

ПОНЯТТЯ, МІСЦЕ І РОЛЬ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В ЕКОНОМІЦІ: ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ

© Мадрига Г.М., 2013

Здійснено теоретичне узагальнення поняття підприємництва на різних етапах економічного розвитку, виділено характерні риси підприємця, узагальнено підходи щодо визначення малого підприємництва та його ролі в розвитку економіки.

Ключові слова: підприємство, підприємець, малі підприємства.

Н.Мадрыга

Lviv Polytechnic National University

CONCEPT, THE ROLE OF SMALL BUSINESSES IN THE EKONOMY: ECONOMIC AND SOCIAL ASPECTS

© Madryha H., 2013

In this article the theoretical generalization of the concept of entrepreneurship at different stages of economic development, with emphasis on the characteristics of the entrepreneur, generalized approaches to the definition of small business and its role in economic development

Key words: small enterprise, enterprise, entrepreneur.

Постановка проблеми. Найважливішою передумовою розвитку економіки загальноцивілізованим шляхом є розвиток і вдосконалення підприємництва як особливого виду господарської діяльності. Підприємництво є одним з найважливіших чинників розвитку національної економіки. Підприємництво є передумовою інноваційного типу економічного зростання, яке ґрунтується на підприємницькій ініціативі в сфері науково-технічної та організаційно-економічної діяльності. Підприємництво, концентруючи в собі найхарактерніші властивості ринкових відносин, виступає рушійною силою життєдіяльності і розвитку ринкової економіки. Сприяючи зростанню суспільного добробуту, створюючи умови для реалізації економічних інтересів, здібностей, талантів людей, підприємництво сприяє також національному єднанню, відродженню національної самосвідомості.

Підприємництво, будучи явищем надзвичайно багатим за змістом і рівностороннім, заслугою привертає увагу представників різних наукових напрямків. Представники світової економічної думки протягом тривалого часу активно займалися теорією і практикою підприємництва. На жаль, в радянський період ні теоретики, ні практики не приділяли належної уваги цій темі.

Сьогодні ще не склалася загальноприйнята економічна теорія вітчизняного підприємництва, хоча потреба в такій теорії давно вже стала вельми нагальною. З розвитком ринкової економіки роль підприємництва посилюється, і це приваблює вітчизняних дослідників, в роботах яких розглядаються ті чи інші аспекти підприємництва.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Сучасна теорія малого та середнього бізнесу є результатом наукової думки не одного покоління вчених. Цю проблему вивчали Р. Кантільйон, А. Маршал, С. Сімсонді, Й. Шумпетер, Ф. Хайек та інші видатні дослідники. За останні роки опублікували низку наукових праць такі вчені, як З. Варналій, Г. Васіна, Л. Воротіна, Л. Верховодова, М. Долішній, А. Даниленко, О. Кузьмін, М. Козоріз, В. Мікловда, А. Мельник,

С. Мочерний, В. Павлов, С. Реверчук та інші. Вони розкривають різні аспекти розвитку малого бізнесу, роль і значення цього сектору в індустріальних державах та країнах, що розвиваються, зокрема з перехідною економікою. При цьому відсутність глибокого аналізу й досить ясного розуміння місця й ролі підприємництва в сучасній моделі ринкового господарства не дозволяють чітко сформулювати концепцію механізму підтримки розвитку малого бізнесу в Україні на державному та регіональному рівнях.

Цілі статті. Метою роботи є узагальнення теоретичних підходів щодо історії виникнення та сутності підприємництва та його ролі в еволюційному економічному розвитку.

Для досягнення мети дослідження сформульовано такі наукові та практичні завдання:

- 1) аналіз основних концептуальних підходів до визначення поняття підприємство та формування узагальнювального власного визначення цього поняття;
- 2) виділення характерних рис підприємця, як рушійної сили підприємницької діяльності;
- 3) аналіз підходів, щодо визначення малого підприємства в світовій практиці та в Україні;
- 4) аналіз відносин малого підприємства в економічній системі.

