється у малих формах і спирається на підприємницьку діяльність приватних підприємців, невеликих фірм, малих підприємств. Малий бізнес характерний для деяких видів і форм виробництва, торгівлі, сфери послуг».

Деяка група економістів вважає, що «поняття «підприємництво» й «бізнес» у теоретичному плані не тотожні».

Поняття «бізнес» ширше, оскільки його основна функція – виробництво маси товарів і послуг для задоволення індивідуальних і суспільних потреб. Підприємництво ж є вищою формою бізнесу, яка

пов'язана з постійним подоланням сформованих господарських стереотипів, зі створенням принципово нової продукції й т. ін.

У цьому виданні використовується категорія «малий бізнес», яка в загальному вигляді розуміється як система відносин суб'єктів господарювання з виробництва й реалізації товарів (робот, послуг) для взаємної вигоди учасників цих процесів, що відповідно до встановлених законодавством ознак належать до суб'єктів малого бізнесу.

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...».

З.С. Варналій визначає мале підприємство як «організаційно-економічний вид підприємств, які згідно зі ст. 63 Господарського кодексу України кваліфікуються за показниками кількості зайнятих працівників та обсягу ВВП від реалізації товарів (робіт, послуг) за звітний рік».

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. Вони істотно відрізняються по країнах і галузях економіки. Крім того, розмежування малих, середніх і великих підприємств може служити різним цілям, що визначає неможливість застосування єдиних критеріїв. Сам принцип єдності критеріїв припускає використання кількісних показників, що дозволило б уникнути неточностей. Разом з тим якісні критерії відіграють велику роль у визначенні суб'єктів малого бізнесу.

Установлення критеріїв віднесення суб'єктів господарювання до малих підприємств і таким чином визначення об'єкта державної підтримки є принциповим моментом при аналізі стану малого бізнесу, а також при розробленні заходів щодо державної підтримки його розвитку.

За даними Світового банку, загальна кількість показників, за якими підприємства відносять до суб'єктів малого бізнесу, перевищує п'ятдесят. Практично у всіх країнах світу основним критерієм є кількість працівників.

Відсутність у нормотворчості критеріїв віднесення підприємств до мікро- і середнього бізнесу, їх аналітичне об'єднання з малими підприємствами, відмінними від них в окремих моментах

функціонування і гостроті сприйняття зовнішніх проблем, не дозволяють ефективно застосовувати заходи державної підтримки, зробити її диференційованою: щодо малих підприємств – акцентувати увагу на посиленні їхньої соціальної функції, а стосовно середніх – на їхніх виробничих можливостях.

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

Малі підприємства роблять значний внесок у вирішення проблем трансформаційного, виробничо-економічного, фінансово-економічного і соціально-психологічного характеру.

Щодо вирішення трансформаційних проблем перехідної економіки малий бізнес є середовищем:

- первинного накопичення капіталу та необхідного досвіду для організації великого бізнесу;

- випробуванням на ефективність нових науково-технічних розробок, способів організації виробництва, збуту, стилів і методів управління;

- природного відбору підприємців-початківців;

- формування «середнього класу» в суспільстві.

Стосовно вирішення виробничо-економічних проблем він покликаний задовольняти індивідуальний попит і допомагати великому бізнесу.

У вирішенні фінансово-економічних проблем держави малий бізнес – це значний платник податків, який сприяє зменшенню дефіциту державного бюджету.

Що ж стосується вирішення соціально-психологічних проблем, то за допомогою малого бізнесу можна:

- суттєво зменшити безробіття;

- сприяти психологічній адаптації населення до нових умов;

- запобігти небажаним соціальним наслідкам ринкових трансформацій економіки;

- використати працю соціально вразливих груп населення (жінок, учнів, інвалідів, пенсіонерів та ін.).

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 й диверсифікацію ринкової структури в економіці.

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 досить істотні як для суб'єктів малого бізнесу, так і для економіки в цілому.

Порівняно з великим бізнесом можна виділити такі переваги і недоліки малого бізнесу (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Основні переваги і недоліки малого бізнесу

Малий бізнес	
Переваги	Недоліки
Підприємницький дух, відданість справі	Значний негативний вплив навколишнього середовища
Оперативне керування, мінімальна ієрархія в менеджменті	Незначні можливості зовнішнього фінансування, в т. ч. кредитування
Швидке оброблення інформації	Високий рівень ризику в підприємницькій діяльності
Маневреність	Низький рівень менеджменту
Динамічна орієнтація на попит споживача	Обмежені можливості задоволення масштабного попиту
Вільні ринкові ніші	Персоніфікована відповідальність за фінансові результати діяльності
Низький рівень накладних витрат	Обмежені можливості диверсифікаційного профілю підприємства
Гнучка реакція на науково-технічні досягнення	Незначний ступінь розподілу праці та спеціалізації робочих місць
Швидка адаптація	Вузькоспеціалізоване виробниче устаткування
Універсальність навиків робітників	
Відсутність бюрократичних структур в організації	
Коротка тривалість інноваційного циклу	
Прямі й особисті контакти з партнерами	
Легкість організації коопераційних зв'язків	
Висока мотивація праці	

Усі ці властивості малого бізнесу і багато інших роблять його розвиток істотним фактором і складовою частиною формування української економіки нового типу.

1.2. Роль малого бізнесу в економіці провідних країн світу

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

Так, у Європейському Союзі нараховується біля 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 майже 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 чоловік.

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 з високим рівнем зайнятості. В економіці більшості країн світу на малі підприємства припадає дві третини зайнятих в 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.

Як видно з табл. 1.2, із загальної кількості підприємств у країнах ЄС мікро- та малі підприємства становлять 98,98 %, частка ж зайнятих на них працівників – більше половини зайнятих на

підприємствах країн ЄС. Частка великих підприємств у країнах ЄС становить 0,2 % від загальної кількості підприємств, а частка зайнятих на них працівників – 33,64 %.

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

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

Аналіз розвитку малого бізнесу в розвинених країнах світу показав, що частка працівників, зайнятих у малому бізнесі, стосовно загальної кількості зайнятих у країнах з розвинутою економікою (країни ЄС, США, Японія, Китай) знаходиться в межах від 49 до 78 %, у той час як в Україні вона становить усього 7 % (тобто за цим показником Україна відстає від країн з розвинутою економікою в 8–10 разів). Частка малого бізнесу в перелічених вище державах у ВВП становить від 49 до 60 %.

1.3. Статистичний і порівняльний аналіз розвитку малого бізнесу в Україні

В Україні малий бізнес за останні чотири 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).

У зв'язку з цим доцільними є більш детальне оцінювання стану малого бізнесу в Україні й визначення проблем його розвитку. Для проведення дослідження були використані статистичні матеріали Державного комітету статистики України.

За роки незалежності й реформування економіки в Україні створено відносно потужний підприємницький сектор. Динаміка загальної кількості малих підприємств в Україні демонструє стійку тенденцію до зростання (рис. 1.1). 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. Динаміку збільшення кількості малих підприємств в Україні подано на рис. 1.1.

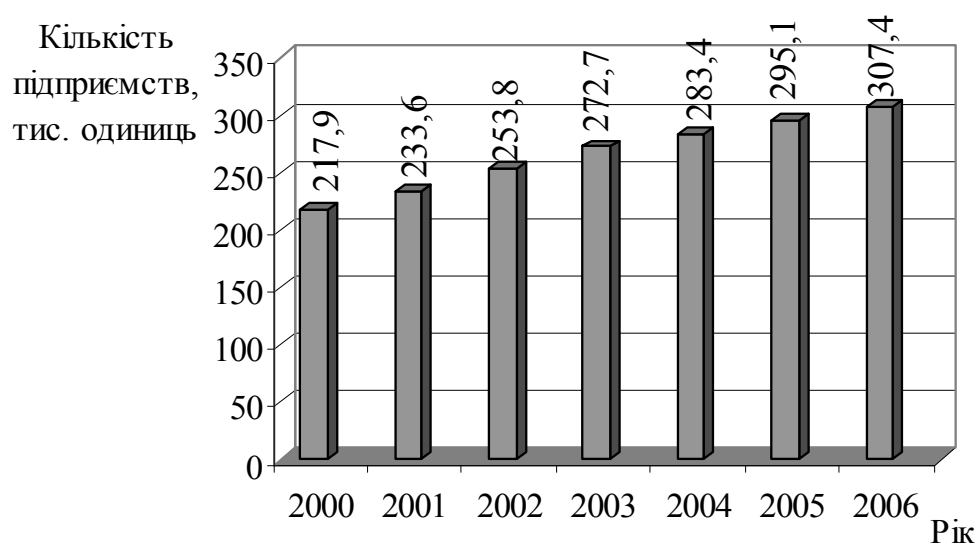


Рис. 1.1. Динаміка збільшення кількості малих підприємств в Україні в 2000–2006 рр.

