

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ

Інститут регіональних досліджень

На правах рукопису

ДИВЕЄВ - КИРИЛЕНКО

Олександр Равильович

**РОЗВИТОК ФОРМ МАЛОГО
БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

Спеціальність: 08.06.01. -- економіка підприємств
і форми господарювання

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Львів - 1995



00753687 (-)

АВ 32.936

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Інституті регіональних досліджень НАН України.

Науковий керівник:

доктор економічних наук, професор, Заслужений економіст України ВИХРУЩ Володимир Павлович.

Офіційні опоненти:

доктор економічних наук, професор
КОВОРІЗ Марія Андріївна;
кандидат економічних наук, доцент
МИХАЙЛОВСЬКИЙ Василь Іванович.

Провідна установа:

Тернопільська академія народного господарства.

Захист дисертації відбудеться "12" жовтня 1995 р. о 12⁰⁰ год. на засіданні спеціалізованої вченої ради Д.04.10.01 по захисту дисертацій на здобуття наукового ступеня доктора наук в Інституті регіональних досліджень НАН України за адресою: 2900026, м.Львів, вул.Козельницька, 4.

З дисертацією можна ознайомитися в бібліотеці Інституту регіональних досліджень НАН України.

Автореферат розісланий "11" вересня 1995 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради,
кандидат економічних наук

В.І.Жовтанецький

ЛННБ ім. В. Стефаніка
АН України

I. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

1.1. Актуальність теми дослідження. Перевагою і достоїнством відкритих економічних систем перед закритими виступає наявність в перших величезної множини автономних, гнучких щодо пристосування і конкуруючих поміж собою ділових господарських одиниць - бізнесів. Такими, у своїй більшості, вбачаються невеликі за розміром фірми, що мають власного керівника і ресурси, діють на певному сегменті ринку і не домінують у ньому, - тобто дрібні бізнесові утворення.

В умовах краху комуністичної ідеології та триваючої понад чотири роки економічної кризи, настав час ґрунтовно переосмислити основні засади цивілізованого ринкового суспільства - не з марксистських позицій (як апіорі деструктивних, руйнуючих ці засади).

Саме підприємницькі засади в економіці та дбайливе підтримання їх державою - заради уникнення від монополізму, тотальної централізації й дріб'язливого регламентування усіх сторін життя, зміцнення завоювань свободи, - слід вважати для України актуальним і довгостроковим завданням при виході з кризи і переході до ринку. Тому реанімація культури підприємництва та духу вільної чесної конкуренції вбачається першочерговим або, принаймні, одним з основних.

Малий бізнес є природним, постійно присутнім елементом практично усіх типів економічних систем - найефективніше він діє за умов "чистого капіталізму" і змішаної економіки, проте спостерігається й у традиційних та командних економіках, щоправда у сильно zdeформованих видах.

Враховуючи, що в Україні малий бізнес, підприємництво змогли одержати цивілізовані форми тільки нещодавно, вбачається цікавим дослідити їх розвиток за 7-8 років легального існування.

1.2. Мета і завдання дисертаційної роботи. Мета даної роботи - на основі аналізу характеристик і місії підприємця і підприємництва в суспільстві та ринковій економіці, а також суті і змісту малого підприємництва (малого бізнесу) - виявити особливості його здійснення і функціонування в Україні, розробити пропозиції та рекомендації по досягненню ефективного, успішного ведення бізнесу в нових умовах, створенню конкурентного середовища.

Виходячи з поставленої мети, сформульовано і завдання даної роботи:

- розгляд концептуальних підходів до визначення підприємця і підприємництва;
- постановка проблемного питання про свободу підприємництва як ідеал та морально-етичну цінність ринкового суспільства;
- введення глосарію сучасного бізнесу : підприємницька ділова одиниця; цілі і місії бізнесу, культура і філософія бізнесу, внутрішнє середовище бізнесу, мікро- і макрооточення ділової одиниці, успіх у бізнесі, ресурси бізнесу, організаційно-правові форми здійснення бізнесу та підприємництва, а також стислий огляд переваг і недоліків кожної з останніх;
- розгляд існуючих методик щодо віднесення окремих бізнесів до розряду або категорії малих;
- визначення місця і ролі малих форм бізнесу у світових економіках, а також найближчих їх перспектив у XXI столітті;
- аналіз відповідності українського законодавства сучасним визначенням підприємництва і малого бізнесу, світовим методикам і нормам;
- стислий огляд історії (етапів) становлення і розвитку українського малого бізнесу;
- вивчення динаміки внутрішніх змін українського малого бізнесу, в т.ч. детальний аналіз перебігу цього процесу на прикладі Тернопільської області; співставлення роботи дрібних кооперативів та так званих малих підприємств;
- обстеження діяльності МП і кооперативів Тернопілля на предмет успішності функціонування та виконання ними своїх місій, тобто призначення, кінцевих цілей і стратегічних завдань;
- дослідження й якісна характеристика українського дрібного підприємництва і бізнесу: шляхів до зацять бізнесом, підприємницькою діяльністю; соціопсихологічних показників ділових якостей бізнесмена; типів мотивації у бізнесі; і нарешті, групування і класифікація ділових стратегій в українському малому бізнесі;
- визначення перспектив малого підприємництва і бізнесу в Україні - через призму загального стану зовнішнього середовища, ресурсного потенціалу; прогноз дальших перспектив поширення й розвитку малих підприємницьких структур, організаційно-правових форм малого бізнесу;

- розробка пропозицій і рекомендацій щодо докорінної зміни на краще у малому підприємницькому секторі економіки.