Виклад основного матеріалу дослідження. В економічній теорії поняття “підприємство” і “підприємець” появились в XVIII в., в епоху капіталізму. Вчені-економісти епохи капіталізму надали перший систематичний науковий опис цих категорій. Так, родоначальником наукового поняття “підприємство” був англійський економіст Р. Кантільон (1680–1730 рр.), який у своїй роботі “Досвід про природу торгівлі взагалі” (1725 р.) розглянув підприємство як особливий вид діяльності, пов’язаний з елементами ризику. Згідно з Р. Кантільоном, підприємець є особливий суб’єкт, наділений властивостями передбачати, ризикувати, брати на себе всю повноту відповідальності за прийняті рішення [4, с. 26].

Найповніше продовження теорія ризику одержує в роботах Ф. Найта (1885–1972 рр.), який проводить межу між категоріями “ризик” і “невизначеність”, а під підприємницьким доходом розуміє різницю між очікуваною і реальною грошовою виручкою фірми. На його думку, люди, що беруть на себе ризик і не прораховують невизначеність, а також гарантують працівників їхню заробітну плату, отримують право керувати діяльністю і привласнювати відповідну частину доходу [8, с. 26].

А. Сміт (1723–1790 рр.) в своїй праці “Дослідження про природу і причини багатства народів” (1776 р.) охарактеризував підприємця як власника, що йде на економічний ризик заради реалізації якоїсь комерційної ідеї та отримання прибутку. Він сам планує і організовує виробництво, при цьому підприємницький дохід є винагородою за його працю і ризик “торговець повинен не тільки отримувати від свого промислу доходи на життя, але й отримувати доходи, які відповідають його особистим якостям, що необхідні для даного промислу”. На думку вченого, підприємець більшою частиною є капіталістом, власником капіталу, що вкладає цей капітал у власну справу. А. Сміт був прихильником розвитку конкуренції між підприємцями і противником великих монополій, вважаючи, що “споживання – єдиний кінець і єдина мета всякого виробництва” [10, с. 36]. Значний внесок у становлення теорії підприємництва зробив французький вчений Ж.Б. Сей (1762–1832 рр.), який виклав свою точку зору на сутність і функції підприємництва в Трактаті політичної економії (1803 р.). Ж.Б. Сей розробив теорію факторів виробництва (земля, праця, капітал) і приділив велику увагу підприємству, яке розвивається за допомогою постійного комбінування цих факторів. При цьому підприємець “перетягує” ресурси з сфери низької продуктивності та прибутковості в сферу, де вони можуть дати найбільший результат. Ж.Б. Сей визнавав активну роль підприємця, як особи, “яка береться за свій рахунок і на свій ризик і у свою користь зробити який-небудь продукт” [11, с. 60]. При цьому вчений наголошує на інноваційному характері підприємництва, пов’язаному з необхідністю створення нових комбінацій факторів виробництва, пошуку нових можливостей для досягнення найкращих результатів.

Значний внесок у розвиток теорії підприємництва німецьких учених М. Вебера (1864–1920 рр.) і В. Зомбарта (1863–1941 рр.), які звертають увагу на історико-етичні та соціальні корені підприємства. Для М. Вебера капіталістичне підприємство є втіленням раціональної організації

вільної праці і використання можливостей підприємницького духу. Цей новий підприємницький дух має, на думку вченого, релігійну основу, оскільки вийшов з надр протестантизму. Релігійна етика сприяла, на думку М. Вебера, формуванню особливої господарської етики. Господарська діяльність для протестанта стала основною формою служіння Богу. Успіх, нагромаджене багатство, розглядаються як підтвердження богообраності, порятунку віруючого [2, с. 61]. Тому, як показав М. Вебер, саме протестантизм надав підприємницькій діяльності вищих моральних санкцій. У прямій полеміці з М. Вебером В. Зомбарт стверджує, що всі основи підприємницького духу заклали представники католицизму, а протестантизм мало чи не перешкоджав його зародженню. Але найбільш глибокі корені розвитку підприємництва виходять з іудаїзму, де релігія Талмуда – єдина серед світових релігій — ніколи не містила ідеалу бідності, а навпаки проповідувала ідеї торгової свободи [3, с. 6].

Аналіз поглядів вчених про підприємництво в XVIII–XIX ст. дозволяє зробити висновок про те, що в них закладені фундаментальні положення про підприємництво та підприємця, які не втратили актуальності й нині.

