

ція вибраної стратегії посредством адаптованого операційного маркетингу.

Висновок: компаніям необхідно продовжити вивчення ринків країн, які можуть представляти інтерес. Така розробка включає чотири етапи: аналіз локальних потреб в даній країні; глобалізація концепції товару, розробленого локально; адаптація товару до кожної конкретної середовища; реалізація вибраної стратегії посредством адаптованого операційного маркетингу.

Література

1. Холленсен С. Глобальний маркетинг / Свен Холленсен: [Пер. з англ. Е. Носової, К. Юрашкевича]. — Мн.: Нове видання, 2004. — 832 с.
2. Друкер П. Ф. Ринок: як вийти в лідери. Практика і принципи / П. Ф. Друкер. — М.: Знання, 2002. — С. 30—32.
3. Мизес Л. Бюрократія. Запланований хаос. Антикапіталістична ментальність / Л. Мизес. — М.: Діло, 2003. — С. 24.

УДК 334.72: 338.246.025.2

О. О. Олофінський

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІНСТИТУЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Державна політика в різних секторах економіки має будуватися на принципах розуміння кінцевої мети реформування, пріоритет серед яких повинен належати соціальній стабільності суспільства і розумному протекціонізму в тих сферах, де творча ініціатива людей може сприяти підвищенню їхньої власної матеріальної забезпеченості, придбанню високого соціального статусу разом з наповненням державної скарбниці. У цьому плані розвиток інституційного середовища малого бізнесу набуває особливого значення. Під розвинутим інституційним середовищем малого бізнесу мається на увазі наявність або відповідність цивілізованій ринковій економіці формальних і неформальних установ його управління та встановлених обмежень (правил гри) у суспільстві, у рамках яких малий бізнес має можливість інвестувати кошти у власний розвиток і суспільні блага, доступ до яких йому відкритий нарівні з великими суб'єктами господарювання.

Але побудова інфраструктури, властивій ринковій економіці, сама по собі не розв'язує проблеми малого бізнесу. Останній має своє специфічне інституційне середовище, окремі елементи якого унікальні і мають бути створені тільки спеціально для надання допомоги малому бізнесу, наприклад, фонди фінансово-кредитної підтримки малого бізнесу, позички та гарантійні фонди, бізнес-інкубатори, навчальні, інформаційні та консультаційні центри. І хоч найважливіші інститути ринкової економіки: приватна власність, вільне підприємництво, конкуренція й економічні стимули — забезпечують нормальне функціонування будь-якого суб'єкта господарювання, однак, як правило, малий бізнес перебуває в гіршому становищі на ринку, ніж великі підприємства, не тільки через свої специфічні особливості, але й унаслідок того, що має значно менше можливостей інвестувати кошти в створення суспільних благ, що забезпечують його успішне функціонування. Тому тільки держава здатна захистити інтереси малого бізнесу. Такий захист інтересів малого підприємництва держава здійснює, по-перше, за допомогою нормативних правил гри, які забезпечували б малим підприємствам мінімальні транзакційні витрати, вільний і рівний з іншими суб'єктами господарської діяльності доступ до засобів виробництва та інформації, та, по-друге, завдяки створення і підтримці інститутів, здатних забезпечити рівну переговорну силу малих підприємств з іншими економічними агентами за умови посильних інвестицій у розбудову цих інститутів з боку і самих суб'єктів малого бізнесу.

Базовими інститутами, підвалинами інфраструктури малого бізнесу в Україні (на державному і регіональному рівнях), що реалізують державну політику в галузі розвитку малого бізнесу, мають бути: 1) створений державний орган управління і контролю, до складу якого входить фінансовий орган та 2) громадський орган — громадська рада з малого бізнесу [1].

Утім слід зауважити, що наявна базова інфраструктура малого підприємництва в Україні (Державний комітет регуляторної політики і підприємництва, Український фонд підтримки підприємництва, Рада підприємців України при КМ України) має формальний характер з повною відсутністю внутрішніх інституційних зв'язків, що призводить до безсистемності, непослідовності, безпредметності її існування. Тому і виділення коштів державного бюджету на щорічні заходи Національної програми підтримки підприємництва в Україні мають необов'язковий, випадковий і по суті антипрограми характер.