1.3. Предмет і об'єкт дослідження. Предметом дослідження автор вважає феномен підприємця і підприємництва в суспільстві, його розвиток (еволюцію) в Україні; зокрема малих форм бізнесу. Об'єктом вивчення виступає як безпосередньо фігура підприємця, так і практика здійснення ним цивілізованих форм бізнесу; проблемні питання відродження підприємництва в Україні.

1.4. Теоретичною і методологічною основами роботи є принципи функціонування ринкової економіки, системний підхід, загальна теорія бізнесу, підприємницькі теорії в економіці, фундаментальні дослідження феномену підприємництва і особистості підприємця, теорія організацій, мотиваційні теорії в менеджменті і маркетинзі, економіко-статистичний аналіз, соціологічне опитування тощо.

1.5. Інформаційна база проведеного дослідження - це матеріали теоретичних та прикладних публікацій у зарубіжній і вітчизняній літературі, в т.ч. у періодиці; особисті спостереження та інтерв'ю в підприємців, бізнесменів, працівників малих фірм і середніх за розміром бізнесів; інформація з виступів і рефератів студентських наукових конференцій; матеріали малих підприємств; матеріали облстату, облфінуправління, управління економіки Тернопільської облдержадміністрації; нормативні і законодавчі акти України.

1.6. Наукова розробленість проблеми. На Заході підприємство і бізнес є предметом ретельного теоретичного осмислення і емпіричного вивчення вже давно; цьому феномену присвячено значну увагу - через визнання активної, рушійної ролі підприємців у суспільстві. Звичайно, відсутня цілковита однотайність в дефініціях та тлумаченні як самої особистості підприємця чи бізнесмена, так і того, що є змістом ділової одиниці, бізнесу, підприємництва взагалі. В різних авторів існують розбіжності у визначенні понять "філософія" і "культура" бізнесу, змінних і сталих складових ділового процесу, зовнішнього та внутрішнього середовища бізнесів - у тому числі їх мікро- і макрооточеннях. Різняться в них і підходи щодо спеціальних термінів: успіх в бізнесі, ресурси бізнесу,

економічні ресурси, мотивація в бізнесі, ділова стратегія і т.ін.; існує також ціла множина спеціальних критеріїв віднесення бізнесів до розряду малих. Різноманітними, у залежності від потреб практики або кута зору дослідників, являються форми та шляхи здійснення бізнесу і підприємництва.

Слід зазначити, що сучасна теорія і практика бізнесу сміливо використовує відкриття і досягнення практично усього комплексу наук - від фундаментальних природничих та суспільних - до суто прикладних: менеджменту, маркетингу, виробничої психології, соціоніки, біофізики тощо.

Значний внесок у формування нинішніх поглядів на бізнес і підприємництво зробили Р.Кантільйон, А.Сміт, Ж.-Б.Сей, Ф.У.Тейлор, австрійська економічна школа, Г.Форд, К.Коберський, Е.Мейо, М.Туган-Барановський, М.Р.Фолетт, М.Вебер, Р.Лікерт, К.Аргіріс, Г.Дж.Левітт, Д.Мак-Грегори, І.Ансофф, І.Акоф, І.Пригожин, Й.Шумпетер, Ф.А.фон Хайек, У.Оучі, Г.Мінцберг, І.Кірцнер, М.Кессон, Д.Ф.Ченнон, М.Палмер, М.Портер, Г.Файоль, М.Х.Мескон, Т.Діл, А.Кеннеді, Т.Пітерс і Б.Карлоф, Ф.Котлер та ін.

У країнах нещодавнього соцтабору - РЕВ - дискусія про роль і визначення підприємливості та підприємництва розпочалася у другій половині 1980-х років на сторінках журналу "Проблеми теорії і практики управління". В СНД, в т.ч. і в Україні проблемою підприємництва, малого бізнесу нині займаються А.Агеев, Г.Акімова, В.Афанасьєв, О.Барановський, Л.Воротіна, В.Дем'яненко та Л.Антонінова, О.Ємельянов, Н.Єрмошенко і Є.Ворсученко, В.Корнєєв, В.Корольов, Д.Кузін, В.Михайленко, Ю.Терлецький, Г.Харахандюк, В.Ясиновський і деякі інші.