Враховуючи думки класиків економічної теорії та узагальнюючи головні характеристики підприємництва, можемо дати таке визначення сутності цього поняття. Підприємництво – це особливий вид господарської діяльності, пов’язаний з ризиком, невизначеністю і відповідальністю, раціонально комбінує фактори виробництва, постійно йде на інновації і має головною метою – зростання власної справи, а другорядною – зростання прибутку. Висновки з теорій класичної економічної думки мають вирішальне значення для розвитку сучасного українського підприємництва.

Нові економічні умови початку XX ст. спричинили те, що з початку 30-х років XX ст. на зміну епосу масового виробництва прийшла епоха збуту, що характеризується швидкою диверсифікацією продукції на базі активної боротьби за споживача. Ідеологами підприємництва на той період з’явилися видатні вчені: Й. Шумпетер, Д. Кларк, Ф. Хайек, П. Друкер та ін.. Відомий американський економіст австрійського походження Й. Шумпетер (1883–1950 рр.) у своїх дослідженнях враховував зв’язок підприємництва з так званою динамічною невизначеністю. У 1911 р. вперше вийшла друком його робота “Теорія економічного розвитку”, яка стала основою вчення про підприємництво як інноваційну діяльність. Вивчаючи закономірності суспільного прогресу, Й. Шумпетер доходить висновку, що рушійною силою економічного розвитку є підприємець, діяльність якого “полягає в створенні і впровадженні нових комбінацій факторів виробництва” [12, с. 169]. Право власності на майно не є для нього ознакою підприємця. Й. Шумпетер наголошував, що масова поява підприємців слугує єдиною причиною піднесення економіки. Наслідком нових комбінацій є нововведення, інновація. Підприємець в такій ситуації покликаний “... робити не те, що роблять інші” і “... робити не так, як роблять інші” [5, с. 170]. За Й. Шумпетером, підприємець – не обов’язково фізична особа, може бути і група осіб; підприємець – не обов’язково власник, в цій якості здатний виступити і менеджер. До того ж підприємницький статус не постійний, суб’єкт ринкової економіки є підприємцем тільки тоді, коли він здійснює функції іноватора, і втрачає цей статус, якщо переводить свої справи на рейки рутинного процесу. Погляд на підприємця як на новатора, феномен суспільного розвитку, вперше запропонував Й. Шумпетер, він став своєрідним фундаментом теорії підприємництва.

Слідуючи за Й. Шумпетером, можливим є сформулювати визначення підприємництва: це здійснення організаційно-господарської інновації з метою отримання прибутку і досягнення успіху. Отже, підприємництво об’єднує три необхідних елементи: організаційну дію; ініціювання змін; прибуток як мету і критерій успіху.

Отже, дослідивши поняття “підприємець” у літературі, можемо сформулювати таке визначення: підприємець – це особа, яка бере на себе ризик у заснуванні нової компанії чи нового бізнесу та має здатність на високому професійному рівні здійснювати заходи, виконувати службові функції, знаходити оптимальні варіанти використання матеріальних, енергетичних, фінансових і трудових ресурсів, уміння приймати нестандартні логічні рішення, орієнтуватись у кон’юктурі ринку і прогнозувати її розвиток, впроваджувати у практику нові технічні й економічні досягнення,

діяти з допустимим ступенем ризику для досягнення кращих результатів, дотримуватись високої підприємницької культури у спілкуванні з колегами, партнерами і конкурентами з метою досягнення певних результатів ефективності праці, що приносять прибуток фірмі. Враховуючи визначення поняття підприємця, виділимо основні характерні риси підприємця (рисунок).



Характерні риси підприємця

В економічній літературі виділяють три основні функції підприємництва. Перша функція – ресурсна. Для будь-якої господарської діяльності необхідні економічні ресурси – фактори виробництва. До них належать, як відзначалося, насамперед природні ресурси – земля, корисні копалини, ліси і води. Важливими є інвестиційні ресурси – машини, обладнання, інструменти, транспорт, інші засоби, що використовуються для виробництва товарів і послуг та доставки їх споживачеві, а також власне фінансові ресурси. Третій вид ресурсів – це людські трудові ресурси. Вони визначаються якісним і кількісним складом робочої сили, її кваліфікацією, спеціалізацією, рівнем зайнятості. За останній час в теорії та на практиці все частіше акцентують на значимості ще одного ресурсу – підприємницької здібності. Підприємець, що бере на себе ініціативу новаторського, нетрадиційного поєднання факторів виробництва – землі, капіталу, праці, – сприяє зростанню виробництва товарів і послуг, підвищенню ефективності економіки. Домагається він цього, здійснюючи другу функцію підприємництва – організаторську. Підприємець використовує свої здібності, щоб забезпечити таке з'єднання і комбінування факторів виробництва, яке найкраще призведе до досягнення мети, отриманню високого доходу. Третя функція підприємництва – творча, пов'язана з новаторством. Її значення особливо зростає в умовах сучасного науково-технічного прогресу. У зв'язку з посиленням функції, пов'язаної з інноваціями, створюється новий економічний клімат для підприємництва. Зростає ринок науково-технічних розробок, або венчурного підприємництва, зайнятого впровадженням новинок техніки і технологій. Розвивається інформаційна інфраструктура підприємництва, розширюється доступ до корисної інформації,

