**ТЕМА 3 МАЛЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ**

3.1. Загальна характеристика й особливості малого підприємництва

3.2. Місце та економічна роль малого підприємництва в умовах ринку

3.3. Тенденції та особливості розвитку малого бізнесу в Україні

3.4. Державна підтримка малого підприємництва

**3.1. Загальна характеристика й особливості малого підприємництва**

***Об'єктивна необхідність малого підприємництва***

Світовий досвід свідчить, що економіка розвинених країн ба­зується на історично сформованому конкурентному ринковому середовищі. Вона являє собою складну збалансовану структуру, основою якої є великий бізнес, який охоплює потужні корпорації, компанії, фірми, доповнюється структурами середнього бізнесу, а ті, у свою чергу, густою мережею малого бізнесу, що завдяки своїй гнучкості і мобільності заповнює всі суспільні ніші і зами­кає господарсько-технологічні ланцюги. ***Великий, середній та малий бізнес є трьома китами сучасної економічної системи будь-якої розвиненої країни. При цьому корпорації утворюють«скелет» розвиненої економіки, а середні та малі підприємства — її «м'язи».***

Одне без другого існувати не може. Якщо великі підприємства забезпечують впровадження науково-технічного прогресу, прог­ресивних наукоємних технологій, здійснюють широкомасштабну інвестиційну діяльність, то мале підприємництво виконує інші соціальні та економічні функції. Загальновідомо, що розвинена економіка ґрунтується на малому бізнесі, завдяки якому мільйо­ни людей у всьому світі реально впливають на економічне життя власних країн.

Сектор малого бізнесу завжди був органічною складовою ринкової системи господарювання, оскільки в ній є об'єктивні умови, сприятливі для його розвитку:

регіональна диференціація ринку;

необхідність певного спеціалізованого ремесла;

важливість і зручність обслуговування клієнтів;

 циклічність попиту тощо.

 ***Отже, розвиток малого бізнесу зумовлений об'єктивними причинами, а не специфічними особливостями окремих країн.***

Однією з причин успішного розвитку малого підприємництва в країнах з розвиненою економікою є те, що велике виробницт­во не протиставляється малому. Тут дотримується принцип гар­монійного поєднання великих і малих суб'єктів господарюван­ня, за якого великі підприємства не пригнічують малий бізнес, а взаємодоповнюють один одного. У постсоціалістичних країнах проблеми становлення та розвитку малого бізнесу набирають ще більшої актуальності. В Україні модель такої структури економі­ки є метою і результатом процесів трансформації та доповнень до успадкованої економіки. У свою чергу малий бізнес являє собою сектор економіки, формування якого може рішуче вплинути на потужний розвиток України.

***Визначення термінів***

Формування сектору малого бізнесу та його ефективне функціонування неможливе без знання теорії і практики прийняття рішень у цьому секторі ринкової економіки. Розв'язання цієї проблеми потребує правильного розуміння і однозначного тлу­мачення поширених і використовуваних у цій галузі термінів: мале підприємництво; малий бізнес; мале підприємство; підприємець — фізична особа. На сьогодні існує проблема розмежування цих термінів. У зв'язку з цим розглянемо названі поняття.

***Мале підприємництво***— це самостійна, систематична, інноваційна діяльність певних суб'єктів господарювання незалежно від форми власності, на власний ризик з метою задоволення потреб споживача та отримання економічної вигоди. ***Суб'єктами малого підприємництва***є малі підприємства і фізичні особи, тобто приватні підприємці.

**Особливістю малого підприємництва є діалектична єдність власності, управління і контролю в особі суб'єкта підприємниць­кої діяльності, в основі якої лежить, як правило, приватна влас­ність на всі складові виробництва продукції (надання послуг) — засоби виробництва, результати праці, а також землю.**

Мале підприємництво є ефективною формою реалізації при­ватної і колективної власності. Саме цей сектор економіки інди­відуалізує власність, робить розпорядження нею найнаочнішим, конкретним. Мале підприємництво ґрунтується переважно на осо­бистій праці його членів, які заінтересовані в нарощуванні та збіль­шенні власності.

Сутність малого підприємництва полягає в його внутрішніх потенційних можливостях саморозвитку, самовдосконалення, що забезпечують розроблення та реалізацію ефективного механізму ринкового господарювання, використання різноманітних форм реалізації приватної власності. Враховуючи внутрішні переваги, що базуються на потенційних можливостях, мале підприємницт­во стає найактивнішим, провідним, а отже, системоутворюючим елементом формування і реалізації приватної власності.

Термін **«малий бізнес»** вживається в основному в англомов­них країнах, а в Японії та країнах Західної Європи частіше вико­ристовують поняття «малі та середні підприємства».

***Малий бізнес* є однією з форм реалізації підприємницької ініціативи.** Під малим бізнесом розуміють діяльність будь-яких малих підприємств та окремих громадян (фізичних осіб) з метою отримання прибутку. Така діяльність не обов'язково має бути ри­зикованою та інноваційною. Саме в цій якісній характеристиці і полягає відмінність між термінами «мале підприємництво» і «малий бізнес».

Економічна сутність малого бізнесу полягає в тому, що останній є особливим сектором бізнесу, пов'язаним із функціонуванням малих підприємницьких структур будь-якої форми власності і відповідної організаційно-правової форми з метою одержання прибутку. Сектор малого бізнесу існує завдяки розгалуженій системі малих підприємств.

**Не слід ототожнювати терміни «малий бізнес» і «мале підприємство». Поняття «малий бізнес» характеризує певний економічний процес, а малі підприємства є реальними суб'єктами підприємницької діяльності і визначають лише кількісні їх параметри.**

Термін ***«мале підприємство»***відносне і характеризує лише величину підприємства. Отже, мале підприємство — це організа­ційно-економічний вид підприємств, що класифікуються за пев­ними ознаками (показниками).