1.7. Науково-практична новизна роботи полягає в розробці концептуальних теоретичних і методичних положень щодо розвитку бізнесу (зокрема - малого) в умовах становлення ринкової економіки. А саме:

а) уточнено категоріально-понятійний апарат загальної теорії бізнесу; зокрема введено в обіг категорію ділової підприємницької одиниці, що являє собою первинний осередок бізнесу, має певні ресурси, власного керівника, осяжний за розміром до безпосереднього управління і діє у межах даного сегменту ринку, не домінуючи в ньому. Відповідно, одиниця малого бізнесу - це відокремлена через власність від держави та інших суб'єктів автономна бізнес-струк-

тура, керована обмеженим колом фізичних осіб - підприємців (власників бізнесу), осяжна за розміром, діюча на терені вузькоспеціалізоаної ніші ринку, не впливаючи при цьому на кінцевий стан конкуренції, кон'юнктури на ринку, в галузі. Таким чином, запропоновано нове визначення малого бізнесу;

б) введено поняття внутрішнього і зовнішнього середовища підприємницьких бізнес-одиниць, вказано їх чинники-складові;

в) введено поняття успіху в бізнесі як єдиного критерію зовнішньої та внутрішньої ефективності окремих бізнес-одиниць, підприємств, організацій бізнесу;

г) виявлено і угруповано основні мотиви заняття малим бізнесом; запропоновано класифікацію ділових стратегій в українському малому бізнесі.

1.8. Теоретико-практична значимість дослідження . Теоретичне значення роботи - у поглибленні наукового знання з питань формування та розвитку вітчизняного бізнесу як важливої форми господарювання у перехідний період. **Практичне значення дослідження** полягає у розробці методичних положень щодо організації та сприяння малому бізнесові у регіонах з врахуванням попиту і пропозиції на товарних ринках, ринках праці і різних послуг - на основі маркетингових досліджень, економіко-статистичного аналізу тощо.

1.9. Апробація дисертаційної роботи здійснювалася у ході розробки методичного посібника з організації та діяльності малого бізнесу (Тернопіль-1992), читання циклу лекцій з менеджменту, маркетингу, мікро- і макроекономіки у Тернопільському комерційному інституті, Тернопільській академії народного господарства, Тернопільському економічному ліцеї (1992-1994рр.), через надання конкретних порад, рекомендацій і консультацій деяким малим приватним та акціонерним фірмам Тернопілля (1993-1995 рр.), а також через проведення маркетингових досліджень локального значення на замовлення підприємців (1994-1995 рр.). Автор брав участь у складанні стратегічних бізнес-планів МП, у науково-практичній конференції з проблем розвитку Подільського регіону (Тернопіль-1992), в наукових збірниках Тернопільського педінституту, Академії народного господарства (1995 р.).

1.10. Загальну структуру роботи визначено специфікою теми, а

також внутрішньою логікою мети і завдань. Дисертація містить вступ, три розділи, висновки і пропозиції, список використаної літератури і джерел з 235 найменувань, додаток.

II. ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЙНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ.

2.1. У вступі обгрунтовано актуальність теми, сформульовано мету й завдання дослідження, визначено теоретико-методологічні засади, науково-практичну новизну та значимість роботи, вказано про апробацію дослідження, дано загальну структуру дисертації.

2.2. У першому розділі - "Феномен підприємництва. Роль і досвід дрібного підприємництва і бізнесу у ринковій економіці" - розглянуто різноманітні підходи й концепції щодо підприємництва: від класичної, котра визнавала підприємцем власника окремої ділової організації, що поєднував у собі керівника і виконавця - до сучасних, де визначається, що справжньому підприємцеві притаманне чітке розуміння (бачення) структури потреб на ринку і вміння вдало сполучати це розуміння з управлінням ресурсами фірми.

Викладено декілька основних існуючих поглядів на підприємництва і бізнес: економістів, управлінців, психологів, політологів тощо. Визнається, що незважаючи на тенденцію щодо віднесення більшістю авторів усіх підприємців до єдиного умовного типу особистості або класу (прошарку) суспільства, число шляхів і способів здійснення підприємництва, є, певно, невичерпним - через унікальність кожного випадку й особистості. Проте, можна і доцільно - групувати і класифікувати для практичного або теоретичного використання певні типи, моделі та взірці підприємництва.

Як образ, так і роль підприємця в суспільстві є багатолікими і неоднозначними, що у свою чергу залежить від специфіки (кута зору) їх вивчення. Наприклад, для більшості економістів ринкового та соціально-ринкового спрямування підприємець вбачається особою або класом, що приводить різноманітні ресурси в рух у таких співсполученнях, які утворюють більшу вартість або споживну цінність. Для вчених-філософів гуманістичного напрямку підприємець уявляється людиною, що несе із собою суспільний поступ та прогресивні зміни, нерідко здійснюючи їх власноруч або активно сприяючи

ім. Для вчених-психологів підприємці вбачаються представниками своєрідного типу особистості з властивими лише їм рисами характеру, цінностями, світоглядом, баченням проблем і мотивацією.