зміцнюються патентно-ліцензійні служби, мережа банківських інформаційних даних, що нагромаджуються за допомогою електронно-обчислювальної техніки. У розвинених країнах робиться ставка на інформаційний бізнес (Японія), на нові технології (Німеччина, Франція), на нарощування інтелектуального потенціалу (США).

Враховуючи розглянуті взаємозв'язки, при визначенні ролі підприємництва в суспільних процесах, необхідно враховувати таке:

- підприємництво є природним проявом потреби частини суспільства в самовираженні;
- підприємництво є активним творцем економічних відносин, передусім ринкових;
- кількісне і якісне співвідношення традиційних, адміністративних та ринкових відносин в економічній системі визначається наявною соціальною і політичною системами.

Отже, підприємництво – унікальне соціальне явище, притаманне найбільш активним представникам суспільства. Підприємництво відображає реакцію суспільства на зміну соціальних умов і суспільного попиту, збільшуючи або зменшуючи кількість підприємств залежно від необхідності підвищення або зниження частки ринкових відносин в економічній системі. Вплив держави, як основної складової політичної системи, на підприємництво повинно зводитися до створення сприятливого політичного, правового, податкового середовища для його розвитку, не порушуючи при цьому умов конкуренції. Надмірне штучне втручання політичної системи в підприємницьке середовище (прямим регулюванням або субсидуванням) може не відповідати інтересам суспільства.

Роль і значення підприємництва в економічному розвитку полягає у тому, що:

- підприємництво є важелем для зміни структури економіки. Для підприємців основний спонукальний мотив – можливість одержання прибутку. Вони майже завжди концентрують свої дії на розвитку перспективних напрямків господарської діяльності, віддача від яких може перевершити середні показники;

- розвиток підприємництва створює “поживне середовище” для конкуренції. Забезпечуючи освоєння перспективних виробництв, підприємці сприяють швидшому оновленню техніко-технологічної бази і номенклатури продукції фірми. Вони стимулюють господарську активність, підтримуючи конкуренцію й існуючий ринок;

- підприємництво можна вважати каталізатором економічного розвитку. Цей своєрідний прискорювач істотно впливає на структурну перебудову в економіці; збільшення обсягів виробництва і надання послуг; стимулювання інвестиційної діяльності; підвищення рівня попиту і пропозиції; прискорення темпів економічного розвитку національної економіки, загалом;

- підприємництво сприяє економії і раціональному використанню всіх ресурсів. Діяльність підприємця нерозривно зв'язана з господарським ризиком. Саме ця обставина є потужним стимулом економії ресурсів, вимагає від підприємця детального аналізу рентабельності проектів, відповідального ставлення до інвестицій, раціонального витрачання ресурсу, найманню робочої сили;

- підприємництво забезпечує сильні стимули до високоефективної праці. Здебільшого особистості, котрі мають власний бізнес і завдяки цьому сильніші спонукальні мотиви, більше зацікавлені в якісній і продуктивній праці, ніж наймані працівники. Такий психологічний феномен вільної праці для одержання власного зиску забезпечує ще більший виграш для економіки, загалом. Ділові якості підприємців та особливості підприємницької діяльності найяскравіше проявляються на рівні малих та середніх підприємств. Мале та середнє підприємництво несе на собі значне смислове навантаження. Дрібні і середні підприємства мають помітне значення в зайнятості, виробництві окремих товарів, дослідницьких і науково-виробничих розробках. Вони створюють середовище і дух підприємництва, без яких неможлива ринкова економіка, забезпечують необхідну мобільність в умовах ринку, створюють глибоку спеціалізацію і кооперацію, без яких неможлива висока ефективність. Вони здатні швидко заповнювати ніші, що утворюються в споживчій сфері, порівняно швидко окупуватися і створювати атмосферу конкуренції. Так, малий і середній бізнес забезпечує:

- 1) створення нових робочих місць, забезпечення зайнятості працездатного населення і, як наслідок, скорочення кількості людей, які потребують соціальної допомоги. Ця функція є важливою у разі нестабільності функціонування ринку праці, за наявності значної кількості безробітних та інших подібних соціальних проблем;

2) забезпечення соціальної стабільності та зниження рівня бідності. Питання соціальної стабільності завжди актуальне у разі зростання соціальної напруги в суспільстві;

3) можливість енергійним і заповзятим людям відкрити свою справу у виробничій, науковій та іншій діяльності, реалізуючи в ній свої спосібності;

4) збільшення надходження до бюджету;

5) зростання частки ВВП, яку створюють малі підприємства;

6) збільшення частки середнього класу, а, значить, соціальної та політичної стабільності. Якщо брати за основу поділу на класи дохід, то можна зазначити, що ніякий вид праці за наймом, зокрема найкваліфікованіший і найбільш управлінський, не забезпечує рівень доходів, які можна прирівняти до підприємницьких;

7) підвищення стійкості та конкурентоспроможності підприємств. Це положення пояснимо за допомогою такої системи доказів. Так, незважаючи на те, що велика частина наукового потенціалу зосереджена на великих компаніях, малі і середні фірми по широкому спектру продукції частіше починають розроблення і випуск нових товарів. Успіх підприємництва в цій галузі можна пояснити такими причинами. Поглиблення спеціалізації в наукових розробках зумовило те, що здебільшого невеликі фірми йдуть по простішому або ризикованішому шляху, працюють у неперспективних галузях.

Взаємодія малого і великого бізнесу, здатна допомогти вижити в сучасних ринкових умовах підприємствам-гігантам, і підняти новоствореним малим підприємствам. У світовій економіці підприємництво побудовано на принципі кооперування великих та малих підприємств, причому великі підприємства орієнтуються не на придушення малого бізнесу, а, навпаки, на взаємовигідну співпрацю з ним. Тому великі і малі підприємства взаємодоповнюють один одного, особливо в сфері спеціалізації окремих виробництв і в інноваційних розробках. Якщо велике виробництво орієнтується на масовий порівняно однорідний попит, випуск великих партій стандартної продукції, то малі підприємства функціонують на невеликих сегментах ринку, в обраних ними нішах з обмеженою номенклатурою виробів. Ринковими нішами є ринки готової продукції, насамперед високої технології, які утворюються тоді, коли попит на певному ринку не може задовольнити велике виробництво через малу ємність самого ринку або через те, що виробництво не може досягти такого розміру, за якого воно покрило б весь попит на цьому ринку.

Економічні системи різних країн мають своє визначення малого бізнесу, який своєю чергою має різні особливості виникнення, становлення та розвитку і виконує важливу роль та функції, а тому має і важливий вплив на економіку [5].

Економічний зміст особливостей малих форм господарської діяльності, які, по суті, визначають його переваги перед великим бізнесом, доповнюється системою критеріїв щодо зарахування підприємства до розряду малого бізнесу. Визначення таких стандартів необхідно для проведення ефективної державної політики розвитку малого підприємництва, особливо, враховуючи його неоднаковість за кількістю найманих працівників та розбіжностями у обсягах вартісних показників за видами економічної діяльності, пов'язаної з галузевою специфікою. У світовій практиці існує багате різноманіття критеріїв виділення малого підприємництва як особливої форми господарювання. Зазвичай, найбільш загальними показниками, на підставі яких суб'єкти господарської діяльності зараховують до суб'єктів малого підприємництва, є: середньорічна чисельність зайнятих на підприємстві робітників, розмір статутного капіталу, щорічний обсяг активів і обсяг обороту (прибутку, доходу).

Треба зазначити, що у світовій практиці не існує не тільки єдиних кількісних, але і якісних критеріїв визначення суб'єктів малого підприємництва. Найпоширенішими кількісними критеріями є:

- середня чисельність зайнятих;
- річний оборот (обсяг продажу);
- балансова вартість активів.