Наочною є позитивна динаміка збільшення кількості малих підприємств, але порівняно з економічно розвиненими країнами світу цього недостатньо, щоб впливати на вирішення основних проблем країни.

Питома вага населення, зайнятого в малому бізнесі, до кількості населення, зайнятого в економіці, 2006 р. у цілому по Україні становила 6,2 %. Динаміку змінення кількості працівників малих підприємств України зображено на рис. 1.2.

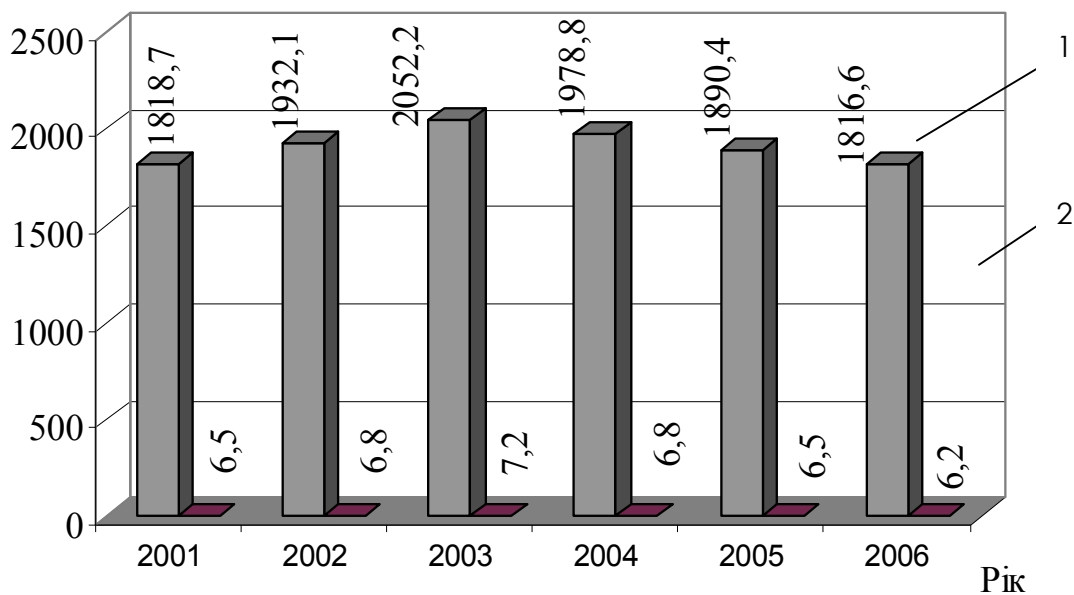


Рис. 1.2. Динаміка змінення кількості працівників малих підприємств: 1 – кількість працюючих на малих підприємствах, тис. чоловік; 2 – частка в загальній кількості населення у працездатному віці, %

Кількість працюючих на малих підприємствах України починаючи з 2003 р. у цілому скорочується. Так, 2006 р. кількість працівників становила на 1816,6 тис. чоловік (або на 4 %) менше, ніж 2005 р., і на 11 % менше, ніж 2003 р.

У середньому в Україні 2006 р. на 10 тис. населення припадало лише 66 зареєстрованих підприємств, тоді як у США – 214 підприємств з кількістю робітників, меншою ніж 20 чоловік, в Італії – 693 підприємства з кількістю робітників, меншою ніж 20 чоловік, на Угорщині – 810 підприємств.

2006 року в Україні частка продукції малих підприємств у загальному обсязі реалізованої продукції (робіт, послуг) становила 4,8 %, що на 0,7 % менше, ніж 2005 р., і на 2,3 % менше, ніж 2000 р. У розвинених країнах світу цей показник сягає більше половини ВВП. Так, наприклад у Німеччині частка продукції малих підприємств у загальному обсязі реалізованої продукції (робіт, послуг) становить близько 57 %, у США – 52 %, у Італії – 55 %.

За формами власності малі підприємства в Україні 2006 р. розподілилися так, як показано на рис. 1.3.

В Україні за кількістю переважають малі підприємства з приватною формою власності, друге місце, але з великим відривом, посідають малі підприємства з комунальною та комунально-корпоративною формами власності (див. рис. 1.3).

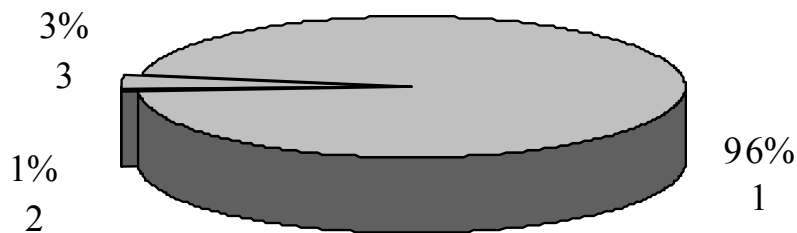


Рис. 1.3. Структура розподілу малих підприємств України за формою власності 2006 р.: 1 – приватна власність; 2 – державна та державно-корпоративна власність; 3 – комунальна і комунально-корпоративна власність

Як свідчить досвід розвинених країн світу, малі підприємства можна поділити на дві категорії: 1) ті, що залежать від великих підприємств і працюють у них на субпідряді; 2) ті, що самостійно працюють на ринку з кінцевою продукцією і конкурують з великими підприємствами.

У США, Німеччині, Франції і Великобританії близько 50 % невеликих промислових фірм працюють на ринку самостійно, у той же час у промисловості Японії частка таких незалежних товаровиробників становить 30–35 %. Ця частка невеликих компаній сама знаходить замовлення, визначає найбільш імовірне коло споживачів, власними зусиллями вирішує виробничі й комерційні питання.

Поряд з цією групою є й інша, яка співпрацює з промисловими гігантами. Наприклад, обсяг комплектуючих виробів, які поставляють малі підприємства-субпідрядники Німеччини корпораціям «Фольксваген» і «Даймлер Бенц», досягає 60 %, у американських корпорацій «Форд» та «Дженерал Моторс» – 50 % .

2006 року в Україні більша частина малих підприємств працювала в оптовій і роздрібній торгівлі (34 %), секторі операцій з нерухомістю, зі здавання у найм і надання послуг користувачам (23 %) та у промисловості (15 %). Для США, навпаки, характерним є досить рівномірний розподіл малих підприємств за різними галузями економіки.

Серед малих підприємств США домінують підприємства, діяльність яких пов'язана з оптовою торгівлею, будівництвом, науковим і технічним обслуговуванням.

Для малих підприємств Великобританії найбільш цікавими видами діяльності є діяльність, яка пов'язана з операціями з

нерухомістю (22 % малих підприємств), дослідженням і розробками (19 % малих підприємств).

Для порівняння у загальній кількості зареєстрованих малих підприємств РФ також домінують підприємства оптової та роздрібною торгівлі (48 %), підприємства, що займаються операціями з нерухомістю (14,5 %), малі підприємства обробного сектора (12,7 %) й будівельні організації (10,6 %).

Сьогодні в Україні галузева структура малого бізнесу свідчить про те, що малі підприємства у сфері створення й впровадження наукових й науково-технічних розробок майже не представлені. Динаміку змінення кількості малих підприємств у галузі дослідження й розробок в Україні подано на рис. 1.4.

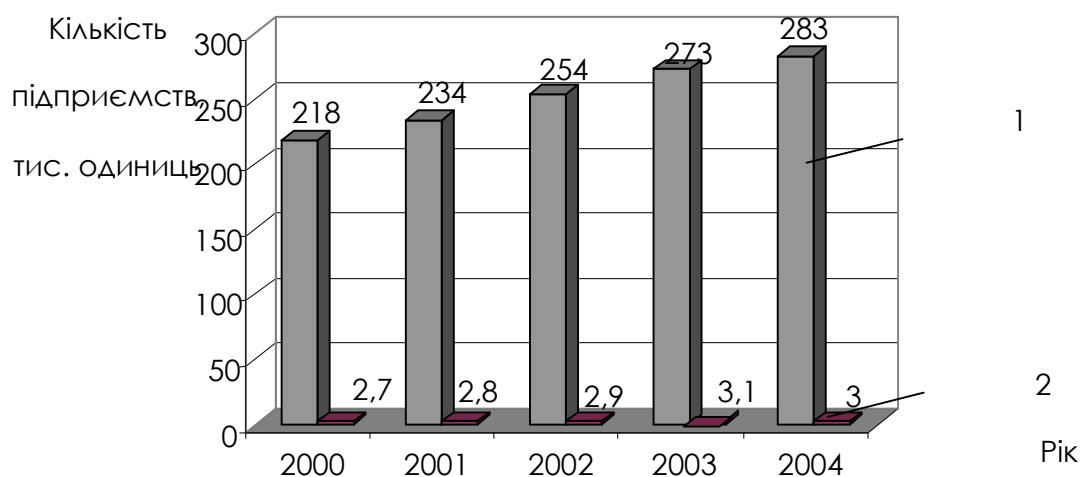


Рис. 1.4. Динаміка змінення кількості малих підприємств у галузі дослідження й розробок в Україні в 2000–2004 рр.: 1 – кількість малих підприємств, тис. од.; 2 – кількість підприємств у галузі дослідження й розробок, тис. од.

