

СЕКТОР МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ: ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ ТА ЗАВДАННЯ ДЛЯ УКРАЇНИ

Стаття присвячена становленню та розвитку сектору малого та середнього бізнесу. Здійснено поділ розвитку сектору малого та середнього бізнесу на чотири етапи. Визначено період, на якому знаходиться розвиток сектору малого та середнього бізнесу в Україні. Надано рекомендації щодо впровадження заходів, що сприятимуть підвищення частки сектору малого та середнього бізнесу в національній економіці.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: малі підприємства, сектор малого та середнього бізнесу, науково-технічна революція, енергетична криза, Європейський Союз.

У розвинутих країнах сектор малого та середнього бізнесу (СМСБ) є фундаментом економіки. Становлення та розвиток малого та середнього підприємництва (МСП) в цих країнах є, по суті, епохальним явищем, яке спирається на достатньо міцну інвестиційно-фінансову систему його підтримки, динамічну і стабільну економіку, на постійну державну підтримку та широко розгалужену систему державних і приватних замовлень [1, с. 5]. В Україні відбувається поступовий розвиток СМСБ. З прийняттям Закону України від 18 вересня 2008 року «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань регулювання підприємницької діяльності», який гармонізував українське законодавство з європейськими, в Україні розпочнеться новий етап розвитку СМСБ. Саме тому аналіз етапів розвитку СМСБ є досить актуальним.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В літературі навколо питання виникнення і становлення СМСБ відбуваються дискусії. Так, Ткаченко А. І., Лебедева О. А. та Недотко П. А. вважали, що малий та середній бізнес (МСБ) не має об'єктивних основ довгого існування, являється «поступово зникаючим додатком монополій». Такі вчені, як Полетаєв А. В., Савельєва І. М.,

Клименко Л. А., Меншиков С.М. існування значної частини малого бізнесу пов'язували з науково-технічним прогресом (НТП). Дмитриченко Л. І. та Хімченко. А. М, використовуючи методологічні передумови формування малого бізнесу, прослідковували історичні тенденції його розвитку, виділивши певні періоди в його розвитку. В Україні питанням історії розвитку малих та середніх підприємств займалися такі вчені, як З. С. Варналій, Л. І. Воротіна, Я. А. Жаліло та інші.

Більшість досліджень питання історії становлення та розвитку сектору малого та середнього бізнесу стосуються окремо взятої країни або ж торкаються давніх періодів історії. На даному етапі розвитку України важливо простежити весь шлях розвитку СМСБ і особливо звернути увагу на сучасний його етап.

Метою дослідження є узагальнення та доповнення етапів розвитку сектору малого та середнього бізнесу.

В розвитку малого підприємництва, а пізніше сектора малого та середнього бізнесу можна виділити чотири етапи.

Перший етап (1873—1929 рр.) був пов'язаний з формуванням монополістичної структури економіки. Суть динаміки малого бізнесу (МБ) тоді виражалася у витісненні його з господарства, коли воно було конкурентом монополії. В цей же період завершилося формування монополістичної власності, реалізація якої, пов'язана з отриманням монопольного прибутку, вимагала усунення дрібних і середніх аутсайдерів.

Проте і тоді продовжували успішно функціонувати «острови» МБ, де залишалися в силі загальні передумови існування дрібномасштабного виробництва. В той же час з'явилися такі «зародкові форми», які зумовили нові імпульси для малих фірм на наступному етапі їх розвитку. Стали з'являтися і такі категорії малих компаній, які не конкурували з монополією, а працювали на неї в рамках субпідрядної системи, що зароджується. В цей же період (20—30-і роки) в США зародилася система виняткових контрактів з продажу фірмових товарів — «франчайз», яка дала організаційну основу для функціонування великої кількості дрібних закладів у сферах торгівлі і послуг на користь монополій на наступних етапах [2, с. 36].