Серед якісних критеріїв можна виділити такі:

- незалежність підприємства від інших суб'єктів господарювання;
- виконання власником підприємства функцій управління.

Можна виділити два основні рівні визначення критеріїв розподілу підприємств на малі, середні і великі:

- рівень міжнародних організацій;
- національний рівень.

Європейський Союз визначає поняття малого підприємництва дещо по-іншому. Зокрема мале підприємництво поділяється на: середній бізнес, малий бізнес та мікропідприємства (табл. 1), причому основними факторами, які визначають розмір підприємства, є:

- 1) чисельність працівників;
- 2) річний оборот або річний баланс.

Відзначені показники використовуються тільки для окремих підприємств, якщо підприємство є частиною групи підприємств ці показники не використовуються.

У Міжнародній організації економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР), в яку входять високорозвинені країни, пропонують таке групування підприємств за розміром¹:

- дуже малі – 1–19 працівників;
- малі – 20–99 працівників;
- середні – 100–499 працівників;
- великі – 500 і більше працівників.

Таблиця 1

Критерії зарахування підприємств до категорії малих у країнах ЄС

Категорія компаній	Кількість співробітників	Річний оборот	Річний загальний баланс
Середні підприємства	<250	≤ € 50 м.	≤ € 43 млн.
Малі підприємства	<50	≤ € 10 м.	≤ € 10 м.
Мікропідприємства	<10	≤ € 2 м	≤ € 2 м

Джерело: *Commission recommendation of 6 May 2003 concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://europa.eu/legislation_summaries/enterprise/business_environment/n_26026_en.htm>.*

У США малими та середніми підприємствами вважаються ті, що мають менше ніж 500 працівників. Лімітів за обсягами річного обороту не встановлено.

У відповідності до ст. 4 Федерального закону від 24 липня 2007 р. N 209-ФЗ “Про розвиток малого і середнього підприємництва в Російській Федерації” до суб’єктів малого підприємництва належать споживчі кооперативи та комерційні організації (за винятком державних і муніципальних унітарних підприємств), а також фізичні особи, які здійснюють підприємницьку діяльність без утворення юридичної особи, що відповідають таким умовам:

- 1) для юридичних осіб – сумарна частка участі Російської Федерації зазначених юридичних осіб не повинна перевищувати двадцять п’ять відсотків (за винятком активів акціонерних інвестиційних фондів і закритих пайових інвестиційних фондів), частка участі, що належить одному або декільком юридичним особам, які не є суб’єктами малого та середнього підприємництва, не повинна перевищувати двадцять п’ять відсотків (це обмеження не поширюється на господарські товариства, діяльність яких полягає в практичному застосуванні (впровадженні) результатів інтелектуальної діяльності;

- 2) середня чисельність працівників за попередній календарний рік не повинна перевищувати граничні значення середньої чисельності працівників для кожної категорії суб’єктів малого та середнього підприємництва:

- від ста одного до двохсот п’ятдесяти осіб включно для середніх підприємств;
- до ста осіб включно для малих підприємств; серед малих підприємств виділяються мікропідприємства – до п’ятнадцяти осіб;

¹ <http://www.oecd.org/general/searchresults>

3) виручка від реалізації товарів (робіт, послуг) без урахування податку на додану вартість або балансова вартість активів (залишкова вартість основних засобів і нематеріальних активів) за попередній календарний рік не повинна перевищувати граничні значення, встановлені Урядом Російської Федерації для кожної категорії суб'єктів малого та середнього підприємництва.

У Республіці Казахстан суб'єктами малого підприємництва є фізичні особи без утворення юридичної особи і юридичні особи, що займаються підприємницькою діяльністю, з середньорічною чисельністю працівників не більше ніж 50 осіб і загальною вартістю активів за рік не зверху шестидесяти тисяч кратного розрахункового показника (місячний розрахунковий показник встановлюється в республіканському бюджеті) [13].

В Україні у процесі розвитку малого бізнесу змінювались критерії щодо визначення (табл. 2).

Таблиця 2

Критерії зарахування підприємств до малих за період з 1991 по 2008 рр.