Таким чином, із загальної кількості малих підприємств України досить мала частка цих підприємств функціонує в галузі дослідження й розробок, причому динаміка розвитку таких підприємств є незначною. Так, 2004 р. порівняно з 2003 р. кількість підприємств в цій галузі зменшилася на 100 підприємств, а порівняно з 2000 р. збільшилась лише на 300 підприємств.

У розвинених країнах світу, навпаки, значна кількість нововведень здійснюється саме малим бізнесом. Він забезпечує більше половини всіх інновацій, кількість яких на одиницю витрат часто більше, ніж у середніх і великих підприємств, а швидкість їх освоєння на третину

вища. Так, малий бізнес США генерує 55 % інновацій, що в перерахунку на одного працівника дає показник, який у два рази більший, ніж у секторі великих компаній (за американськими критеріями більше 500 працівників), 28 % усіх зайнятих у сфері високих технологій працюють на малих підприємствах.

У виробничій сфері України, яка потребує організації бізнесу із залученням значного фінансового капіталу й спеціалістів певної кваліфікації у період 2003–2005 рр. спостерігається зростання кількості малих підприємств.

Динаміку збільшення кількості малих промислових підприємств в Україні за період 2001–2006 рр. наведено на рис. 1.5.

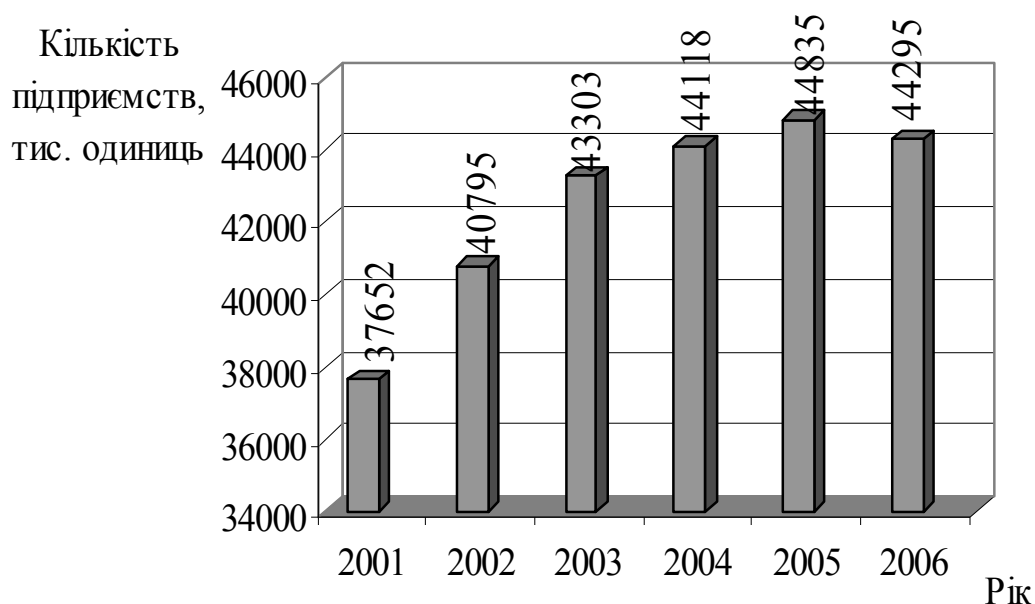


Рис. 1.5. Динаміка збільшення кількості малих промислових підприємств в Україні в 2001–2006 рр.

Так, кількість малих промислових підприємств 2005 р. збільшилась на 717 одиниць, або на 1,6 %, порівняно з 2004 р. і на 16 % – з 2001 р. Але вже 2006 р. спостерігається зменшення кількості малих промислових підприємств порівняно з 2005 р. на 540 одиниць.

За період 2002–2006 рр. відбувалося збільшення малих підприємств, які виготовляли продукцію й надавали послуги (рис. 1.6).

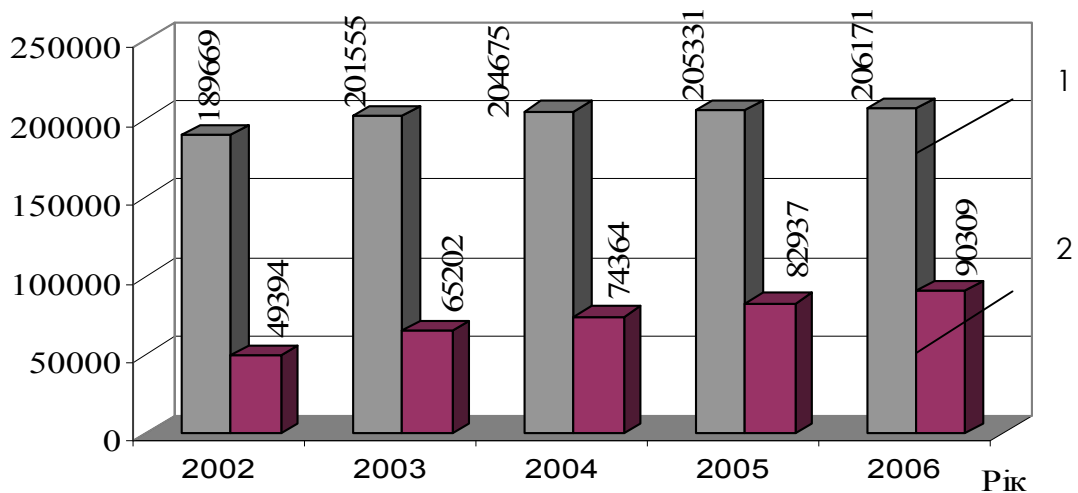


Рис. 1.6. Динаміка розвитку малих підприємств, які виготовляли продукцію в Україні в 2002–2006 рр.: 1 – кількість підприємств, одиниць; 2 – обсяг реалізації продукції, млн грн

З 2002 р. по 2006 р. в Україні спостерігається позитивна динаміка збільшення кількості малих підприємств та їхніх обсягів реалізації продукції (див. рис. 1.6). Так, 2006 р. порівняно з 2002 р. кількість малих підприємств, які виготовляли продукцію, збільшилася на 8 %, а обсяги реалізованої продукції малих підприємств України на 45,3 %.

Структуру валових капітальних інвестицій малих підприємств в Україні у відсотках до загального обсягу інвестицій малих підприємств країни наведено на рис. 1.7.

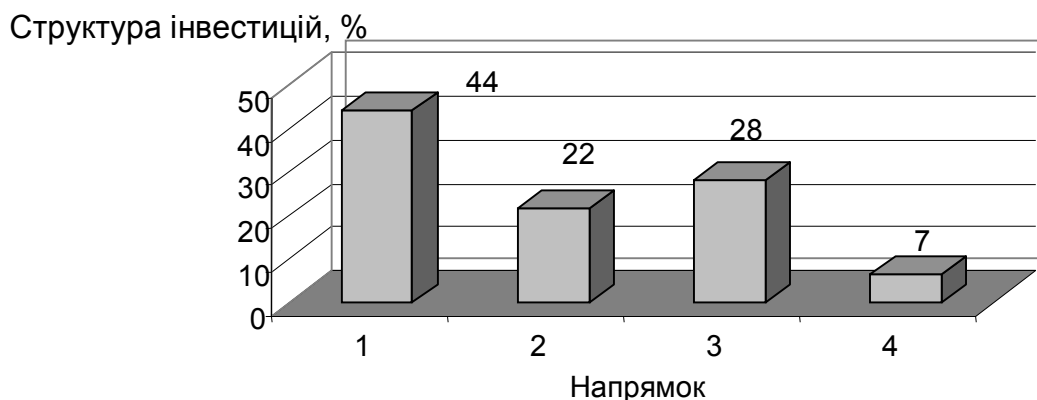


Рис.1.7. Структура валових капітальних інвестицій малих підприємств в Україні 2006 р.: 1 – будівництво; 2 – придбання раніше існуючих основних засобів; 3 – придбання (виготовлення) нових основних засобів; 4 – нематеріальні активи

Як видно з рис. 1.7, більша частка валових капітальних інвестицій малих підприємств в Україні йде на будівництво й придбання (виготовлення) нових основних засобів.

Отже, проведений вище аналіз свідчить про таке:

- малий бізнес в Україні за кількістю суб'єктів, обсягом виробництва й кількісним складом з кожним роком збільшується, але темпи цього збільшення незначні;

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

- найбільш динамічно малий бізнес розвивається в сферах оптової і роздрібною торгівлі, нерухомості та послуг, а також у промисловості;

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

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

2. МЕТОДИКА ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ТА ЇЇ ОБЛАСТЯХ

На практиці оцінювання стану й проблем розвитку малого бізнесу проводиться на основі лише статистичних даних за основними показниками діяльності малого бізнесу, як це було здійснено вище.