Помилки у формуванні відповідної сучасним ринковим вимогам інфраструктури малого підприємництва в Україні полягають

не тільки у відсутності єдиної державної структури управління розвитком малого підприємництва, а й у нерозумінні вищими ешелонами влади, того що єдиним предметом управління такої державної структури має бути тільки мале підприємництво (у сучасних умовах України доцільно зосередити увагу на малому і середньому підприємству разом). Це переконливо доводить світовий досвід.

У 1953 році у США було заснувано Адміністрацію малого бізнесу — спеціалізовану державну інституцію, єдиним предметом управління якої стало мале підприємництво, а головною функцією — упровадження державної політики розвитку малого підприємництва. Величезний досвід США у цьому питанні став вагомим орієнтиром для європейських країн, Японії, Тайваню, Південної Кореї, Китаю, Індії, країн Латинської Америки, які також заснували в себе відповідні спеціалізовані державні інституції щодо управління процесом розвитку малого та середнього підприємництва.

Незважаючи на різні назви таких інституцій (адміністрації, національні агентства або міністерства розвитку малого та середнього підприємництва), єдиним предметом їх уваги залишається мале та середнє підприємництво, а головним у їхній фаховій діяльності є функціональна спрямованість на реалізацію державної політики розвитку малого підприємництва у своїх країнах. Завданням таких установ є не тільки цільове використання бюджетних коштів своїх країн, спрямованих на розвиток малого і середнього бізнесу, але й постійна розбудова інфраструктури цих секторів економіки за допомогою об'єднання в єдину систему всіх наявних у країні державних, фінансових, комерційних, недержавних, громадських установ, чия діяльність будь-якою мірою спрямована на підтримку малого і середнього бізнесу [2].

Сприятливий клімат для розвитку малого підприємництва в Україні залежить не тільки від ступеня розвитку двох основних складників його інституційного середовища — установлення й удосконалення правових норм, а також розвитку організацій управління, але й від формування і становлення такого важливого інституту, як звичаї, традиції і культура економічної поведінки, що впливають на розвиток підприємництва. Разом з тим без рішучих перетворень у сфері державної політики розвитку малого підприємництва, які тісно пов'язані з інфраструктурною реформацією наявних інститутів його підтримки, процес формування засад ринкової культури поведінки, звичаїв і традицій суб'єктів малого підприємництва може розтягнутися на невизначений час.

Отже, підсумовуючи сказане, можна зазначити таке. Держава повинна активно впливати на інституційне середовище в економіці, позаяк спонтанна селекція інститутів, як переконливо показує еволюційна теорія, далеко не завжди відбирає ліпші, оптимальні варіанти. Навпаки, вона може зміцнити такі інститути, які суперечать інтересам суспільства. Найсерйозніших зусиль в інституційному будівництві має бути докладено державою у сфері малого бізнесу, де економічні агенти через свою роз'єднаність і незначний економічний потенціал окремих членів співтовариства не можуть серйозно впливати на зміну правил гри на свою користь, особливо в умовах високої монополізації економіки, що зберігається. Розвиток малого бізнесу в Україні наочно доводить, що успішно здійснювати його потенціал для створення ефективної розумно регульованої економіки, можна лише спираючись на величезний досвід держав економічної прем'єр-ліги, з неодмінною адаптацією їхніх досягнень до української дійсності, в якій колосальна роль належить інститутам, котрі завжди зазнаватимуть впливу величезної історичної спадщини.

Література

1. *Варналій З. С.* Мале підприємництво: основи теорії і практики. — К.: Товариство «Знання», КОО, 2001. — 277 с.
2. *Черниш О. В.* Міжнародний досвід підтримки і розвитку малого бізнесу. Фінанси України. — 1999. — № 1. — С. 114—117.

УДК 351.711

О. В. Ольшанський

ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ КОМУНАЛЬНОЮ ВЛАСНІСТЮ МІСТА: СПРЯМОВАНІСТЬ НА ВИХІД ІЗ КРИЗОВОГО СТАНУ

Сучасні умови розвитку України, як відомо, характеризуються фінансово-економічною кризою, яка охопила більшість країн світу, що негативно впливає на стан міської економіки, суттєвим сектором якої є місцеве господарство, представлене підприємствами різних форм власності, у тому числі комунальної.

Певні проблеми, що виникають у процесі життєдіяльності територіальних громад у значній мірі обумовлені неефективним