В Україні малими (незалежно від форми власності) визнають­ся підприємства, в яких середньооблікова чисельність працюю­чих за звітний (фінансовий) рік не перевищує п'ятдесяти осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за цей період не перевищує сімдесяти мільйонів гривень.

У різних країнах використовують неоднакові класифікаційні ознаки (критерії) віднесення підприємств до категорії малих. Досвід зарубіжних країн свідчить, що специфічними ознаками малих підприємств слід вважати певні класифікаційні парамет­ри, що розрізняються і варіюють залежно від національних та регіональних особливостей, галузевої належності та інших фак­торів.

**У світовій практиці сформувались три основні підходи до визначення малого підприємства — кількісний, якісний та комбіно­ваний.**

У разі використання кількісного підходу застосовують такі доступні для аналізу критерії, як кількість працівників, річний обсяг продажу, розмір статутного капіталу, балансова вартість активів тощо. Головна перевага кількісного підходу полягає в зручності і порівняній легкості його використання. Недоліком цього методу є його абсолютність, відсутність теоретичного об­ґрунтування встановлених меж показників, складність порівня­льного аналізу по галузях промисловості або по окремих країнах.

За якісного підходу використовуються для аналізу якісні показники, що базуються на суб'єктивних узагальненнях і досвіді. Якісні визначення застосовуються не стільки для точного відок­ремлення понять малого та великого підприємства, скільки для дослідження корисних узагальнень, властивих малим та великим фірмам.

Болтонським комітетом, створеним у Великобританії в 1971 ро­ці, були визначені такі економічні критерії малих підприємств:

* володіння відносно невеликою часткою ринкового простору його сфери діяльності; здійснення управління підприємством його власником, а не за допомогою формалізованої управлінської структури найманих менеджерів;
* незалежність підприємства, тобто воно не повинно входити в склад великих організацій.

Якісний підхід цікавий передусім тим, що розглядає малу фірму не як зменшений варіант великої, а як організацію, діяльність якої якісно відрізняється від діяльності великих підприємств низкою характеристик: великою мірою невизначеності, потенційно вищою спроможністю до впровадження інновацій, постійним розвитком і адаптивністю до змін.

На практиці найчастіше застосовується комбінований підхід, що полягає у використанні окремою країною одночасно кількісних та якісних критеріїв.

Світова практика господарювання поки що не дала універсального визначення малого підприємства і не обґрунтувала єдиних критеріїв щодо малого бізнесу (табл. 3.1).

*Таблиця 3.1*

КРИТЕРІЇ ВІДНЕСЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ ДО КАТЕГОРІЇ МАЛИХ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Країна | Критерії | Примітка |
| Велика Британія | — оборот;— активи;— середня чисельність зайнятих | відповідно до законодавства ма­ле підприємство повинне від­повідати двом із трьох крите­ріїв; крім того значення показ­ників значно відрізняються за­лежно від галузі |
| СполученіШтатиАмерики | — керуються незалежнимивласниками;— не займають домінуючого положення на ринку;— чисельність зайнятих;— річний оборот | кількісні критерії встановлю­ються для кожної галузі згідно із Стандартним класифікато­ром |
| Європей­ський Союз | — кількість зайнятих;— річний оборот;— сума балансу | у ряді випадків застосовуються також національні критерії кож­ної країни учасниці |
| Німеччина | — чисельність працівників;— річний оборот | нема офіційного визначення малих підприємств; конкретні кількісні параметри критеріїв використовуються для різних видів і схем підтримки |
| Італія | — чисельність працівників;— розмір капіталу;— підприємство не є дочірнім | кількісні параметри критеріїв встановлюються Міністерством промисловості |

Кількісні параметри критеріїв віднесення підприємств до ка­тегорії малих у різних країнах значно відрізняються і можуть змінюватися час від часу. Так, наприклад, Європейською Комісі­єю з 1-го січня 2005 року використовуються нові положення та норми для визначення малого підприємства (табл. 3.2).

*Таблиця 3.2*

**КРИТЕРІЇ ВІДНЕСЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ ДО КАТЕГОРІЇ МАЛИХ, ЩО ВИКОРИСТОВУЮТЬСЯ ЄВРОПЕЙСЬКОЮ КОМІСІЄЮ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Категорія суб'єктаМалого підприємництва | Кількістьпрацівників,осіб | Оборот, мли євро | Баланс, млн євро |
| Середні | <250 | 50 (у 1996 р. - 40) | 43 (у 1996 р.- 27) |
| Малі | <50 | 10 (у 1996 р.-7) | 10 (у 1996 р.- 5) |
| Мікро | <10 | 2 (у 1996 р.- не визначалось) | 2 (у 1996 р. - не ви­значалось) |

До суб'єктів малого підприємництва належать також ***підприємці* — *фізичні особи* — це громадяни, які здійснюють систематичну (зареєстровану) підприємницьку діяльність без створення юридичної особи.**

Таких суб'єктів малого підприємництва відносять до особливої категорії — так званого дрібного підприємництва. їх економічний інтерес — одержання прибутку — реалізується через виробництво і продаж продукції, надання послуг, виконання робіт. У процесі своєї діяльності вони вступають у спільні ділові відносини з клієнтами, а також з іншими суб'єктами ринкової економіки.

***Отже, мале підприємство — це відносно самостійна форма організації підприємницької діяльності з власними закономірностями розвитку, які і вирізняють його на тлі середнього та великого бізнесу.***

***Переваги й недоліки малого бізнесу***

Мале підприємництво як найтиповіша форма організації економічного життя суспільства в умовах ринкової економіки має як переваги, так і певні недоліки.