Недоліками такого аналізу є відсутність надійних і повних статистичних показників, ефективної методики збору та оброблення інформації, якісного контролю за сумлінністю ведення бізнесу (існування підприємств, що не ведуть господарської діяльності, створення фірм-одноденок), наявності великої кількості показників, які взагалі не дають об'єктивної інформації про стан малого бізнесу. До того ж він потребує визначення поняття «малий бізнес», що пов'язане із встановленням системи критеріїв віднесення суб'єктів господарювання до малого бізнесу, яка повинна базуватися на якісних і кількісних показниках.

Комплексна оцінка розвитку малого бізнесу повинна давати уявлення про загальний стан цього сектора, динаміку його розвитку, виявляти специфіку функціонування малого бізнесу у кожній з областей країни та проблеми його розвитку. Розглянуті методики аналізу малого бізнесу, запропоновані деякими авторами, підтверджують, що поряд із аналізом статистичних даних слід проводити оцінювання, що базується на SWOT-аналізі, інтегральних

показниках, рейтингових системах, кластерному аналізу, проведенні анкетування й запровадженні моніторингів.

Пропонується проводити комплексне оцінювання стану розвитку малого бізнесу в країні та її областях за такими напрямками:

1. Аналіз статистичних показників стану малого бізнесу та їхньої динаміки за певний період.

2. Порівняльний аналіз рівня розвитку й ролі малого бізнесу в Україні й провідних країнах світу.

3. SWOT-аналіз внутрішніх сильних і слабких сторін, а також зовнішніх можливостей і загроз малого бізнесу областей.

4. Розрахунок інтегрального показника рівня розвитку малого бізнесу по областях із використанням таксономічного аналізу й ранжування областей за інтегральним показником.

5. Класифікація областей країни за рівнем розвитку малого бізнесу на основі кластерного аналізу.

На першому етапі на основі даних Державного комітету статистики та обласних органів статистики здійснюється статистичний аналіз розвитку малого бізнесу України та її областей за основними показниками.

Порівняльний аналіз із аналогічними показниками розвитку малого бізнесу провідних країн світу – це другий етап аналізу. Результати перших двох етапів подано вище.

2.1. SWOT-аналіз

Відповідно до поданої методики на третьому етапі для виявлення внутрішніх сильних і слабких сторін, а також зовнішніх можливостей і загроз малого бізнесу областей пропонується використовувати SWOT-аналіз, який є необхідним елементом досліджень, обов'язковим попереднім етапом при складанні будь-якого рівня стратегічних і маркетингових планів.

Дані, отримані під час ситуаційного аналізу, є базисними елементами при розробленні стратегічних напрямків, цілей і завдань цільової програми державної підтримки розвитку малого бізнесу.

Для виявлення внутрішніх сильних і слабких сторін, а також зовнішніх можливостей і загроз малого бізнесу слід будувати стратегічну матрицю SWOT-аналізу по кожній області за такими етапами:

1. Оцінювання сильних і слабких сторін малого бізнесу певної області.

2. Аналіз зовнішнього середовища, виявлення можливостей і загроз для розвитку малого бізнесу в специфічних умовах області, що аналізується.

3. Занесення результатів в стратегічну матрицю SWOT-аналізу (табл. 2.1).

4. Формулювання висновків за результатами SWOT-аналізу.

Таблиця 2.1

Матриця базового SWOT-аналізу

Актив (А)	Рівень важливості фактора	Пасив (П)	Рівень важливості фактора
I. Сильні сторони 1.1. 1.2. ... п	Значення в цілих числах	I. Слабкі сторони 1.1. 1.2. ... п	Значення в цілих числах
Разом I розділ (С)		Разом I розділ (Сл)	
II. Зовнішні можливості 1.1. 1.2. ... п	Значення в цілих числах	II. Зовнішні загрози 1.1. 1.2. ... п	Значення в цілих числах
Разом II розділ (М)		Разом II розділ (Зл)	
Усього активи	(I р.+ II р.)	Усього пасиви	(I р.+ II р.)
Баланс			

Нижче наведено приклад стратегічної матриці SWOT-аналізу малих підприємств Харківської області, яку побудовано для визначення основних напрямків підтримки і розвитку малого бізнесу при формуванні стратегії соціально-економічного розвитку Харківської області (табл. 2.2).

Як видно з табл. 2.2, незважаючи на наявність слабких сторін, загроз зовнішнього середовища і виходячи з тенденції розвитку економік країн світу, можна зробити висновок, що малий бізнес в Україні є пріоритетним сектором і потребує всебічної підтримки й розвитку.

Таблиця 2.2

Стратегічна матриця SWOT-аналізу малого бізнесу

Актив (А)	Рівень важливості фактора	Пасив (П)	Рівень важливості фактора
<p>I. Сильні сторони.</p> <p>Адаптивно та оперативно реагує на зміни кон'юнктури ринку.</p> <p>Орієнтується на місцевий (локальний) ринок й індивідуальне споживання.</p> <p>Активізує інноваційну діяльність.</p> <p>Забезпечує насичення ринку споживчими товарами та послугами повсякденного попиту.</p> <p>Створює нові робочі місця</p>	<p>4</p> <p>4</p> <p>3</p> <p>3</p> <p>4</p>	<p>I. Слабкі сторони.</p> <p>Слабка життєздатність і швидкість збанкрутування.</p> <p>Обмеженість або повна відсутність матеріально-фінансових ресурсів.</p> <p>Нестабільність доходів.</p> <p>Низький рівень технічної озброєності .</p> <p>Слабке сегментування власної частки ринку.</p> <p>Вузьке коло споживачів і постачальників.</p> <p>Некомпетентність підприємців у конкретних стратегічних зонах господарювання.</p> <p>Відсутність управлінського досвіду</p>	<p>3</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>1</p> <p>1</p>
Разом I розділ (С)	18	Разом I розділ (Сл)	14
<p>II. Зовнішні можливості.</p> <p>Провідний сектор ринкової економіки (найбільш масовий за чисельністю).</p> <p>Структуроутворюючий елемент ринкової економіки.</p> <p>Формує новий прошарок підприємців-власників.</p> <p>Відіграє стабілізаційну роль у перехідній економіці.</p> <p>Знижує соціальну напругу в області</p>	<p>4</p> <p>3</p> <p>4</p> <p>3</p> <p>4</p>	<p>II. Зовнішні загрози.</p> <p>Невизначеність зовнішнього середовища.</p> <p>Висока залежність від ринкової кон'юнктури.</p> <p>Конкуренція корпорацій.</p> <p>Нестабільність і недосконалість регуляторного поля.</p> <p>Адміністративні перешкоди.</p> <p>Відсутність належного нормативно-правового забезпечення.</p> <p>Відсутність державної фінансово-кредитної підтримки.</p> <p>Невизначене відношення держави і брак дійової підтримки.</p> <p>Несхвальна громадська думка.</p> <p>Низький попит населення.</p> <p>Низький рівень послуг</p>	<p>2</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>1</p>
Разом II розділ (М)	18	Разом II розділ (Зл)	18
Усього активи (I р. + II р.)	36	Усього пасиви (I р. + II р.)	32
Баланс	+4		

Треба підкреслити, що для малого бізнесу в розвинутих країнах створюються сприятливі умови, головними з яких є такі: високі гарантії збереження приватної власності, широка господарська самостійність, підтримка сумлінної конкуренції і боротьба з монополістичною діяльністю, пільгове кредитування й фінансування, істотна допомога в наданні інвестицій, державні гарантії, державні замовлення. У зв'язку з цим малі виробники отримують більший прибуток на власний капітал, ніж великі підприємства.

2.2. Таксономічний аналіз і ранжування областей України за рівнем розвитку малого бізнесу

На четвертому етапі аналізу стану малого бізнесу здійснюється оцінювання рівня розвитку малого бізнесу в областях України на основі розрахунку інтегрального показника.

Багато вчених пропонують різні способи розрахунок інтегрального показника для визначення рейтингу розвитку підприємств або взагалі області чи ринку.

Так, наприклад, Є. Романенко пропонує методику визначення рейтингу областей, яка ґрунтується на порівняльному методі, методі середньозваженої оцінки, методі рангів тощо.

Н.М. Внукова для комплексного оцінювання стану підприємництва в області також пропонує застосування методів рейтингового оцінювання:

- 1) методу суми місць;
- 2) комплексного методу відхилення від середнього (на основі рекомендацій Мінекономіки для оцінювання інвестиційної привабливості областей країни);
- 3) методу оцінювання відстані від точки-еталона (максимального значення показника в заданій сукупності).