Роки	Характеристика суб'єктів малого підприємництва	Чисельність працівників, ос.	Обсяг річного валового доходу	Підстава
1991–1997	Малі підприємства з чисельністю працюючих диференційовано за галузями економіки	у промисловості та будівництві - до 200 осіб, в інших галузях виробничої сфери - до 50 осіб, у науці і науковому обслуговуванні - до 100 осіб, у галузях невиробничої сфери - до 25 осіб, у роздрібній торгівлі - до 15 осіб		ст.2 Закону України від 27.03.91 № 887-ХП "Про підприємства в Україні"
1998–1999	Малі підприємства – це підприємства незалежно від галузі економіки підприємства	До 50 осіб	До 1 000000 гривень	п.4 Указу Президента України від 12.05.98 № 456/98 "Про державну підтримку малого підприємництва" малі підприємства
2000–2002	До малих підприємств належать – юридичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності будь-якої організаційно-правової форми та форми власності	До 50 осіб	До 500 000 євро	стаття 1 Закону України від 19.10.2000 № 2063-Ш "Про державну підтримку малого підприємництва"
2003–2008	До малих підприємств належать суб'єкти підприємницької діяльності, юридичні особи будь-якої організаційно-правової форми господарювання	До 50 осіб	До 500тис.євро.	п. 7 ст. 63 Господарського кодексу України

Сьогодні існують три підходи щодо визначення суб'єктів малого підприємництва: податковий та правовий і статистичний . Наявність трьох підходів унеможлиблює порівняння

показників статистичної на податкової звітності для визначення значення малих підприємств загалом по Україні.

Відповідно до Господарського кодексу до суб'єктів малого підприємництва зараховують підприємства, які наведені в табл. 3.

У Податковому кодексі України немає чіткого розподілу податків по відношенню до суб'єктів малого підприємництва, однак визначена спрощена система обліку та звітності для окремих категорій фізичних та юридичних осіб.

Держкомстат України визначає поняття малого підприємництва дещо по-іншому. Зокрема мале підприємництво поділяється на :

- юридичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності будь-якої організаційно-правової форми господарювання та форми власності, в яких середньооблікова чисельність працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та обсяг річного валового доходу не перевищує 500000 євро;
- фізичні особи, зареєстровані у встановленому законом порядку як суб'єкти підприємницької діяльності [7].

В Україні аналіз економічної характеристики малого підприємництва визначають дві обставини: воно об'єктивно існує та розвивається як певна цілісність, сектор економіки (національного, регіонального, місцевого рівнів); воно є особливим типом підприємницької діяльності. Структура економіки за розміром передбачає співіснування підприємств різних розмірів, зокрема й малих, які утворюють відповідну групу. Цю сукупність виробничих осередків, невеликих за масштабом, характеризує поняття “дрібне виробництво”.

Таблиця 3

Критерії зарахування підприємств до малих в Україні

	Господарський кодекс України		Податковий кодекс України	
	Кількість працівників	Річний дохід		
Суб'єкти мікропідприємництва фізичні особи	10	2 млн.Є		
Суб'єкти мікропідприємництва юридичні особи	10	2 млн.Є		
Суб'єкти малого підприємництва фізичні особи	50	10 млн Є	20	20 млн грн.
Суб'єкти малого підприємництва юридичні особи	50	10 млн Є	50	20 млн.грн.

Суспільною формою малої виробничої одиниці в умовах ринкової економіки стає мале підприємництво. Основними економічними ознаками якого є:

- відособленість (тобто господарювання на свій страх і ризик);
- спеціалізація на будь-якому виді діяльності;
- реалізація виробничих товарів (послуг) через купівлю-продаж на ринку.

Під час розгляду понять “мале підприємництво”, “малий бізнес”, “мале підприємство”, як свідчить практика, дуже часто відбувається їх ототожнення. Так, професор В. Карсекін та інші автори зазначають, що “... дійсно, практично повсюдно проходить ототожнення підприємництва з малим бізнесом, широке використання у вітчизняній науці та практиці терміна “мале підприємство”[1]. Малий бізнес — діяльність будь-яких малих підприємств та окремих громадян (фізичних осіб) із метою одержання прибутку. Практично це означає будь-яку діяльність зазначених суб'єктів господарювання, спрямовану на реалізацію власного економічного інтересу. Не обов'язково це має бути особливо ризикова й інноваційна діяльність на засадах повної економічної відповідальності. На думку професора З. Варналія, саме у цьому якісному чиннику й полягає різниця між поняттями “мале підприємництво” і “малий бізнес”. На жаль, ці поняття не розмежовано ні в економічній літературі, ні на практиці.