**До *переваг малого бізнесу***відносяться:

* швидка адаптація до місцевих умов та гнучкість реагування на будь-які зміни;
* велика незалежність дій, оперативність у прийнятті і вико­нанні прийнятих рішень;
* відносно невеликі витрати на управління діяльністю;
* великі можливості для реалізації ідеї, схильність до ново­введень;
* менша потреба в капіталі; можливість швидко проводити зміни в виробництві у відповідь на потреби ринку;
* висока оборотність власного капіталу;

■ безпосередній контроль власника за всіма процесами.

Таким чином, малий бізнес має чимало переваг порівняно з великими підприємствами, якими керує бюрократичний адміні­стративний апарат. Це обумовлено тим, що специфіка роботи ма­лих фірм забезпечує їм краще знання своїх постійних клієнтів, яких значно менше, ніж у середніх і великих за масштабами під­приємств. Завдяки невеликому розміру і меншій кількості клієн­тів, вони швидше реагують на зміни попиту ринку і можуть гнуч­кіше й оперативніше керувати своїм бізнесом.

Поряд із перевагами малому бізнесу притаманні й певні недоліки. ***До недоліків малого бізнесу* належать:**

* обмеженість фінансових ресурсів;
* висока залежність від ринкової кон'юнктури;
* нестабільність доходів;
* висока вразливість до несприятливих економічних факторів (інфляції, циклічних коливань, податкового тиску тощо);
* високий рівень ризику втрати власного капіталу та майна;
* обмежена частка ринку;
* залежність від великих компаній;
* труднощі в одержанні додаткових фінансових коштів і кре­дитів;
* труднощі найму кваліфікованого персоналу;
* низька компетентність керівників; великі фізичні та психо­логічні навантаження.

Світовий досвід стверджує, що сектор малого підприємництва є невід'ємною і найдинамічнішою складовою у структурі суспіль­ного виробництва в країнах з ринковою економікою.

Малі підприємства сприяють поступовому усуненню залишків адміністративно-командної системи управління та формуванню ринкової економіки країни. Вони стають невід'ємним елементом ринкової економіки.

Відродження підприємницької діяльності в Україні — це унікальне явище в нашій історії. Його унікальність полягає в тому, що підприємницька діяльність виникла і розвива­ється не еволюційним шляхом, як у країнах з традиційною рин­ковою економікою, а в результаті економічної революції, зламу жорсткої, централізованої, планової економіки.

**3.2. Місце та економічна роль малого підприємництва**

**в умовах ринку**

Досвід індустріально-розвинених країн з ринковою економі­кою підтверджує, що мале підприємництво — об'єктивна умова становлення та розвитку ринку й досягнення економічного успі­ху. Показниками, які характеризують місце і роль малого підпри­ємництва в структурі ринкової економіки, є передусім його кіль­кісні параметри:

* частка малих підприємств у загальній кількості підприємств;
* кількість малих підприємств на одну тисячу населення;
* зайнятість населення в секторі малого бізнесу;
* частка у виробництві валового внутрішнього продукту.

Досвід ринкових країн свідчить, що вищезазначені показники є достатньо високими, а малі підприємства відіграють важливу роль у їх соціально-економічному житті, забезпечуючи більш ніж дві третини товарообігу та зайнятості населення. Певна річ, що неможливо привести об'єктивні статистичні дані про кількість суб'єктів малого підприємництва в різних країнах, оскільки щорічно тисячі фірм створюються і в той же час тисячі ліквідують­ся. Але те, що малий бізнес посідає значне місце і виконує велику роль в економіці розвинених країн, спостерігається однозначно. Про це свідчать дані табл. 3.3.

*Таблиця 3.3*

СТАН РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В ДЕЯКИХ КРАЇНАХ

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Країна | Кількість МСП\*на тисячу населення,підприємств | Частка зайнятиху МСП у загальнійчисельностізайнятих, % | Частка МСПу ВВП країни, % |
| США | 74,2 | 54 | 50—52 |
| Японія | 49,6 | 78  | 52—55 |
|  Велика Британія | 46 | 49 | 50—53 |
| Німеччина | 37 | 46 | 50—54 |
| Італія | 68 | 73 | 57—60 |
| Франція | 35 | 54 | 55—62 |

\* В зарубіжних країнах статистичні дані по сектору малого бізнесу наводяться, вра­ховуючи малі та середні підприємства (МСП)

Дані таблиці свідчать, що в розвинених країнах малий бізнес не поступається великому за часткою виробленого ВВП. Проте, специфіка його економічного внеску в народногосподарський механізм полягає не тільки і не стільки в долі у ВВП, скільки у виконанні специфічних економічних функцій, які не можуть бути притаманні великим підприємствам. **Саме малий бізнес здатний найоперативніше реагувати на кон'юнктуру ринку і у такий спосіб надавати ринковій економіці необхідної гнучкості**. Ця його властивість набуває особливого значення в сучасних умовах, коли відбувається швидка індивідуалізація і диференціація споживчого попиту, розширення номенклатури товарів і послуг, що виробляються та надаються. Диверсифікована пропозиція товарів і послуг надається саме малим бізнесом. Малі підприємства завдяки своїй наближеності до споживачів здатні забезпечувати випуск товарів малими серіями, заповнюючи наявні на ринку пустоти необхідною продукцією, і задовольняти попит споживачів.

Отже, мале підприємництво насправді не є «малим», якщо брати до уваги його соціально-економічну роль у структурі ринкової економічної системи.