Другий етап (1929—1974 рр.) у розвитку МБ співпав за часом з першим етапом науково-технічної революції (НТР). Ряд змін у техніці і технології сприяв ефективній діяльності невеликих підприємств. Широке розповсюдження лізингу зробили доступними для малих фірм складні машини і прилади. Під впливом НТР від-

булося кількаразове розширення асортименту і диференціація продукції. Розгортання НТР посилило процес спеціалізації, кооперування виробництва, формувало великий попит на вузькоспеціалізовану продукцію, на її інтелектуальні види, на роль малих підприємств як експериментаторів.

Малі підприємства активно проводили дослідження і розробки, виявляли більше бажання узяти на себе ризик, набагато ефективніше використовували дослідницькі фундації і устаткування, кваліфіковані кадри, тим самим вносили вагомий внесок в інноваційний процес, технологічне оновлення виробництва. Малі підприємства з їх мобільністю в умовах конкуренції нових товарів, коли ринковим чинником стають темпи оновлення асортименту продукції, що випускається, знайшли своє місце в системі господарювання. Вони займалися початковими стадіями нововведення, залишаючи великим підприємствам капіталомісткі стадії промислового розгортання нових виробництв. Досягнення НТП дозволили їм швидко підключитися до наукомістких галузей, не маючи в розпорядженні при цьому великого капіталу

У цьому періоді необхідно виділити й інші нові явища. Вони в подальшому зумовили нові тенденції в розвитку малого бізнесу. Йдеться про комп'ютеризацію, а також появу нових видів послуг (ділових, науково-технічних), які дали в подальшому новий поштовх до розвитку невеликих фірм.

Фактично саме НТР призвела до відродження малого бізнесу, бо істотно підвищила його можливості. Крім того, МБ мав низку істотних переваг:

- а) відкрив великі простори для самовираження особи. Класичним прикладом стало створення персональної ЕОМ;
- б) сприяв зниженню екологічного навантаження;
- в) знижував транспортні витрати і ін.

Стає очевидним, що даний період багато в чому виявився перехідним. Наприкінці періоду відбувся зсув акцентів у розвитку малого бізнесу у бік його перетворення і розвитку на користь монополій. Установився збалансований стан між малим і великим бізнесом. Саме цей період можна вважати піком слави малого бізнесу, тому що для підприємництва усе більш важливою стає швидка і гнучка адаптація внутрішнього і зовнішнього середовища фірм до невизначеного господарського середовища. Підприємці усе більше усвідомлюють необхідність використовувати не тільки переваги спеціалізації, особливу атмосферу зацікавленості, але і можливості, що відкриваються при виробничій кооперації: економія на масштабах, спільні науково-дослідні розробки, поділ ризику.

Третій етап (1974—1993) в розвитку СМСБ почався в період світової енергетичної кризи середини 70-х рр. ХХ ст. Він співпав з часом розгортання другого етапу НТР в індустріальних країнах.

Енергетична криза середини 70-х років особливо сильно сприяла інтенсифікації господарської діяльності. Якщо в 60-х роках в цілому у розвинених країнах кількість зайнятих на новоствореному заводі складала, в середньому 644 особи, то в 80-і роки вже 210 осіб [3, с. 17].

Дві глибокі економічні кризи (1974—1975 рр. і 1980—1982 рр.) прискорили перебудову відносин монополій з малим та середнім бізнесом. У той же час великі корпорації почали брати в свої руки ініціативу створення невеликих компаній, що працюють на головну корпорацію. Вони виводять з своєї структури невеликі підрозділи, даючи їм формальну незалежність (фірми «спін-офф», зовнішні венчури), з метою використовувати підприємницький і людський потенціал, властивий невеликим незалежним компаніям. Монополістичні комплекси фірм одержали подальший розвиток. З'явилися так звані «мережеві корпорації», в яких власне монополія виконувала лише роль плануючого центру, що входить у систему малих і середніх підприємств. Субпідрядна система стала охоплювати велику частину невеликих промислових підприємств (від 70% зайнятих у них в Японії, до 40 % — у провідних західноєвропейських країнах) [2, с. 38—39].

В цей період змінилася структура економіки. Виросла питома вага сфери послуг, як побутових, так і виробничих. В структурі витрат стрімко зростає частка нематеріальних елементів, знизилася роль матеріального виробництва. Життєвий цикл продукту скорочувався у міру розгортання НТП. І це істотно змінило стратегію підприємництва. Вийти на ринок з технологічно новим продуктом, комерційно реалізувати новинку і піти з ринку, замінивши її черговою новиною раніше конкурентів, стало набагато важливіше за дешеву ціну або контроль над ринком.