Недоброзичливо настроєні політики часто представляють підприємця шахраюватим, хитрим, "слизьким" чоловіком, що не піддається аніякому контролю чи впливу; доброзичливі ж - людиною, котра знаходить конструктивні шляхи чи способи досягнення корисних результатів. Особливою проблемою в теорії і практиці бізнесу є співвідношення власне підприємництва і шахрайства - через присутність в обох схожих елементів і рис: моменту творчості, знання кон'юнктури певного сегменту ринку, компетентності у продажах. Є й легалізовані форми шахрайства і тіньового бізнесу.

Для ідеологів комунізму підприємець вбачається хижаком і злочинцем, грабіжником-узурпатором чужої праці та економічних ресурсів, експлуататором слабших і знедолених.

Майже у всіх концепціях підприємця і підприємництва спостерігається використання понять "свобода", "незалежність", "вільнолюбство". Тому окремий параграф дослідження присвячено постановці проблемних питань щодо свободи підприємництва як ідеалу і моральній цінності ринкового суспільства.

Розглянуто зарубіжний досвід у здійсненні вільного підприємництва (на прикладі США).

Оскільки функціонування усієї ринкової систем складається з дій окремих господарюючих суб'єктів-ділових підприємницьких одиниць - то й вивчення розвитку малих форм бізнесу розпочинається із визначення сутності одиниць бізнесу.

Під підприємницькою діловою одиницею найчастіше розуміється основний, первинний осередок бізнесу. Він часто представлений або підприємцем - фізичною особою, або сімейним бізнесом чи певною організацією - колективом людей, що структурно, юридично організаційно та фінансово відокремлені від державних і інших господарських суб'єктів. Вона (бізнес-одиниця) має власні ресурси, очолюється своїм керівництвом і діє у межах певного сегменту (ніші) ринку, та не домінує в ньому.

Підприємницька ділова одиниця, при найближчому розгляді, залежить від цілої низки зовнішніх й внутрішніх чинників - що бувають більше чи менше змінними. До таких відносяться фактори як зовнішнього, так й внутрішнього характеру. До перших можна віднести мікро- і макрооточення бізнесу (маркетингове середовище),

до других - цінності, цілі, культуру, завдання самого підприємця та його бізнесу, організаційну структуру і частково - ресурси підприємства.

Необхідним вбачалося введення у вітчизняний економіко-управлінський обіг спеціального терміну бізнесу - успіху (внутрішнього й зовнішнього критерію ефективності). Під останнім доцільно розуміти досягнення або задовільне наближення осередку бізнесу до своєї кінцевої надмети, тобто "місії". Причому зовнішній ефект, або визнання оточенням цього успіху можливий за умов найкращої взаємодії і відповідності даного бізнесу його зовнішньому середовищу. Отже, не максимальний вихід (обсяг продукції чи продажів) при мінімальному вході (видатках, витратах, собівартості), а оптимальний вхід у вигляді ресурсів та інших надходжень від зовнішнього середовища (у першу чергу - від клієнтів, споживачів) при максимально корисному виході - тобто ефекті щодо зовнішнього середовища (не тільки для споживачів, а й для решти суспільства, природи в цілому).

Ресурси бізнесу є елементом внутрішнього середовища фірми лише частково; обов'язковим слід вважати врахування факту постачання їх зовнішнім середовищем (мікрооточенням бізнесу). Їх можна розглядати, в залежності від потреби, водночас і факторами виробництва чи складовими ділового процесу, і статтями витрат і доходів бухгалтерсько-фінансового обліку в бізнесі.

Форми ведення бізнесу у світовій практиці найчастіше вирізняють за юридично-правовою формою володіння (правом власності). Це - одноособовий та сімейний бізнес (приватне володіння), партнерства (колективно-пайова форма участі в бізнесі) та корпорації (акціонерна форма власності). Існують бізнеси і без фактичного залучення власного капіталу. Тут немає одиниці бізнесу як такої, проте наявна економічно-господарська і навіть підприємницька діяльність. Зокрема, до таких можна віднести бригади "шабашників" в будівництві, що працюють на матеріалах і обладнанні замовника, "вуличних" брокерів і дилерів, роздрібних торговців не власним товаром, практикуючих самостійно лікарів або юристів, біржових спекулянтів, ремісників тощо. Кожна з цих форм має свої переваги і недоліки, чим зумовлене їх співіснування і взаємопроникнення.

Незважаючи на те, що за кількістю ділових організацій переважна більшість належить до одноособової (приватної) форми володіння, найперспективнішими щодо швидкого зростання навіть у

малому бізнесі є акціонерні товариства відкритого типу із статусом корпорацій. Останнє зумовлене відкритістю для інвесторів.