**Його роль у житті суспільства полягає в тому, що воно:**

* є провідним сектором і найменш бюджетомістким засобом ринкової економіки;
* *слугує* джерелом наповнення як державного, так і місцевих бюджетів;
* *складає* основу дрібнотоварного виробництва;
* *впливає* на темпи економічного розвитку, структуру та якісну ха­рактеристику ВВП;
* *здійснює* структурну перебудову економіки, швидку окупність витрат;
* *забезпечує* насичення ринку товарами, продуктами та послугами, реалізацію інновацій;
* *підвищує* експортний потенціал країни;
* *створює* додаткові робочі місця;
* *реагує* на зміну кон'юнктури ринку та придає економіці необхідну гнуч­кість;
* *характеризується* високою мобільністю та раціональними формами управління;
* *формує* новий соціальний прошарок — «середній клас»;
* *сприяє* послабленню монополізму, розвитку конкуренції;
* *є інструментом розв'язання* соціальних проблем і чинником стабільності зростання економіки та підвищення конкурентоспроможності країни;
* *вважається* одним із чинників забезпечення національної економічної безпеки.

Отже, мале підприємництво виконує вагому, а в деяких відношеннях і вирішальну роль у забезпеченні соціально-економічного прогресу країни. Як свідчить досвід, у трьох напрямах великий бізнес не спроможний замінити малий бізнес — в інноваційному, в забезпеченні зайнятості населення, у спроможності до швидкої перебудови. Без малих підприємств практично неможливо збалансувати економіку, наситити ринок товарами та послугами, особливо новими тощо.

**3.3. Тенденції та особливості розвитку малого бізнесу в Україні**

***Етапи становлення сектора малого бізнесу***

В Україні продовжується процес радикального перетворення державної економічної системи в ринкову систему зі змішаною економікою. Цей процес є принципово новим, оскільки у світі ще не спостерігалось подібне соціально-економічне явище не тільки за масштабами, а й за змістом — трансформації неринкової за своєю сутністю економічної системи у ринкову.

Вирішення існуючих суперечностей можливе передусім шляхом розвитку підприємництва, особливо малого і середнього, яке конче потрібне не тільки для реалізації далекосяжних цілей та побудови соціально орієнтованої ринкової економіки і демократичного суспільства, а й для створення його фундаменту — середнього класу.

Україна має порівняно невеликий досвід створення і функціонування сектору малого бізнесу. Його становлення має два основні ***джерела (способи) формування***— самоініціатива і самоорганізація суб'єктів підприємництва в межах законодавства, а також комерціалізація, приватизація та реструктуризація державних підприємств. Останнім часом все більше розвивається самоініціатива, оскільки можливості малої приватизації практично вичерпані.

**Науковці на основі систематизації досвіду розвинених країн виділяють чотири етапи становлення сектору малого бізнесу:**

1) зародження;

2) бурхливе зростання;

3) насичення;

4) саморегуляція з відповідними структурними перетвореннями.

 За оцінками експертів перша фаза триває 1—2 роки, друга — 2—3 роки, третя — менше року. Це означає, що якби процеси перетворення в Україні проходили оптимально, то вже до кінця 90-х років сектор малого бізнесу повинен був досягти третього етапу — насичення за кількісними характеристиками.

Малий бізнес як самостійне соціально-економічне явище існує в Україні не так давно. В його розвитку за цей період можна виокремити чотири етапи:

* зародження (1986—1990 роки);
* бурхливе зростання (1990—1993 роки);
* падіння темпів зростання (1994—1996 роки);
* поступове насичення з елементами саморегуляції (з 1997 року).

***Етап зародження***

До початку процесу перебудови в СРСР у 1985—1986 роках в Україні не було сектору малого та середнього бізнесу в тому розумінні, яким він є в західних країнах. **По-перше**, в країні законодавчо не було визнано право приватної власності, тому всі підприємства були державними. **По-друге**, в усіх сферах господарської діяльності переважали великі підприємства.

Процес утворення сектора малого бізнесу розпочався у 1986— 1988 рр. після дозволу займатися індивідуально-трудовою діяльністю. Характерною рисою перших років економічних реформ було утворення малих підприємств та кооперативів на базі відповідно державної та кооперативної форм власності.

***Етап бурхливого зростання***

Найактивніший розвиток малого бізнесу в різних організаційно-правових формах відбувався в 1991—1993 роках після прийняття основного пакета законів — «Про власність», «Про підприємства в Україні», «Про підприємництво» та інші. В цей період відбувався бурхливий розвиток приватного сектору економіки, який супроводжувався зростанням кількості малих підприємств.

Найбільше зростання кількості малих підприємств припадає на 1991 рік (їх кількість збільшилась у 20 разів). У 1992—1993 роках темпи зростання кількості малих підприємств уповільнились, однак у цілому залишалися достатньо високими, відповідно 250 % та 148 %. Разом з тим, значно зменшилась (майже в три рази) кількість кооперативів, що в основному пояснюється зміною їх правового статусу — перереєстрацією в малі підприємства.

Абсолютне зростання сектору малого бізнесу на тлі загального падіння обсягів виробництва та кризового стану багатьох великих підприємств у 1991—1993 роках свідчить про значний внутрішній потенціал малого бізнесу, про можливості населення України забезпечити власними силами свою економічну самостійність.

***Етап падіння темпів зростання***

Розвиток малого бізнесу в Україні, починаючи з 1994 року, кількісно та якісно відрізняється від його розвитку на попередньому етапі. Економічна ситуація особливо негативно вплинула на сектор малого бізнесу. До факторів, що справили найбільший вплив на його розвиток у той час відносяться: стрімка інфляція; недосконалість нормативно-правової системи, фінансово-кредитної політики та оподаткування; відміна податкових пільг для новостворених малих підприємств.

Передовсім, вплив негативних явищ в економіці країни відобразився на динаміці кількості малих підприємств. При абсолютному збільшенні їх кількості темпи їх створення постійно уповільнювались. Якщо в 1993 році кількість діючих малих підприємств порівняно з попереднім роком зросла майже в 1,5 разу, то в 1994 р.— лише на 6 %, у 1995 р. — на 14 %, а в 1996 р. — на 1,6 %.