Держпідприємництво досліджує розвиток областей за станом малого бізнесу та розвиток його підтримки на місцевому рівні шляхом обчислення загального рейтингу областей країни на основі комплексного оцінювання 33 показників, які за певними ознаками були об'єднані у три групи. Перша група базується на статистичних даних щодо кількості суб'єктів малого бізнесу та показників їхньої економічної діяльності. Друга група показників формувалася з урахуванням критеріїв оцінювання ефективності діяльності місцевих органів влади й місцевого самоврядування у сфері підтримки малого бізнесу на місцевому рівні за напрямками. Третя група показників включає кількісні показники стану розвитку мережі об'єктів

інфраструктури й громадської складової підтримки розвитку малого бізнесу.

Обмеженість застосування зазначених вище рейтингових систем для оцінювання розвитку малого бізнесу відповідної області зумовлена такими факторами:

- трудностю одержання первинної достовірної інформації;
- важкістю оцінювання якісних параметрів;
- складністю розрахунків і відсутністю створеного доступного програмного забезпечення для здійснення розрахунків у цій сфері.

До того ж «необхідно враховувати, що при оцінюванні стану розвитку регіону на основі рейтингового оцінювання визначається конкретне місце кожного регіону на фоні інших регіонів. Водночас будь-який рейтинг не в змозі дати об'єктивної картини щодо динаміки змін стану за роками в рамках одного регіону», – зазначає І. Богословська.

Деякі вчені пропонують розраховувати інтегральний показник розвитку малого бізнесу як середнє геометричне з індексів зміни окремих показників стану й розвитку малого бізнесу.

Недоліками такого оцінювання є те, що при розрахунку цих індексів не враховується значущість окремих показників інтегрального оцінювання, тобто при такому оцінюванні не можна одержати чітких реальних результатів. Зазначені вище методи розрахунку інтегрального показника також не дають можливості простежити за динамікою змінень значень окремих складових інтегрального оцінювання в розрізі областей країни й за роками, отже, не дозволяють виявити специфіку розвитку малого бізнесу окремої області у повному обсязі.

У цій роботі для оцінювання рівня розвитку малого бізнесу області використовується інтегральний показник, в основі якого лежить кількісне стандартизоване оцінювання окремого показника елемента рівня розвитку малого бізнесу області з урахуванням коефіцієнта його значущості (метод оцінювання вимірювання величин ентропії). Визначальною рисою цього методу є можливість об'єктивно розрахувати вагу кожного елемента компоненти, оцінити його динаміку за роками, проранжувати області за окремими складовими й виявити специфіку функціонування малих підприємств кожної області України за роками. Оцінювання рівня розвитку малого бізнесу в областях країни проводилося багатьма вченими.

За результатами дослідження робіт деяких учених оцінка розвитку малих підприємств найчастіше містить такі показники: кількість малих підприємств на 10 тис. населення, частка зайнятих на

малих підприємствах у загальній кількості зайнятого населення, частка продукції малого бізнесу в загальних обсягах реалізованої продукції.

У цьому дослідженні використовуються зазначені вище показники для розрахунку інтегрального показника й проведення кластеного аналізу областей за рівнем розвитку малого бізнесу.

Загальний інтегральний показник розвитку малого бізнесу області ($I_{МП}$), а також комплексні оцінки його компонент (K_i) і елементів (K_{ij}) обчислюються за формулою

$$K_{ij} = \sum_{l=1}^n w_l z_{ijl}, \quad (2.1)$$

де z_{ijl} – кількісна стандартизована оцінка l -го окремого показника j -го елемента i -ї компоненти рівня розвитку малого бізнесу області;

w_l – коефіцієнт значущості l -го окремого показника j -го елемента i -ї компоненти,

$$w_l = \frac{\delta_l}{\sum_{l=1}^n \delta_l}, \quad (2.2)$$

де δ_l – дисперсія (ентропія) l -го окремого показника j -го елемента i -ї компоненти рівня розвитку малого бізнесу області;

n – кількість окремих показників, за допомогою яких оцінюється j -й елемент i -ї компоненти рівня розвитку малого бізнесу.

Стандартизована оцінка l -го окремого показника j -го елемента i -ї компоненти рівня розвитку малого бізнесу розраховується з використанням таких формул:

а) для показників-стимуляторів

$$z_{ijl} = \frac{x_{ijl} - x_{\min l}}{x_{\max l} - x_{\min l}}, \quad (2.3)$$

де x_{ijl} – фактичне значення l -го окремого показника j -го елемента i -ї компоненти рівня розвитку малого бізнесу області;

$x_{\max l}$ – відповідно мінімальне й максимальне значення l -го окремого показника j -го елемента i -ї компоненти рівня розвитку малого бізнесу області;

б) для показників-дестимуляторів

$$z_{ijl} = \frac{x_{\max l} - x_{ijl}}{x_{\max l} - x_{\min l}}. \quad (2.4)$$

На основі результатів розрахунку інтегрального показника проводиться ранжування областей і їх дослідження за рівнем розвитку малого бізнесу за основними складовими.

Результати розрахунку інтегрального показника рівня розвитку малого бізнесу в областях України за 2006 р. подано в табл. 2.3.

Як видно з табл. 2.3, найвищого рівня розвитку малого бізнесу досягли АР Крим – 0,8401 (1-ше місце), Львівська – 0,7130 (2-ге місце), Одеська – 0,6160 (3-тє місце) області, нижчого – Луганська – 0,0910 (25-те місце), Донецька – 0,1323 (24-те місце) і Волинська – 0,2148 (24-те місце) області.

На прикладі Харківської та Закарпатської областей розглянемо динаміку змінення значень інтегрального показника за період 2000–2006 рр. (рис. 2.1).

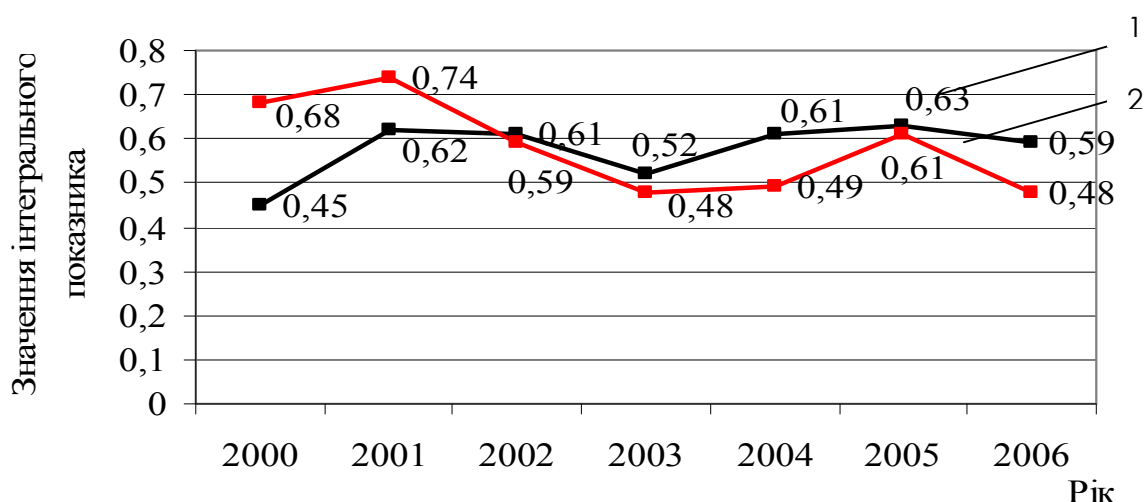


Рис. 2.1. Динаміка змінення значень інтегрального показника рівня розвитку малого бізнесу Харківської (1) та Закарпатської (2) областей за період 2000–2006 рр.

Таблиця 2.3

Інтегральний показник рівня розвитку малого бізнесу та його складові по областях України за 2006 р.

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

Так, на рис. 2.1 видно, що інтегральний показник рівня розвитку малого бізнесу Харківської області 2001 р. порівняно з 2000 р. збільшився на 0,17 пункта, але вже 2003 р. порівняно з 2001 р. спостерігається зниження цього показника на 0,1 пункта. 2005 р. цей

показник мав найвище значення за весь період, що аналізується, і дорівнював 0,63. Однак 2006 р. він знизився на 0,04 пункта.

Значення інтегрального показника рівня розвитку малого бізнесу Закарпатської області 2001 р. порівняно з 2000 р. зросло на 0,06 пункта й становило 0,74 пункта – найвище значення за період 2000–2006 рр. З 2002 р. по 2004 р. спостерігається зниження цього показника. Так, 2004 р. порівняно з 2001 р. показник знизився на 0,25 пункта. 2005 р. порівняно з 2004 р. відбувалось зростання показника на 0,12 пункта і вже 2006 р. порівняно з 2005 р. він знову знизився на 0,13 пункта.

Крім оцінювання рівня розвитку малого бізнесу по областях на основі інтегрального показника слід дослідити динаміку змінення значень його структурних елементів у рамках Харківської та Закарпатської областей за роками. Динаміку змінення значень показника кількості малих підприємств на 10 тис. населення показано на рис. 2.2.