Змінилася доля індустріальних гігантів. Великий бізнес зберігав певні переваги, але вони лежали в іншій сфері. В економічно розвинених країнах великі підприємства переважали у капіталомістких виробництвах і послугах, середні — опора обробної промисловості, а малі підприємства присутні були у всіх секторах економіки. Також треба прийняти до уваги, що малі підприємства не тільки конкурували з великими підприємствами та корпораціями, а й тісно співпрацювали з ними [4].

Четвертий етап розпочався в 1993 р. і триває по нинішній час.

Усвідомлюючи значущість МСБ, в 1993 р. в ЄС було опубліковано «Білу книгу» [5], в якій зазначалися принципи європейсь-

кої політики та стратегія відносно підприємств. У ній МСБ розглядається як гарантія збереження високого рівня зайнятості, розвиненої системи соціального забезпечення, інтенсивного захисту навколишнього середовища тощо.

Іншим чинником, що визначає політику підтримки МСБ в ЄС, стала Європейська Хартія малих підприємств. Для того, щоб зміцнити позиції підприємництва в ЄС, Хартія розробила заходи, спрямовані на стимулювання підприємництва, проведення оцінки існуючих умов, забезпечення належної уваги до потреб МБ з боку керівних органів [6]. У цьому документі ряд держав і урядів визнають великий потенціал МСБ і розглядають його як ключовий елемент інновацій і створення нових робочих місць.

В 1996 році був здійснений вагомий крок у бік об'єднання МСБ в єдиний сектор. З квітня 1996 року в Брюсселі був прийнятий документ «Рекомендацій Європейських Співтовариств відносно визначення малих і середніх підприємств» [7]. Раніше лише окремі країни, такі як Японія чи Франція використовували термін середнє підприємництво або малий та середній бізнес. Всі ж інші країни в основному користувалися терміном «малий бізнес» і зараховували до малих підприємств тільки ті, що відповідають певним кількісним ознакам. Але в різних країнах ці ознаки різняться. Аналіз законодавства 75 країн світу свідчить про наявність 50 ознак і критеріїв, за якими підприємства зараховуються до малих і середніх.

Згідно Рекомендацій ЄС до «малих і середніх підприємств» відносять підприємства, на яких працює менше ніж 250 осіб або річний оборот не перевищує 40 млн єкю, чи річний баланс у загальній сумі не перевищує 27 млн єкю» [7]. При цьому, зазначається, що в разі необхідності Європейська комісія надає окреме визначення малим та середнім підприємствам, та рекомендує притримуватися визначених критеріїв.

6 травня 2003 р. Європейська Комісія прийняла нові критерії виділення мікро-, малого і середнього бізнесу. У додатку до Рекомендації [8] встановлено, що категорія мікро-, малих та середніх підприємств складається з підприємств, штат яких налічує менш, ніж 250 осіб, річний обіг не перевищує 50 млн євро та/чи сума річного балансу не перевищує 40 млн євро [8].

Дані, які використовуються для підрахунку кількості персоналу та фінансових показників, є такими, що відповідають останньому схваленому звітному періоду та підраховуються на річній основі. При цьому, сума річного обороту обраховується за виключенням податку на додану вартість та інших непрямих податків. У разі виявлення перевищення чи зниження порогових кри-

теріїв щодо кількості персоналу та фінансових показників це не приводить до втрати чи отримання статусу середнього, малого чи мікропідприємства, поки цей максимум не буде розширено на два наступні звітні періоди.

Звичайно це «глобальне» визначення терміну «малі і середні підприємства» має чисто прикладний характер і ніякими чином не дає зрозуміти зв'язок між СМСБ та економічним розвитком, але великою перемогою є факт міжнародного визнання єдності малих та середніх підприємств на основі певних критеріїв.