***Етап поступового насичення з елементами саморегуляції***

В 1997 році в секторі малого бізнесу відкрилося «друге дихання». Це, передусім, було пов'язане із закінченням періоду галопуючої інфляції та з введенням наприкінці 1996 року національної грошової одиниці — гривні. Проте навіть такі позитивні зрушення в економіці країни вже не змогли повернути темпи приросту кількості малих підприємств до рівня 1993 року. Така тенденція зберігається і до сьогодні — за останні п'ять років збільшення кількості малих підприємств до попереднього року становить близько чотирьох відсотків (2003—3,9 %, 2004—4,1 %,

2005 р.4,1 %, 2006 - 4,2 %).

Позитивною тенденцією є поступове збільшення протягом останніх років частки реально діючих малих підприємств у загальній кількості офіційно зареєстрованих. Якщо за офіційною статистикою в 1996 році звітували про результати своєї діяльно­сті лише 23,3 % від зареєстрованих в органах державної статистики малих підприємств, то вже в 1999 р. цей показник скла­дав 40 %, а в 2000 р.—72 %. Питома вага діючих підприємств у 2006 році дорівнювала 67,1 %. У цілому ж позитивний характер цієї тенденції не може бути визнаний задовільним. Скоріше таке співвідношення реально діючих і зареєстрованих малих підприємств слід розглядати як особливість сектору малого бізнесу України порівняно з розвиненими країнами світу.

Розглянемо детальніше структуру та динаміку розвитку сектору малого бізнесу в Україні.

***Структурна характеристика та тенденції розвитку малого бізнесу***

Одним із основних показників, що характеризує розвиток цього сектору економіки, є *динаміка кількості суб 'єктів малого підприємництва.* За даними офіційної статистики на 1.01.2007 року в Україні зареєстровано 307 тис. малих підприємств *з середньорічною чисельністю працівників* на них 1,7 млн осіб, що становить 9,6 % від загальної кількості зайнятого населення працездатного віку. Крім того, в секторі малого бізнесу зайнято 2,6 млн суб'єктів підприємницької діяльності — фізичних осіб, що становить 13,5 % працездатного населення. Суттєва різниця між відносно невеликою кількістю юридичних осіб — підприємств та значно більшою кількістю підприємців — фізичних осіб пояснюється сприятливішим регуляторним та податковим режимом для індивідуальних підприємців.

У розвинених країнах на сектор малого бізнесу припадає в середньому 50 % усіх зайнятих. Як свідчать вищенаведені дані офіційної статистики, в секторі малого бізнесу України на сьогодні працює поки що близько 23 % загальної кількості працездатного населення. Невиправдано малим порівняно з розвиненими країнами продовжує бути і показник обсягу реалізації малими підприємствами в загальному *обсязі реалізації* України — всього на суму 90,3 млрд грн, що становило 4,8 % (у 2006 році).

Проаналізувавши середньорічну кількість зайнятих у малому бізнесі, слід відмітити такі тенденції. Абсолютне збільшення кількості малих підприємств в Україні відбувається без адекватного зростання чисельності працівників. ***Середня чисельність працівників на одному підприємстві* протягом 1998—2006 років скоротилася з 10 до 6 осіб і ця тенденція продовжує зберігатися.**

Характеризуючи зміни у структурному співвідношенні малих **підприємств *за формами власності,***слід зазначити, що постійно зменшується частка підприємницьких структур, які були засновані на державній та комунальній власності і збільшується частка приватної форми власності різних організаційно-правових форм. На початок 2006 року структура малих підприємств за формами власності була такою: малі підприємства приватної форми власності становили 96 %, державної — менше 1 %, комунальної — близько 3 % від загальної кількості малих підприємств. Якщо розглянути структуру підприємств за організаційно-правовими формами, то найбільшу частку становлять товариства з обмеженою відповідальністю — близько 30 % і приватні підприємства — 23 %.

Акціонерні товариства становлять близько 4 %, а всі інші форми складають незначні частки в загальній кількості підприємств.

Через свої специфічні особливості малий бізнес має яскраво виражену регіональну орієнтацію і є важливим чинником оптимізації структури регіональної економіки. Малі підприємства планують та здійснюють свою діяльність виходячи з потреб насамперед місцевого (регіонального) ринку, обсягу та структури локального попиту.

Сектор малого бізнесу в Україні має свою специфіку і *в* ***регіональному аспекті****.* Дані офіційної статистики свідчать, що останнім часом регіональна структура малого бізнесу зазнала змін. Так, у 2006 р. найбільше малих підприємств функціонувало в м. Києві, Автономній Республіці Крим, м. Севастополі, Харківській та Львівській областях. Донецька та Дніпропетровська області, що були постійними лідерами за кількістю суб'єктів малого підприємництва, поступилися своїм південним сусідам.

У ряді регіонів, де рівень безробіття значно вищий ніж у середньому по країні, сектор малого бізнесу ще не став головним чинником розвитку прогресивних ринкових відносин, сумлінної конкуренції, заінтересованості інвесторів, становлення приватної власності, поновлення зайнятості вивільнених робітників тощо. Найменш розвиненими з погляду малого бізнесу в 2006 році були Тернопільська, Рівненська, Чернігівська та Луганська області, в яких кількість малих підприємств на 1 тис. працездатного населення не перевищує 4,4. Значення цього показника поки що залишається незадовільним порівняно не лише з розвиненими країнами (див. табл. 3.1), а й із середнім показником по Україні — 6,6 малих підприємств на 1 тис. населення.