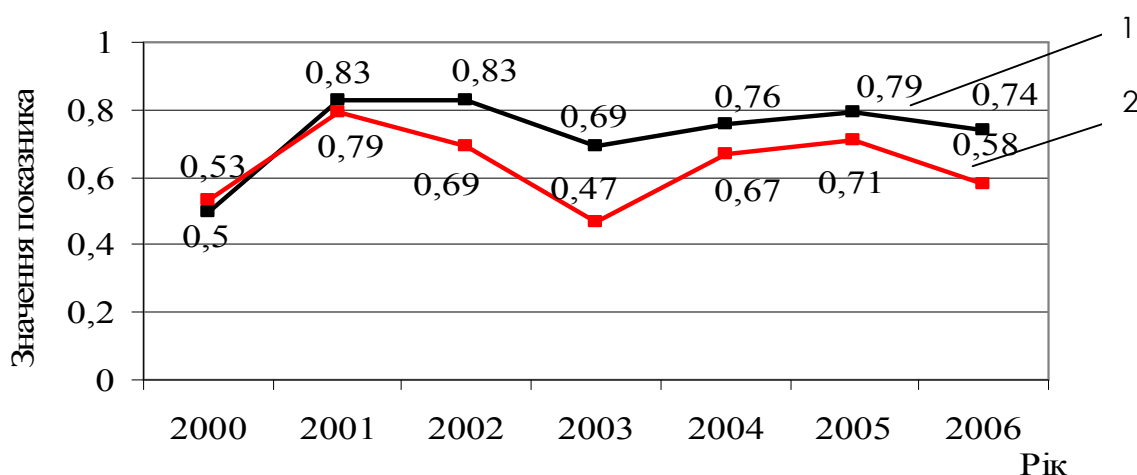


Рис. 2.2. Динаміка змінення значень показника кількості малих підприємств на 10 тис. населення Харківської (1) та Закарпатської (2) областей за 2000–2006 рр.

З рис. 2.2 видно, що з 2001 р. по 2002 р. значення показника кількості малих підприємств на 10 тис. населення Харківської області порівняно з 2000 р. зросло на 0,3 пункта. 2003 р. порівняно з 2002 р. спостерігається зниження цього показника на 0,14 пункта. З 2004 р. по 2006 р. відбувалися незначні коливання значень цього показника.

2001 р. показник кількості малих підприємств на 10 тис. населення Закарпатської області порівняно з 2000 р. зріс на

0,29 пункта. Але вже 2003 р. спостерігається різке зниження цього показника на 0,32 пункта порівняно з 2001 р. З 2004 р. по 2005 р. відбувалося поступове зростання значень цього структурного елемента інтегрального показника. Так, 2005 р. порівняно з 2003 р. він зріс на 0,24 пункта, однак 2006 р. він знову знизився на 0,13 пункта.

Таким чином, хоча взагалі й спостерігається позитивна динаміка змінення значень показника кількості малих підприємств на 10 тис. населення як структурного елемента інтегрального показника рівня розвитку малого бізнесу, але є диспропорції у динаміці цього зростання за 2000–2006 рр. по областях, що аналізуються.

Динаміку змінення значень показника частки зайнятих на малих підприємствах у загальній кількості зайнятого населення Харківської та Закарпатської областей за роками подано на рис. 2.3.

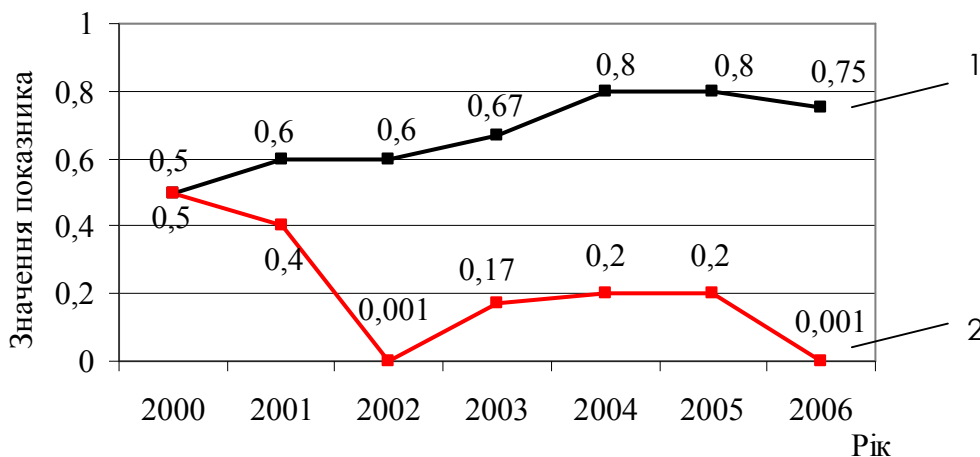


Рис. 2.3. Динаміка змінення значень показника частки зайнятих на малих підприємствах Харківської (1) та Закарпатської (2) областей за 2000–2006 рр.

Починаючи з 2001 р. по 2005 р. спостерігається поступове зростання значень показника частки зайнятих на малих підприємствах Харківської області. Так, 2005 р. порівняно з 2000 р. цей показник зріс на 0,3 пункта, однак 2006 р. відбулося його зниження на 0,05 пункта.

З рис. 2.3 видно, що з 2000 р. по 2002 р. спостерігається значне погіршення значень показника частки зайнятих на малих підприємствах Закарпатської області. Так, 2002 р. порівняно з 2000 р. він знизився на 0,49 пункта. З 2003 р. по 2005 р. відбулося його незначне зростання на 0,19 пункта, а вже 2006 р. – різке зниження цього показника на 0,19 пункта. Отже, за цим структурним елементом інтегрального показника рівня розвитку малого бізнесу у

Закарпатській області спостерігається значне погіршення динаміки починаючи з 2001 року.

Динаміку змінення значень показника частки продукції малих підприємств Харківської та Закарпатської областей у загальних обсягах реалізованої продукції (робіт, послуг) за період 2000–2006 рр. наведено на рис. 2.4.

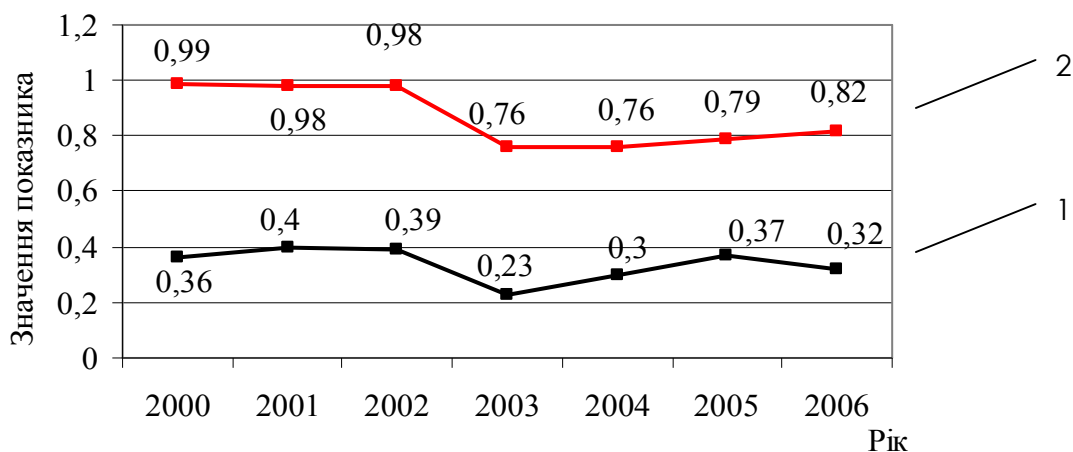


Рис. 2.4. Динаміка змінення значень показника частки продукції малих підприємств у загальних обсягах реалізованої продукції (робіт, послуг) Харківської (1) та Закарпатської (2) областей за 2000–2006 рр.

Упродовж періоду, що аналізується, динаміка змінення значень показника частки продукції малих підприємств у загальних обсягах реалізованої продукції (робіт, послуг) Харківської області, як структурного елемента інтегрального показника рівня розвитку малого бізнесу була майже стабільною, показник мав дуже низькі значення (рис. 2.4).

Показник частки продукції малих підприємств у загальних обсягах реалізованої продукції (робіт, послуг) Закарпатської області, навпаки, за період 2000–2002 рр. мав досить високі значення. Однак вже з 2003 р. по 2004 р. відбулося його погіршення. Так, 2004 р. порівняно з 2002 р. показник знизився на 0,42 пункта, а з 2005 р. по 2006 р. – на 0,26 пункта.

Аналіз рівня розвитку малого бізнесу Харківської та Закарпатської областей за структурними елементами інтегрального показника виявив погіршення динаміки розвитку малого бізнесу починаючи з 2003 р. і диспропорції його розвитку за такими показниками, як частка

зайнятих на малих підприємствах у загальній кількості зайнятого населення та частка продукції малих підприємств у загальних обсягах реалізованої продукції (робіт, послуг).