Сектор малого та середнього бізнесу в Україні знаходиться на самому початку четвертого етапу свого розвитку. Точкою відліку було підписання 18 вересня 2008 року Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань регулювання підприємницької діяльності». Згідно цих змін українське законодавство було гармонізовано з європейським відносно кількісних критеріїв віднесення підприємств до малих та середніх. На даний час в Україні частка СМСБ у ВВП та загальній чисельності зайнятих відповідно складає близько 12—14 % та 20—25 % [9], тоді як у країнах ЄС в середньому ці показники становлять 57,6 % та 67,1 % [10].

Малий та середній бізнес є багатогранним явищем і в суспільстві відіграє як економічну, так і соціальну роль. Для того, щоб цей сектор став рушійною силою економічного прогресу від держави вимагаються наступні кроки: мінімізації прямого втручання у підприємницьку діяльність; створення передбачуваного підприємницького середовища; забезпечення рівних правил гри для всіх учасників конкурентного змагання; ліквідації зайвих адміністративних бар'єрів, на шляху становлення та розвитку; налагодження механізму зворотної реакції на проблеми бізнесу.

Висновки та перспективи.

1) Дослідження розвитку малих та середніх підприємств дозволяє виділити 4 етапи: I) етап становлення малого бізнесу (1873—1928 рр.), який пов'язаний з формуванням монополістичної структури економіки; II) етап активного розвитку малих підприємств під впливом НТР (1929—1973 рр.); III) етап оптимізації взаємодії малих, середніх та великих підприємств та виокремлення сфер діяльності (1974—1992); IV) етап формування єдиного сектору малого та середнього бізнесу (1993—...).

2) Зміни в законодавстві України щодо визначення малих та середніх підприємств мають стати вагомим кроком вперед на шляху розвитку СМСБ. З прийняттям нових критеріїв віднесення підприємств до малих та середніх, що ідентичні європейським, в

Україні розпочався новий, четвертий етап розвитку СМСБ. Вважаємо за необхідне, по-перше, ввести в законодавче поле поняття «мікропідприємства», по-друге, об'єднати мікро-, малі та середні підприємства в єдиний сектор економіки, та, по-третє, паралельно вдосконалити законодавство щодо державного регулювання СМСБ в сфері реєстрації, ліцензування, оподаткування, контролю тощо. Ці заходи сприятимуть збільшенню частки СМСБ в Україні і наближенню їх до високих показників СМСБ в країнах ЄС.

3) Метою економічних реформ в Україні є досягнення такого рівня ефективності, що забезпечив би високу якість життя населення та гідну участь держави у світовому економічному співтоваристві. Важливою умовою досягнення цього є чітке функціонування СМСБ, адже саме він сприяє формуванню конкурентного середовища, встановленню ринкової рівноваги.

Література

1. *Дрига С.* Підтримка малого підприємництва: економічна та соціальна доцільність // Вісник КНТЕУ, № 4,07. — С. 5—12.
2. *Дмитриченко Л. И., Химченко А. Н.* Малыш бизнес в системе предпринимательства. — Донецк: Каштан, 2005. — 180 с.
3. *Ляшенко В. И., Хахулин В. В.* Экономико-правовое обеспечение развития субъектов малого предпринимательства: (Зарубеж. опыт и перспективы его использования в Украине) / Ляшенко В. И., Хахулин В. В.; НАН Украины. Ин-т экон.-прав. исслед. Ин-т экономики пром-сти. — Донецк: Юго-Восток, 2001. — 454 с.
4. *Мазур Р. Д.* Соціально-економічний аспект розвитку малого бізнесу в Україні // Труды Одесского политехнического университета. — № 1. — 2002.
5. www.europeans.org.ua
6. Європейська хартія малих підприємств: Офіційний переклад // www.zakon.rada.gov.ua
7. 96/280/EC: Commission Recommendation of 3 April 1996 concerning the definition of and medium-sized // ec.europa.eu
8. 361/2003/EC: Commission Recommendation of 6 May 2003 concerning the definition of and medium-sized // ec.europa.eu
9. www.dkrp.gov.ua — офіційний сайт комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва
10. Enterprises by size class — overview of SMEs of the EU — Issue number 31/2008 // www.epp.eurostat.ec/evropa.eu