**Розподіл малих підприємств за регіонами характеризується двома рисами:**

 **по-перше**, в розвинених обласних центрах зосереджено 70 — 80 % малих підприємств, а на решті території 20 — 30 %;

 **по-друге,** кількість малих підприємств в областях залежить від багатьох факторів, основними з яких є:

* економічний потенціал регіону, географічне положення і величина міста (області);
* рівень розвитку ринкової інфраструктури;
* наявність ресурсів; розвиненість комунікацій;
* традиції населення;
* сприяння органів місцевого самоврядування тощо.

Аналіз динаміки кількості малих підприємств за галузями економіки свідчить, що відбувається перерозподіл інтересів підприємців щодо окремих галузей. У 2006 році найбільша кількість малих підприємств (36 %) працювала в сфері оптової та роздрібної торгівлі, а їх частка в загальному доході малих підприємств становила майже половину (47,1 %). Останнім часом широко розгорнули свою діяльність малі підприємства, що працюють з нерухомістю. Частка підприємств, що займаються таким видом діяльності, складала 18,6 %. У реальному виробничому секторі економіки — промисловості — частка малих підприємств становила близько 15 %. Така частка зберігається практично незмінною протягом багатьох років. У той же час має місце тенденція зменшення частки малих підприємств сфери оптової та роздрібної торгівлі (з 46,4 % у 2000 р. до 34,4 % у 2005 р.).

Вищезазначені тенденції у галузевому розподілі малих підприємств об'єктивно обумовлені станом зовнішнього середовища, коли малі підприємства намагаються сконцентрувати всі свої ресурси на найбільш рентабельних та найменш ризикованих напрямах діяльності, а саме на торгівлі та посередництві.

Як свідчить досвід розвинених країн світу, серед усього спектра напрямів господарювання у сфері малого підприємництва найбільш перспективними та корисними для економіки України є виробництво та надання послуг. Адже саме малий бізнес сприяє послабленню монополізму та розвитку конкуренції, забезпечує швидшу порівняно з великим бізнесом реалізацію інновацій, вен­чурних проектів, створює додаткові робочі місця, ефективніше використовує місцеві сировинні ресурси, що часто не приваблюють представників великого бізнесу.

Досягнутий на сьогодні рівень розвитку малих підприємств свідчить, що їх бракує для подолання дефіциту, для створення конкуренції великому державному виробництву і недопущення монопольних тенденцій серед самих малих підприємств. Як свід­чить світовий досвід, для того щоб досягти суттєвих якісних змін у структурі вітчизняної економіки, для створення конкурентного середовища необхідно мати **«критичну масу»** малих підприємств, за якої якісно змінюється статус цього сектору та його вплив на економіку в цілому.

**Під *критичною масою* розуміють** таку кількість малих підприємств, за якої починає діяти ефект саморегулювання, самозабезпечення та самопідтримки, і сектор малого бізнесу стає реальним конкурентом сектору великих корпорацій.

Критична маса може визначатися виходячи із загальноприйнятого в міжнародній практиці за умов нормального функціонування економіки індикатора «щільності» малих підприємств — одне діюче мале підприємство на 30—50 мешканців певної території.

За іншою методикою критична маса визначається виходячи з показника кількості малих підприємств на одну тисячу населен ня. Для західних країн цей показник у середньому становить 50 малих та середніх підприємств на одну тисячу населення (в країнах ЄС цей показник складає 45, а в США — 74 підприємств). Для України цей показник у 2006 році дорівнював близько 6,6 діючих малих підприємств на 1 тис. населення. Слід звернути увагу, що тут не враховано середні підприємства, які в Україні не виділялися до 2004 року і, відповідно, які не обліковувалися державною статистикою.

Отже, поки що цей показних все ще не дотягує до розрахованої експертами необхідної критичної маси малих підприємств в Україні — 12—15 на 1 тис. осіб, у разі формування якої можуть бути заповнені ринкові ніші, що утворились унаслідок трансформації економіки.

Якщо взяти за орієнтири розміри сектору малого бізнесу в розвинених країнах, то відповідно до масштабів країни та чисельності населення Україна, на думку науковців, повинна в фазі зростання сектору малого бізнесу мати близько 2 млн малих підприэмств і, як мінімум, 9 млн зайнятих у ньому, включаючи і підприємців — фізичних осіб. Саме за таких кількісних показників цього сектору й буде відчутним якісний результат від його функ­ціонування, який засвідчить настання етапу повної саморегуляції і, відповідно, неактуальності державної підтримки.

***Особливості становлення та проблеми розвитку малого бізнесу***

Тенденції розвитку малого бізнесу в Україні свідчать про *особливості,* через які він відрізняється від цього сектору економіки в розвинених країнах. Ці особливості пояснюються непростими умовами, що склалися на момент становлення й розвитку вітчиз­няного малого бізнесу — зміна політичного та економічного устроїв у державі і, як наслідок, економічна криза. До головних особливостей можна віднести такі:

* поєднання в межах одного підприємства кількох видів підприємницької діяльності, неможливість у більшості випадків орієнтуватися на однопродуктову модель розвитку, що спричинене в основному економічною нестабільністю та частими змінами і недосконалістю законодавства;
* прагнення до максимальної самостійності, в той час як більшість зарубіжних малих підприємств працює в умовах субпідряду, франчайзингу тощо; загальний низький технічний рівень, застосування застарілих технологій на вітчизняних малих підприємствах у поєднанні зі значним інноваційним потенціалом;
* високий рівень кваліфікації кадрів малого бізнесу завдяки переходу фахівців із державного сектору економіки;
* низький управлінський рівень, недостаток знань та досвіду роботи в умовах ринкових відносин, а також низький рівень внутрішньої взаємодії і самоорганізації суб'єктів малого підприєм­ництва;
* нерозвиненість елементів інфраструктури малого підприємництва.