2.3. Кластерний аналіз областей за рівнем розвитку малого бізнесу

На п'ятому етапі аналізу проводиться класифікація областей за рівнем розвитку малого бізнесу. Для класифікації областей за цим показником у зарубіжній практиці широко використовується метод кластерного аналізу.

Класифікація областей за рівнем розвитку малого бізнесу відбувається таким чином: існує n областей, рівень розвитку малого бізнесу яких оцінюється за допомогою m змінних. Під час класифікації кожену область відносять до певної r -ї групи залежно від значень інтегральних показників.

Відповідно до теорії кластерного аналізу існують два основні методи кластеризації: ієрархічний і неієрархічний. Класифікацію областей слід проводити спільно, використовуючи зазначені методи. Для попереднього визначення кількості груп областей застосовується ієрархічний метод, що складається з декількох етапів (рис. 2.5).

При ієрархічному методі кластеризації здійснюється вибір методу. Згідно з дослідженнями деяких авторів необхідно використовувати агломеративний метод ієрархічної кластеризації, реалізований у пакеті «Statistica 6.0».

Далі вибираються міри відстані між областями, наприклад: евклідова відстань, квадрат евклідової відстані, манхетенівська відстань або метрика Чебишева.

При ієрархічному кластерному аналізі використовуються різні алгоритми класифікації. У пакеті «Statistica 6.0» реалізовано декілька таких алгоритмів, однак відповідно до досліджень І. Д. Менделя найбільш якісними з них є метод Уорда, метод повного зв'язку, метод середнього зв'язку.

Наступним етапом аналізу є побудова дендрограми ієрархічної кластеризації областей за рівнем розвитку малого бізнесу та вибір кількості й складу кластерів. Після попередньої ідентифікації кількості й складу кластерів з використанням ієрархічного методу необхідно уточнити й прийняти остаточне рішення щодо класифікації областей.

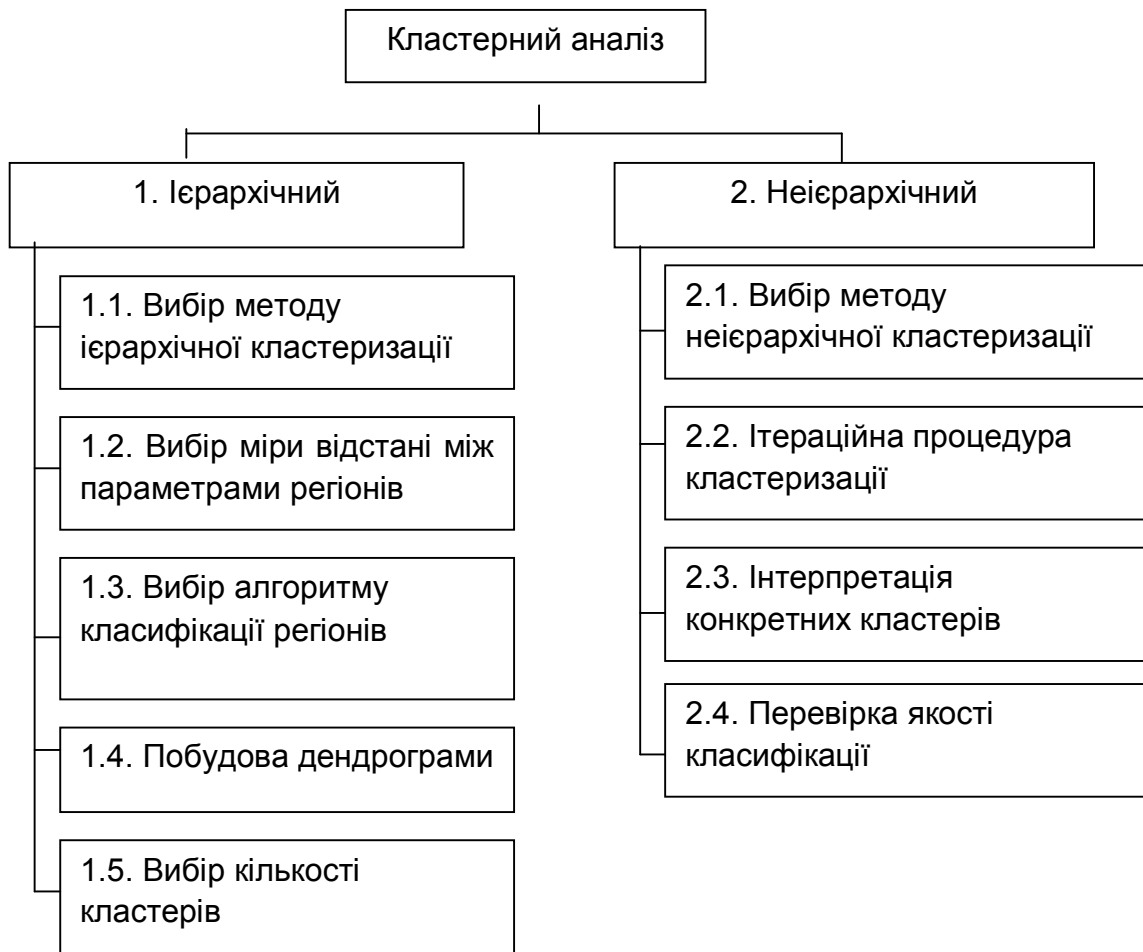


Рис. 2.5. Схема послідовності класифікації областей України за рівнем розвитку малого бізнесу

Другим етапом кластерного аналізу є використання неієрархічних методів. Етапи проведення неієрархічного методу кластеризації подано на рис. 2.5.

Згідно з дослідженнями деяких авторів найбільш якісні результати можна одержати, використовуючи метод k-середніх (реалізовано у пакеті «Statistica 6.0»).

Наступним етапом аналізу розвитку малого бізнесу є класифікація областей на основі кластерного методу. За допомогою методів кластерного аналізу, реалізованих у пакеті «Statistica 6.0», проводиться поділ областей на групи за рівнем розвитку малих підприємств на основі показників, що використовувались при розрахунку інтегрального показника.

На першому етапі будується дендрограма ієрархічної кластеризації регіонів і здійснюється попередня ідентифікація кількості й складу кластерів (рис. 2.6).

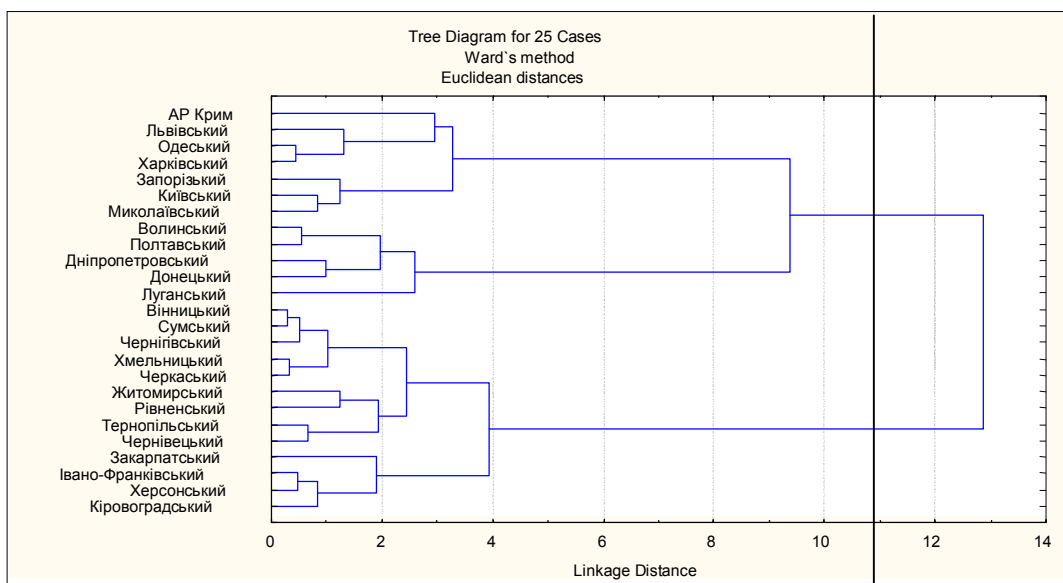


Рис. 2.6. Дендрограма ієрархічної кластеризації регіонів України за показниками розвитку малого бізнесу 2006 р.

На рис. 2.6 видно, що попередня кількість кластерів дорівнює двом. На другому етапі проводиться уточнення кількості кластерів і приймається остаточне рішення щодо класифікації областей за допомогою методу k-середніх (рис. 2.7).