У США найбільш успішними щодо ефективності є малі фірми з розповсюдження комп'ютерів дрібним оптом, з просування на ринку периферійних пристроїв до комп'ютерних мереж, з дистрибуторства сотових систем телефонного зв'язку, із збільшення пам'яті IBM - сумісних комп'ютерів, компанії з розподілу у роздрібній сітці медико-лікувальних протезів, а також біотехнологічні, юридичні та деякі з виробничо-промислових ризикових бізнесів. Усіх їх вирізняє висока технологічність, інженерна та наукова місткість, високий ступінь доступу до баз даних і ринкової інформації, гнучкий і мобільний зворотній зв'язок як усередині таких ділових одиниць, так і з зовнішнім середовищем (фондовим ринком, споживачами, постачальниками тощо). Отже, очікується переважання у XXI столітті - за успішністю функціонування - бізнесів із пріоритетним розвитком передових технологій, високим рівнем інтелектуально-освітнього потенціалу в персоналі, наявністю в них сучасних комунікаційних систем.

У другому розділі, що присвячений становленню і розвитку малого підприємництва і бізнесу в Україні та в окремій її адміністративно-територіальній одиниці - Тернопільській області, зроблено аналіз таких аспектів цієї проблеми:

- відповідність офіційного тлумачення законодавством України підприємництва та критеріїв малого бізнесу щодо світових норм і методик;

- стисла історія (етапи) становлення і розвитку форм малого бізнесу в Україні;

- динаміка зростання кількості кооперативів і МП в Україні протягом останніх 6-7 років;

- структурні (галузеві і за формою власності) зрушення у малому бізнесі України;

- територіальний розподіл малого підприємництва по областях і регіонах України;

- особливості здійснення малого бізнесу на Тернопільщині;

- детальний аналіз внутрішніх змін у малому бізнесі Тернопілля з 1987 по 1995 роки і прогноз на майбутнє.

За нетривалий період існування у рамках офіційного дозволу, мале підприємництво в Україні пройшло вже принаймні 5-6 етапів

становлення і розвитку і переходить до наступного, сьомого:

а) реєстрація у 1986-1987 рр. нових кооперативів та осіб, що вирішили зайнятися індивідуальною трудовою діяльністю. Як твердять деякі автори, саме тоді почалася хвиля легалізації, відмивання "брудних" тінювих капіталів і оборотів; до бізнесу прийшли так звані тінюві ділки з метою миттєвого одержання прибутків будь-яким способом;

б) прихід до лав підприємців більш етичних, націлених на тривалу перспективу бізнесменів; вони представляли переважно сфери побутового сервісу (хоч з останнього найчисельнішими були кооперативи з будівництва та ремонту житла, а також автосервісу), громадське харчування і дрібносерійне промислове виробництво товарів широкого вжитку;

в) кадрове покращення кооперативів - прихід до бізнесу висококваліфікованих освічених фахівців з держсектору економіки. Мотивацією їх переходу сюди, як свідчать дані соціологічних опитувань, являлися: прагнення до матеріальної і моральної незалежності, самостійності в роботі та прийняті поточних ділових рішень; привабливість розкутій робочій атмосфері у бізнесі; можливість реалізації власних бізнес-ідей; розкриття ділових здібностей; зароблення початкових коштів для більш ґрунтовних занять бізнесом або відкриття власного діла;

г) реєстрація і становлення перших СП та МП виробничих, будівельних, обслуговуючих населення і посередницьких (комерційних), в тому числі на базі вже існуючих держпідприємств, об'єднань, організацій. Тут розпочалося швидке прискорення темпів зростання числа таких бізнесів, особливо із статусом малого.

Водночас стали спадати за кількістю зареєстровані і діючі кооперативи, які на той час втратили більшість із своїх початкових пілг (переважно - податкових);

д) якісні зміни у структурі малого бізнесу: падіння ролі державних та колективних МП - зокрема, питомої ваги у загальному числі; тимчасове збільшення чисельності і масштабів діяльності будівельних та пов'язаних з ними проектно-вишукувальних і конструкторських кооперативів і МП; значний, також тимчасовий, приріст зареєстрованих і діючих аграрних та суміжних з ними малих бізнесових структур; і водночас збільшення частки торгово-посередницької галузі дрібного бізнесу. У плані форми власності намітився чіткий орієнтир на приватно-односособову;