Разом з цим, вітчизняні підприємці мають високий ступінь пристосування до складної економічної системи, яка характеризується дезорганізацією в державному управлінні та рівнем криміналізації суспільства. Набутий досвід становлення і функціонування сектору малого бізнесу в Україні свідчить про наявність певних викривлень у його розвитку.

***Головними причинами* стримування процесу розвитку малого підприємництва в Україні є:**

* відсутність належного і стабільного нормативно-правового забезпечення функціонування малого біз­несу;
* нерозвиненість інфраструктури малого підприємництва;
* недосконалість і нестабільність механізмів реалізації державної політики щодо підтримки малого підприємництва;
* невиважена податкова політика;
* обмеженість матеріально-фінансових ресурсів;
* недостатні темпи та деякі перекоси в процесі реформування власності;
* недосконалість системи реєстрації, ліцензування, облі­ку та статистичної звітності;
* недостатня самоініціатива місцевих органів самоврядування.

На тенденції розвитку суб'єктів малого підприємництва продовжує впливати негативна динаміка ***таких макроекономічних чинників,*** як обмеженість внутрішнього попиту; млява інвестиційна активність; низькі темпи переливу коштів із фінансового в виробничий сектор економіки; жорсткі вимоги щодо забезпечення кредитами з боку фінансових органів; неконкурентоспроможність товарів вітчизняного виробництва в умовах тиску імпортної продукції; недостатня розвиненість інфраструктури ринку; полі­тична нестабільність.

Вже кілька років Міжнародна Фінансова Корпорація досліджує основні перешкоди розвитку малого підприємництва в Україні. Проведені опитування керівників малих підприємств свідчать, що розвиток сектору малого підприємництва стримується низкою таких *факторів:*

* високі ставки та велика кількість різних податків;
* низький попит на продукцію;
* часті зміни форм та умов подачі податкової звітності;
* необхідність ліцензування багатьох видів діяльності;
* часті перевірки багатьма різними державними органами;
* складність отримання кредиту;
* часті зміни законодавства;
* необхідність отримувати різні дозволи;
* складний процес сертифікації;
* неплатежі клієнтів;
* тиск кримінальних структур;
* тиск місцевої влади;
* недостатність ділової інформації;
* надмірна кількість регуляторних актів щодо ведення бізнесу;
* недостатність управлінських знань.

За результатами щорічних досліджень Всесвітнім банком умов ведення бізнесу в різних державах Україна в 2007 році посіла 139 місце серед 178 держав. За даними цього ж банку в Україні за останній час значно погіршилась ситуація з митними зборами, реєстрацією бізнесу та майна. Покращав стан лише з наймом працівників.

Отже, більшість чинників має зовнішній характер, тому їх подолання мало в чому залежить від самих суб'єктів малого підприємництва.

**До нагальних *проблем,* які гальмують розвиток і функціонування малих підприємств, відносяться:**

* несприятлива економічна ситуація в цілому;
* бюрократизм при реєстрації малих підпри­ємств;
* неплатоспроможність партнерів та клієнтів;
* брак облад­нання, виробничих і офісних приміщень;
* професійна непідготов­леність самих підприємців;
* низький рівень інформаційно-кон­сультативного та науково-методичного забезпечення;
* корупція, хабарництво та рекет;
* негативне ставлення до підприємців.

Зазначене свідчить про нагальну потребу наукового розроблення механізмів державної підтримки малого підприємництва, які повинні враховувати національні особливості і включати еле­менти, притаманні розвиненим країнам, проте тільки в історично і логічно виправданій для нашої країни моделі розвитку суспіль­них відносин.

Незважаючи на всі складнощі підприємницького середовища, в якому доводиться працювати малим підприємствам, і на всі ті перешкоди, що стоять на шляху розвитку малого бізнесу, він роз­вивається в Україні дедалі швидшими темпами, що дає підстави з оптимізмом дивитися в майбутнє вітчизняної економіки. Розви­ток малого підприємництва зможе реально збільшити зайнятість населення і підвищити його життєвий рівень, знизити соціальну напруженість у суспільстві, провести структурну перебудову економіки, подолати традиційний монополізм вітчизняних това­ровиробників, значно поповнити бюджет, що в сукупності дозво­лить і надалі продовжувати ринкові реформи, додасть їм більшої стійкості та соціальної направленості, розвине багатоукладність економіки.

**3.4. Державна підтримка малого підприємництва**

***Об'єктивна необхідність державної підтримки малого підприємництва***

Важливим елементом сприятливого підприємницького середовища є державна підтримка розвитку і ефективного функціонування малого підприємництва.

Для того щоб мале підприємництво могло виконувати свої соціально-економічні функції, необхідно підвищувати життєздатність (стійкість) його суб'єктів. Це передусім стає можливим лише за умови вжиття комплексу цілеспрямованих, дієвих заходів з боку держави щодо підтримки малого підприємництва.

Світовий досвід свідчить, що практично в усіх розвинених країнах держава бере активну участь у формуванні та розвитку підприємницької діяльності, підтриманні найбільш доцільних і ефективних її напрямів. Навіть у країнах, де склалися вікові тра­диції приватного підприємництва, воно потребує такої підтримки і одержує її на основі державних програм підтримки цього сектору економіки.

У наукових працях вітчизняних економістів і юристів (3. Варналій, Ю. Клочко, В. Селіванов та ін.) обґрунтовано **об'єктивну необхідність державної підтримки суб'єктів малого підприємни­цтва, що полягає ось у чому.**

**По-перше**, мале підприємництво як складова приватного сектору економіки перебуває у нашій країні в процесі становлення та розвитку і вже тому потребує підтримки.