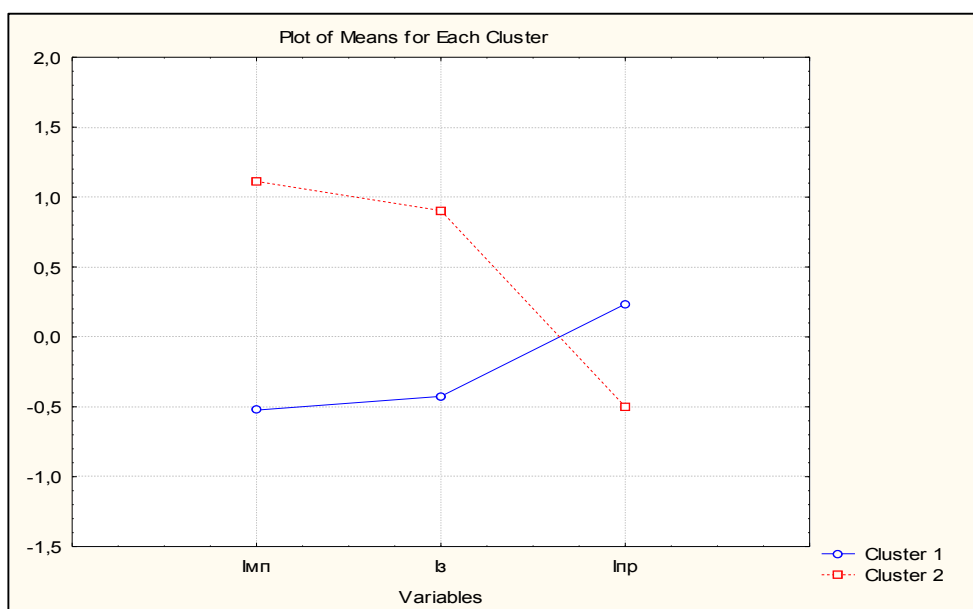


Рис. 2.7. Класифікація областей України за рівнем розвитку малого бізнесу: Imp – кількість малих підприємств на 10 тис. населення, од.; Iz – частка зайнятих на малих підприємствах, %; Inp – частка продукції малих підприємств у загальних обсягах реалізованої продукції (робіт, послуг), %

Унаслідок кластерного аналізу (див. рис. 2.7) 2006 р. області України за різним рівнем розвитку малого бізнесу було згруповано у два кластери (табл. 2.4).

До першого кластера ввійшли області, що характеризуються низьким рівнем таких показників: кількість малих підприємств на 10 тис. населення, частка зайнятих у малому бізнесі до загальної кількості зайнятих в економіці. Високий рівень має показник частки продукції малих підприємств у загальному обсязі реалізованої продукції (робіт, послуг).

Таблиця 2.4

Кластеризація областей України за рівнем розвитку малого бізнесу

1-й кластер	2-й кластер
Вінницька	АР Крим
Волинська	Дніпропетровська
Донецька	Запорізька
Житомирська	Київська
Закарпатська	Львівська
Івано-Франківська	Миколаївська
Кіровоградська	Одеська
Луганська	Харківська
Полтавська	
Рівненська	
Сумська	
Тернопільська	
Херсонська	
Хмельницька	
Черкаська	
Чернівецька	
Чернігівська	

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

Області, що належать до другого кластера, мають високий рівень за такими показниками, як кількість малих підприємств на 10 тис. населення, частка зайнятих у малому бізнесі до загальної кількості зайнятих в економіці. Низький рівень має показник частки продукції

малих підприємств у загальному обсязі реалізованої продукції (робіт, послуг). Це означає, що в областях, які належать до другого кластера, більша кількість суб'єктів малого бізнесу функціонує у сферах торгівлі, харчування й послуг. Харківська область увійшла до другого кластера.

Малий бізнес завдяки своїм властивостям, таким, як гнучкість, мобільність, швидке реагування й пристосування до постійних коливань економічного середовища, інноваційна спрямованість, має важливе значення у формуванні ринкового середовища із конкурентоспроможними елементами, що вкрай необхідно при сучасних глобалізаційних процесах. Сьогодні малий бізнес в Україні не виконує важливих функцій в економіці країни. Під час оцінювання розвитку малого бізнесу в Україні та її областях було виявлено позитивну динаміку його діяльності, але при більш детальному аналізі у більшості областей спостерігалось зменшення частки малих підприємств у ВВП країни, а у деяких областях – скорочення зайнятості населення у цьому секторі. Малі підприємства областей, що вважались центрами промисловості й науки, функціонують у сферах торгівлі й послуг.

Запропонована методика комплексного оцінювання стану розвитку малого бізнесу дає можливість здійснити аналіз розвитку малого бізнесу в Україні та її областях, виявити специфіку й пріоритетні напрямки розвитку областей, сформулювати проблеми функціонування малого бізнесу й визначити причини виникнення цих проблем.

ВИСНОВКИ

1. Важливою передумовою здійснення радикальних ринкових перетворень, реалізації стратегії економічного зростання в Україні за сучасних умов є становлення й розвиток малого бізнесу. Адже 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 дозволили виявити неоднозначність цих понять і проблему визначення малих підприємств в Україні, що негативно впливає на реалізацію заходів програм державної підтримки розвитку малого бізнесу.

3. На основі аналізу ролі малого бізнесу в розвинених країнах світу й Україні можна зробити висновок, що сьогодні український малий бізнес перебуває в стані зародження й ще не в змозі виконувати своїх основних функцій. Аналіз основних показників діяльності малого бізнесу в Україні виявив чимале відставання показників його функціонування від показників розвинених країн світу.

4. Оцінювання стану малого бізнесу за умов, що склалися, потребує застосування сучасних методів аналізу. Вдосконалення методики комплексного оцінювання рівня розвитку малого бізнесу в Україні та її областях на основі застосування методів SWOT-аналізу, кластерного аналізу й таксономічного методу дало можливість поглибити дослідження рівня розвитку малого бізнесу, комплексно оцінити його стан в Україні та її областях і визначити диспропорції його розвитку. Результати комплексного оцінювання свідчать про те, що на сьогодні малий бізнес у країні не виконує своїх важливих функцій в економіці.

5. Запропонована методика оцінювання рівня розвитку малого бізнесу в Україні та її областях виявила диспропорції у його розвитку та стійку тенденцію до зниження його активності: зберігаються диспропорції у територіальній структурі, зменшується частка малого бізнесу у загальнодержавних обсягах виробництва, погіршуються інші якісні показники його розвитку.

6. Аналізуючи характеристики малого бізнесу в Україні, 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.

7. Застосування запропонованої методики для оцінювання рівня розвитку суб'єктів господарювання інших сфер діяльності дає можливість провести комплексне оцінювання за основними показниками діяльності та за роками, отримати чітку картину їхнього розвитку, визначити фактори негативного впливу на зростання певного сектора економіки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

Анализ финансово-экономического состояния предприятий в сфере малого бизнеса г. Москва. Аналитический отчет № 2/2005 НП «Московский центр развития предпринимательства» [Электрон. ресурс]. — Режим доступа : <http://www.gias.ru>.

Афанасьева Т. П. Анализ состояния внешней среды малого предпринимательства в России (на примере шести пилотных регионов) / Т. П. Афанасьева, В. В. Буев, Т. И. Пуденко. — М. : БИЗНЕС-ТЕЗАУРУС, 2005. — 127 с.

Білоус Г. Малі підприємництва в Україні: сучасний стан та проблеми розвитку / Г. Білоус // Регіональна економіка. — 1999. — № 4. — С. 86—95.

Внукова Н. М. Рейтингові системи оцінки стану та формування стратегій розвитку малого та середнього бізнесу (на прикладі міста Харкова) // Бар'єри та можливості розвитку малого та середнього бізнесу в Україні : матеріали Першої всеукр. міждисц. конф., Київ, 14—15 лютого 2005 року. — № 2 . — С. 37— 46.

Генералов В. В. Анализ программ государственной поддержки предпринимательства / В. В. Генералов, М. В. Лычагин; отв. ред. Г.М. Мкртчян. — Новосибирск : ИЭОПП СО РАН, НГУ, 2004. — 48 с.

Горбатов В. М. Конкурентоспособность и циклы развития интегрированных структур бизнеса : моногр. / В. М. Горбатов. — Х. : ИД «ИНЖЕК», 2006. — 592 с.

Комплексна порівняльна оцінка регіонів за станом розвитку малого підприємництва та його підтримки на місцевому рівні. Державний комітет України з питань регуляторної політики та підприємництва [Електрон. ресурс]. — Режим доступа : <http://www.dkrp.gov.ua>.

Методика проведения SWOT-анализа. Образцы матриц SWOT [Электрон. ресурс]. — Режим доступа: <http://marketing.by/main/school/theory/0012841>.

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

Хаустова В. Е. Моделирование маркетинговой стратегии предприятия на рынках продукции производственно-технического назначения: моногр. / В. Е. Хаустова, Ю. А. Лидовский. — Х. : ИД «ИНЖЕК», 2004. — 176 с.