е) становлення, а в подальшому - і посилення тенденції щодо тінезації малих зареєстрованих і діючих бізнесових одиниць; разом з тим - перепрофілювання багатьох з них на торговельно-посередницькі; тіньова гра (спекуляція) на курсі валют; переведення інвалюти з різних держустанов, у т.ч. з НБУ, до "чорного" валютного ринку (де курс долара на той час був значно вищим у крб.); посилення кримінального впливу на бізнес, часте звернення до "силового" бізнесу як до швидкого й "ефективного" способу розв'язання комерційних, ділових конфліктів або усунення конкурентів в бізнесі; фактичне визнання за останнім ролі реальної, караючої влади, арбітражного суду. Поряд з тим - дальше зниження частки державного і колективного секторів у малому бізнесі України, і абсолютне переважання приватних МПІ. Збереження й посилення активного інтересу вітчизняних та іноземних підприємців до Півдня України, крупних промислових і культурних центрів, а також до прикордонних західних областей. Водночас - низька мотивація до розгортання бізнесу й підприємництва в аграрній місцевості Центральної України та на Півночі: зосередження великого і малого бізнесу саме у міській, а не сільській місцевості, а з першої - переважно в обласних центрах та Симферополі. На селі - небажання чи боязливість заводити власний бізнес (крім особистих підсобних господарств), брати у приватну власність або в оренду землю та засоби сільськогосподарського виробництва. Загальний соціально-економічний фон в країні характеризується поверненням міських жителів до натурального господарства - ручної обробки дачних та підсобних ділянок, щоби прохарчуватися. Серед молоді - все більше з'являється орієнтація на виїзд за кордон, на заробітки або на постійне мешкання; ще одна частка молоді йде на незаконний шлях здобування коштів у тіньовому секторі; зростає молодіжна й підліткова злочинність, корисливі злочинні, в т.ч. проти особистості;

ж) очікується, що наступний етап еволюції малого підприємництва буде підштовхнуто, з одного боку, більш масовою приватизацією, зокрема малою, а з іншого - падінням ролі і місця держави у забезпеченні зайнятості та соціального захисту населення, в суспільному виробництві, при значному зростанні - після завершення середньої і великої приватизації - офіційно реєстрованого безробіття.

Отже, малий бізнес в Україні просто приречений на існування та подальший розвиток. Щоправда, легальні форми його і якісні ха-

характеристики багатого у цьому визначатимуться рівнодією політичних сил і курсу державної влади з центру та на місцях, сценарієм структурно-галузевого розвитку економіки, податковою, зовнішньо-економічною, валютною та грошово-кредитною політикою і стратегіями майбутніх урядів.

Зайняття бізнесом і підприємництвом - це не тільки одержання доходу та прибутків; у першу чергу - це величезні витрати людиною часу й енергії, цілеспрямованих зусиль, значний ризик та відповідальність за справу, залучені кошти і колектив. А відтак - навіть за сприятливих умов далеко не всі здорові і дієздатні громадяни схочуть і зможуть очолювати свій власний бізнес. Проте можна стверджувати, що у 2005-2010 рр. на кожні 250-300 чол. населення приходиться одне МП. Загальна їх кількість буде становити близько 170-225 тис. діючих в Україні (не враховуючи підсобних, фермерських та кооперативних господарств, а також малих колгоспів і радгоспів).

Важче передбачити загальну кількість зайнятих у цьому секторі української економіки на той час: вона коливатиметься від 1,4 млн.чол. - при збереженні нині пануючих пріоритетів адміністративно-командного регулювання економіки - до 3,6 млн.чол. у разі звернення держави до т.з. ліберального курсу.

Процес становлення і розвитку, а також динаміка внутрішніх змін малого бізнесу Тернопілля мали свої особливості:

Таблиця I
Динаміка зростання числа діючих (що надали звіти)
кооперативів і МП у Тернопільській області

Форма МБ	1988р.	1989р.	1990р.	1991р.	1992р.	1993р.	1994р.	1995р. (прогноз)
Коопера тиви	335	662	659	593	340	205	156	150
МП	-	-	-	145	668	1013	2108	3790

Створення перших кооперативів та МП відставало майже на рік від Києва й інших великих міст України, промислових східних об-

обслуг.	-	-	-	-	13,8	19,6	7,8	16,6	22,5
інші	-	-	-	-	26,9	17,6	16,7	12,8	4,5

Щодо форм власності, то на Тернопільщині серед МП одразу ж переважали приватно-одноособові бізнеси, а на початок 1995 р. їх питома вага, оціночно, сягнула 90 % від загальної кількості. Вони ж забезпечили майже 94 % сукупного балансового прибутку МП.

У третьому розділі дисертаційної роботи, що присвячено визначенню перспектив українського малого бізнесу, було розглянуто шляхи до бізнесу нових українських підприємців, соціально-психологічний портрет вітчизняного бізнесмена та основні типи ділових стратегій в малому бізнесі. Неспущений з ока і стан зовнішнього середовища українського малого бізнесу, умови його існування та подальшого розвитку.

Комплексне соціопсихологічне вивчення узагальненого образу "нових українців" у дрібному бізнесі, а також аналіз їх ділових стратегій виявили, що багато з них прийшли до підприємництва і бізнесу з державного сектору економіки, громадсько-політичних об'єднань тощо. Бувши номенклатурники займають серед них незначне місце за кількістю, але вони частіше за інших виступають успішними бізнесменами. Значною є і частка осіб з вищою та середньо-технічною освітою, чим недержавний бізнес сильно відрізняється від аналогічних державних утворень. Найявні тут особи із кандидатськими та докторськими вченими ступенями.