**По-друге,** мале підприємництво є основою ринкової економі­ки, її структуроутворюючим елементом. Здатність малого підприємництва до структуруваня ринку висуває завдання щодо його становлення як одне з пріоритетних (першочергових) в економічній політиці країни. Мале підприємництво має особливе, виняткове значення в ринковій економіці. Саме воно стиму­лює економічну конкуренцію, структурну перебудову економіки, сприяє послабленню монополізму, формуванню нової соціальної верстви підприємців-власників, які утворюють соціальну базу економічної реформи, забезпечують стабільність суспільства і гарантії незворотності системи ринкових відносин.

**По-третє,** мале підприємництво є провідним сектором ринко­вої економіки, найбільш масовим, динамічним та гнучким. У сек­торі малого і середнього підприємництва розвинених країн зосе­реджена велика частка економічно активного населення (від 49 % у Великій Британії до 78 % у Японії), виробляється значна частка (50—60%)ВВП.

**По-четверте,** необхідність державної підтримки полягає і в тому, що мале підприємництво, незважаючи на його вагомі пере­ваги, є сектором економіки найбільш вразливим до таких неспри­ятливих факторів, як інфляція, циклічні коливання, податковий тиск, фінансові обмеження тощо.

**По-п'яте,** мале підприємництво має свої особливості і власні закономірності розвитку. Воно об'єктивно, за своєю природою, не може бути рівноправним конкурентом великих товаровиробників.

Окрім того, кожна мала фірма в процесі створення, розвитку та повсякденного функціонування стикається з великою кількістю проблем і перешкод, які пов'язані саме зі специфікою малого бізнесу.

У зв'язку з цим необхідною умовою становлення та розвитку цього важливого сектору економіки є формування відповідного сприятливого зовнішнього середовища, одним із компонентів якого є державна підтримка.

***Складові державної політики підтримки малого підприємництва***

Здійснення державної підтримки і регулювання малого бізне­су неможливе без знання теорії і практики прийняття рішень що­до життєдіяльності цього сектору економіки.

Передусім за все необхідно усвідомити сутність поширених і використовуваних у цій галузі таких термінів:

■ державна політика підтримки малого підприємництва;

* державна підтримка малого підприємництва;
* інституції підтримки малого підприємництва.

***Державна політика підтримки малого підприємництва***— це сукупність пріоритетних рішень, які визначають основні напрями і форми правового, економічного та організаційного сприяння розвитку малого підприємництва з урахуванням інтересів держа­ви та суб'єктів господарювання.

***Державна підтримка малого підприємництва***являє собою свідоме створення державними структурами правових, економічних та організаційних стимулів і умов для розвитку малого бізнесу, а також вкладання в нього матеріальних і фінансових ресурсів на пільгових умовах.

***Під інституціями підтримки малого підприємництва*** розуміють сукупність державних, приватних та громадських організацій, установ, об'єднань тощо, які обслуговують інтереси суб'єктів під­приємницької діяльності і сприяють підвищенню їх ефективності.

Отже, державна політика підтримки малого підприємництва полягає в створенні сприятливих правових, економічних, організаційних умов і формуванні розвиненої інфраструктури із забезпечення ефективного розвитку малого бізнесу.

Складовими державної політики підтримки й розвитку малого підприємництва є мета, принципи, основні напрями, заходи та інструменти здійснення цієї політики, які визначено в «Концепції державної політики розвитку малого підприємництва» і в законі України «Про державну підтримку малого підприємництва».

На основі зазначених нормативно-правових актів Кабінетом Міністрів України щорічно розробляється національна програма сприяння розвитку малого підприємництва.

***Метою* державної підтримки малого підприємництва є :**

* створення умов для позитивних структурних змін в еконо­міці України;
* сприяння формуванню і розвитку малого підприємництва, становлення малого підприємництва 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.

***Державна підтримка малого підприємництва здійснюється за такими напрямами:***

* формування інфраструктури підтримки і розвитку малого підприємництва, організація державної підготовки, перепідготов­ки та підвищення кваліфікації кадрів для суб'єктів малого під­приємництва;
* встановлення системи пільг для суб'єктів малого підприєм­ництва;
* запровадження спрощеної системи оподаткування, бухгал­терського обліку та звітності;
* фінансово-кредитна підтримка малого підприємництва;
* залучення суб'єктів малого підприємництва до виконання науково-технічних і соціально-економічних програм, здійснення поставки продукції (робіт, послуг) для державних та регіональ­них потреб.

Заходи державної підтримки малого підприємництва, в тому числі пільги та преференції, застосовуються, передусім, у пріори­тетних сферах, які встановлюються урядом для суб'єктів малого підприємництва та грунтуються на економічній доцільності. Дер­жава виходить з того, що малі підприємства у своїй діяльності повинні в основному опиратися на власні сили та ресурси.

***Основними принципами* державної політики розвитку малого підприємництва є:**

* системність механізмів державного регулювання розвитку малого підприємництва;
* цілеспрямованість та адресність підтримки суб'єктів мало­го підприємництва через вибір пріоритетів та концентрацію ре­сурсів для їх реалізації;
* рівноправний доступ суб'єктів малого підприємництва усіх форм власності до матеріально-сировинних, фінансових та інших ресурсів.

Важливою умовою формування і здійснення політики держав­ної підтримки малого підприємництва є визначення суб'єктів та об'єктів відповідної державної політики.

***Об'єктом* державної політики підтримки та розвитку малого підприємництва є** реальні потреби та інтереси суб'єктів малого підприємництва.

**До *суб'єктів* малого підприємництва**, як вже зазначено (п 3.1), відносяться зареєстровані у встановленому порядку фізичні особи — підприємці, які займаються підприємницькою діяльністю, а також юридичні особи — малі підприємства будь-якої організаційно-правової форми.

У зв'язку з цим термін «мале підприємництво» виокремлюється для того, щоб використовуючи його у практиці державного управління, створити рівні з великим бізнесом умови господарювання.