На економіку країни малий бізнес впливає за такими факторами:

– малий бізнес є пусковим механізмом ринкового господарства України. С.К Реверчук [9] вважає, що досягнувши своєї критичної маси (в середньому по країні у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення припадало 70 малих підприємств), цей сектор повинен сприяти нормальній, здоровій конкуренції, яка, своєю чергою, зумовлює безповоротний процес переходу України до розвинутого ринку;

– розвиток малого бізнесу є джерелом підвищення питомої ваги приватної власності, що сприяє процесам демонополізації, приватизації та роздержавлення вітчизняної економіки [6].

– малий бізнес в Україні є основним інструментом загальної стратегії економічного зростання та структурної реконструкції національної економіки. На думку Я.А.Жаліла, МБ повинен виконувати функції структуроутворюючого елемента сучасної ринкової економічної системи України, засобу подолання її структурної недосконалості та диспропорційності тощо. Підприємництво в сучасних економічних умовах повинно стати системою вбудованих регуляторів, які будуть в змозі адекватно реагувати на сигнали ринку, формувати ефективні приватні економічні стратегії, і через які у влади з'являється можливість застосовувати традиційні регулятори економічної стабілізації.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, малі підприємства є одним із дійових засобів вирішення першочергових соціально економічних проблем. Серед них можна навести: прискорення структурної перебудови економіки, забезпечення насиченості ринку товарами і послугами, створення конкурентного середовища, створення нових робочих місць шляхом самозайнятості, забезпечення ефективного використання місцевих сировинних ресурсів тощо. Однак, не зважаючи на всі позитивні зрушення, мале підприємництво наражається на велику кількість перешкод. Його розвиток відбувається нерівномірно, хаотично та суперечливо, йому не приділяють належної уваги державні органи: програми підтримки є декларативними, немає узгодженості у діях центральної та місцевої влади, слабка фінансова допомога тощо.

Проблема відомих підходів до стимулювання розвитку малого підприємництва полягає в тому, що основна їхня увага зосереджена на стимулюванні утворення нового малого бізнесу, у той час як питанню укріплення і розвитку підприємств, які вже працюють, малого бізнесу приділяється мало уваги. Актуальність проблеми підвищення розвитку малого бізнесу в Україні в довгостроковому періоді визначається значними внеском малого підприємництва в економіку розвинутих країн і поки що відстаючими показниками в Україні.

1. Варналій З. С. *Мале підприємництво: основи теорії і практики.* — К.: Т-во "Знання", КОО, 2001. 2. Вебер М. *Протестантская этика и дух капитализма: Избр. произв.* — М.: Прогресс, 1990. 3. Зомбарт В. *Буржуа. Этюды по истории духовного развития современного экономического человека.* — М.: Наука, 1994. 4. Карлоф Б. *Деловая стратегия: Концепция. Содержание. Символы: Пер. с англ.* — М.: Наука, 1994. 5. Конева Т.А. *Роль малого бізнесу в економіці України//Офіційний сайт Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського www.nbuv.gov.ua/* 6. *Малий і середній бізнес у пошуках місця в стратегії економічного зростання в Україні: Зб. наук. статей/за ред. Я.А. Жаліла.* — К.: Альтерпрес, 2002. — 118 с. 7. *Методичні положення щодо формування статистичної інформації про діяльність суб'єктів малого підприємництва Затверджено Наказом Держкомстату України від 24 квітня 2003 р. N 125* 8. Найт Ф. *Понятие риска и неопределенности // Тезис. 1994. Вып. 5. С. 26–27.* 9. Реверчук С.К. *Малий бізнес: методологія, теорія і практика.* — К.: ІЗМН, 1996. — 192 с. 10. Смит А. *Исследование о природе и причинах богатства народов.* — М.: Эконом, 1993. 11. Сэй Ж.Б. *Трактат политической экономии.* — М.: Солдатенков, 1986. 12. Шумпетер Й. *Теория экономического развития.* — М.: Прогресс, 1982. 13. <http://business.zakon.kz/ponyatie> *Понятия, определения и формы малого бизнеса в РК.*