Вражає досить висока компетентність і прагматизм нової хвилі підприємництва, представники якої, на жаль, ще слабо обізнані з основами організації виробництва, ринковою економікою, менеджментом, маркетингом, етичними нормами цивілізованого бізнесу.

До лав бізнесменів в Україні прийшли також колишні тінвові кримінальні і напівкримінальні ділки, що в цілому не прикрашає усереднений соціально-психологічний портрет нашого підприємця. Деякі з них відкрито зареєструвалися як підприємці - юридичні особи, інші - перебувають поки що, як і раніше, в тіні, володіючи або співволодіючи мережею бізнесів через підставних осіб. Щодо останніх властива подвійна психологія і мораль, примітивніший характер мотивації у бізнесі, випадки нечесності і шахрайства в

угодах і т.ін. Вони ж застосовують і силові методи у бізнесі.

В цілому, мотивацією в бізнесі є, найчастіше, одержання максимального прибутку, збагачення; економічне виживання, збереження допребудовного рівня добробуту; частими є випадки своєрідного "виклику долі", прагнення до незалежності, мотиви самореалізації. Менше зустрічаються стимули зумовлені спортивним азартом, почуттям соціального обов'язку і відповідальності, патріотизму тощо. Зустрічається інколи і мотив накопичення достатніх коштів в інваліді для виїзду за кордон і т.п.

Мотивації в бізнесі часто детермінують й вибір конкретної ділової стратегії підприємця; помічено схожість деяких з них. Налічується принаймні 7 типів ділових стратегій в українському малому бізнесі:

- стратегія економічного виживання, найпростіша;
- стратегія "миттєвого зняття вершків" з послідуочим виходом з даного ринку;
- стратегія зміцнення становища власного бізнесу у мікросередовищі;
- стратегія зростання у середній і крупний бізнес і послідуочної диверсифікації;
- маркетингово-етична стратегія бізнесу, типова для цивілізованого світу;
- соціальна концепція "Люди" (колектив), відображаюча стереотипи і цінності соціальної справедливості;
- орієнтація на підприємницьку діяльність виключно за кордоном (з виїздом та переведенням туди усього наявного ліквідного капіталу).

Існує й восьмий, не підприємницький тип поведінки в малому бізнесі: відмивання тінювих капіталів через легалізований бізнес з метою посилення контролю на місцевих ринках за розподілом прибутків або для виїзду за кордон на постійне проживання (проте не задля подальших занять бізнесом і підприємництвом).

Останній параграф третього розділу присвячений характеристикам макро- і мікросередовища (оточення) малого бізнесу України. Стисло розглянуто економічне середовище малого підприємництва: макро-економічні показники стану економіки України, проблеми приватизації і фінансового іміджу країни, ресурсний потенціал з точки зору доступу до нього малих бізнесів, ринок нерухомості і податкове середовище бізнесу.

III. ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

3.1. Вважати малими такі осередки підприємництва, що через власність відокремлені від держави та інших суб'єктів ринку, належать до однієї або кількох (групи) фізичних осіб; керуються власними менеджерами, досягні за розміром до безпосереднього управління і не домінують на даному ринку, у галузі.

3.2. Спеціальними критеріями щодо віднесення даного бізнесу до розряду малих - і, відповідно, статистичними показниками його діяльності встановити:

а) річний обсяг продажів (реалізації, надходжень, обороту) у фіксованих цінах з обов'язковим перерахунком на дату звітності; з диференціацією по галузях;

б) річний розмір прибутку або добавленої вартості у фіксованих цінах - також з диференціацією по галузях;

в) до введення стабільної національної грошової одиниці вказувати господарські обороти і прибуток у доларах США (бо самі підприємці фактично вже давно користуються цією розрахунковою одиницею) - за комерційним середньоринковим курсом на відповідну дату;

г) дохідність на інвестований капітал, що розраховується за формулою:

Доходи (прибуток)

Капіталовкладення (власний + запозичений капітал);

д) кількість споживаних енергоносіїв та електроенергії (річна).

3.3. Реорганізувати, змінивши кардинальним чином, систему оподаткування малого бізнесу - у сторону полегшення і спрощення. Водночас посилити контроль за сплачуванням податків у повному обсязі.

3.4. На державному рівні розробити цілісну, послідовну і дієву стратегію економічного розвитку, що сприяла б саморозвиткові дрібного бізнесу, впровадженню ефективних технологій, піднесенню продуктивності праці на мікрорівні.

3.5. Прискорити приватизацію, особливо малу. Забезпечити

майнові та земельні сертифікати реальним, тобто матеріально-речовим змістом; Дозволити їх використання як застави під кредити. Ввести щомісячну індексацію сертифікатів у відповідності із зростанням вартості майна, що приватизується. Здійснювати приватизацію підприємств разом із землею, на якій вони розташовані. Дозволити вільну купівлю - продаж майнових, земельних і житлових сертифікатів.

3.6. Максимально лібералізувати експортно-імпортну та валютну політику, знявши штучні обмеження у цих сферах.

З теми дисертації опубліковано роботи:

1. Дивеев-Кириленко О.Р. Соціально-психологічний портрет підприємця /Тези доповідей наук.-практ. конференції "Актуальні проблеми соціально-економічного розвитку Подільського регіону". - Тернопіль:Спілка економістів. - 1992. - С.106-107.
2. Нормативні матеріали та методичні рекомендації по створенню і діяльності малих підприємств різних форм власності /У співавт. - Тернопіль: ЕК ОБК. - 1992. - 247 с.
3. Дивеев-Кириленко О.Р., Григоруk А.А., Вергелес Т.І. Динаміка внутрішніх змін в українському малому бізнесі //Науковий збірник Тернопільського педінституту. - Вип.ІІ.- Част.ІІ.- Тернопіль: ТДП.- 1995. - С.68-71.
4. Дивеев-Кириленко О.Р. Поняття підприємця, підприємницької діяльності та підприємницької одиниці у сучасній теорії бізнесу //Науковий збірник Тернопільської академії народного господарства. -Тернопіль: ТАНГ.-1995.- у друці.- 0,3 д.а.

А Н Н О Т А Ц І Я

Дивеев-Кириленко А.Р. Развитие форм малого бизнеса на Украине. - Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности "Экономика предприятий и формы хозяйствования": Институт региональных исследований НАН Украины. - Львов, 1995 (ул.Ковельницкая,4).

Защищается рукопись диссертации, содержащая теоретико-практическое исследование предпринимательства и малого бизнеса за рубежом и на Украине. Взяв за основу методологию и критерии западной общей теории бизнеса, автор попытался проанализировать состо-



яние и перспективы украинского малого бизнеса. Рассмотрено развитие малого бизнеса в масштабах административно-территориальной области - Тернопольщины, а также проведен сравнительный анализ отдельных бизнес-единиц, предпринимательских стратегий. Выделены семь типов бизнес-концепций, а также некоторые непредпринимательские стратегии теневого бизнеса.


Ключевые слова: предприниматель, деловая единица, внутренняя среда, культура бизнеса, ресурсы, внешняя среда (микро- и макро-окружение), малый бизнес, деловой успех, формы бизнеса, отраслевая структура, системный подход, стратегии, динамика развития.

ANNOTATION

Dyveyev-Kyrylenko A.R. The Development of Small Business Forms in Ukraine.- The thesis on scientific degree of "Kandidat Nauk" on Economics, Speciality "Enterprises Economy and Management Forms": Institute for regional investigations, National Academy of Ukraine.- L'vov, 1995 (Kozelnitska str., 4).

The manuscript of the thesis contents theoretical and practical research of entrepreneurship and small business in Ukraine and foreign contries. As the base of analysis was taken the methodology and criteria of General Business Theory-by using its glossary and terms. Author made the trying to review on perspectives of Ukrainian small business. The development of small business is done on example of Ternopol region, too. Was viewed and classified some business cultures in modern Ukrainian small business, and the types of non-entrepreneurial behavior.

Key words: entrepreneur, business unit, internal environment, business culture, resources, external environment (micro- & macro), small business, business success, business forms, structural changes, system approach, strategies, dynamics of growth.



3000 1000 1000 1000 1000 1000 1000 1000 1000 1000

1000 1000 1000 1000 1000 1000 1000 1000 1000 1000

1000 1000 1000 1000 1000 1000 1000 1000 1000 1000

75466

... в Україні... економіка... підприємства... розвиток...
... економіка... підприємства... розвиток...
... економіка... підприємства... розвиток...
... економіка... підприємства... розвиток...

... економіка... підприємства... розвиток...
... економіка... підприємства... розвиток...
... економіка... підприємства... розвиток...
... економіка... підприємства... розвиток...

ANNOTATION

... The Development of Small Business
... The thesis on scientific aspects of "Mindful
... Institute for Regional Investigations,
... Lvov, 1998 (Kosivitska str., 4).

The manuscript of the thesis contains theoretical and practical research of entrepreneurship and small business in Ukraine and foreign countries. In the base of analysis was taken the methodology and criteria of General Business Theory by using its necessity and terms. Author made the trying to review or perception of Ukrainian small business. The development of small business in some or several of regional regions, too, was viewed and classified some business cultures in modern Ukrainian small business, and the types of non-entrepreneurial behavior.

Key words: entrepreneur, business unit, internal environment, business culture, resources, external environment (micro & macro), small business, business success, business forms, structural changes, system approach, strategies, dynamics of growth.

Формат 60x84/16. Зам. 1700 Тираж 100

ОП ТВПК "Збруч"

м. Тернопіль, вул. Живова, 11

AB 32.936

AB 32.936