

ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

**Кафедра економіки, бізнесу та управління
персоналом на транспорті**

Л. О. Позднякова, В. О. Котик, В. В. Котик

**БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ
МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ**

Конспект лекцій

Харків – 2017

Позднякова Л. О., Котик В. О., Котик В. В. Бізнес-адміністрування малих та середніх підприємств: Конспект лекцій. – Харків: УкрДУЗТ, 2017. – 110 с.

Розглядаються сутність, методи, функції та стратегії бізнес-адміністрування малого і середнього підприємництва, практика його організації. Подано характеристику факторів середовища розвитку малого та середнього бізнесу, етапів його розвитку, викладено теоретичні аспекти підприємництва, зарубіжний досвід розвитку і стимулювання приватної ініціативної діяльності, систему адміністративного регулювання, а також сформовані в Україні форми та методи державної підтримки малого бізнесу.

Значна увага приділяється практичним аспектам організації і функціонування малого бізнесу на прикладі бренду InkSystem, у тому числі питань інноваційної діяльності, маркетингу, планування, забезпечення ефективності бізнес-управління. Показуються можливості використання електронної комерції як форми ведення підприємництва. Може бути використано студентами економічних спеціальностей, учнями середніх спеціальних навчальних закладів, спеціалістами підприємств, слухачами шкіл бізнесу і системи підвищення кваліфікації.

Рекомендується для студентів економічного факультету спеціальності «Публічне управління та адміністрування» (спеціалізація – Бізнес-адміністрування для магістрів денної форми навчання).

Табл. 3, бібліогр.: 30 назв.

Конспект лекцій розглянуто та рекомендовано до друку на засіданні кафедри економіки, бізнесу і управління персоналом на транспорті 24 жовтня 2016 р., протокол № 4.

Рецензент
проф. О. Г. Дейнека

Л. О. Позднякова, В. О. Котик, В. В. Котик

БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ

Конспект лекцій

Відповідальний за випуск Котик В. О.

Редактор Буранова Н. В.

Підписано до друку 19.12.16 р.

Формат паперу 60x84 1/16. Папір писальний.

Умовн.-друк.арк. 4,75. Тираж 50. Замовлення №

Видавець та виготовлювач Українська державна академія залізничного транспорту,

61050, Харків-50, майдан Фейєрбаха, 7.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 2874 від 12.06.2007 р.

Зміст

| | |
|--|----|
| Вступ..... | 4 |
| .. | |
| Тема 1. Сутність та принципи бізнес-адміністрування..... | 6 |
| 1.1 Сутність бізнес-адміністрування..... | 6 |
| 1.2 Принципи бізнес-адміністрування..... | 11 |
| 1.3 Функції адміністративної діяльності..... | 16 |
| Тема 2. Сутність, значення та функції малого бізнесу в ринковій економічній системі..... | 30 |
| 2.1 Що таке бізнес?..... | 30 |
| 2.2 Сутність, цілі й функції бізнесу..... | 32 |
| 2.3 Малий бізнес – основа сучасної ринкової інфраструктури..... | 34 |
| | |
| 2.4 Критерії віднесення підприємств до малих форм господарювання..... | 40 |
| | |
| 2.5 Фактори, що визначають розвиток малого бізнесу..... | 44 |
| Тема 3. Організація малого і середнього бізнесу..... | 50 |
| 3.1 Шляхи створення малих і середніх підприємств..... | 50 |
| 3.2 Вибір підприємницької ідеї..... | 51 |
| 3.3 Життєвий цикл малого і середнього бізнесу..... | 52 |
| Тема 4. Фінансовий менеджмент на малих і середніх підприємствах..... | 59 |
| ... | |

| | |
|--|------------|
| Тема 5. Інвестиційна політика на малих та середніх підприємствах..... | 69 |
| ... | |
| Тема 6. Управління інноваціями на малих та середніх підприємствах..... | 77 |
| ... | |
| 6.1 | 79 |
| Технополіси..... | |
| 6.2 | 81 |
| Технопарки..... | |
| 6.3 | Бізнес- 84 |
| інкубатори..... | |
| 6.4 | Бізнес- 86 |
| ангели..... | |
| Тема 7. Ризики у підприємницькій діяльності малого і середнього бізнесу..... | 92 |
| Тема 8. Напрямки державної підтримки малого та середнього бізнесу в Україні..... | 95 |
| Тема 9. Стратегічні напрямки політики розвитку МСП..... | 102 |
| Загальні висновки..... | 105 |
| Список літератури..... | 108 |

Вступ

Бізнес-адміністрування – це мистецтво управління бізнесом в умовах нестабільного конкурентного бізнес-середовища.

Бізнес-адміністрування – це найбільш затребувані методи та методики бізнес-аналізу; це можливість ефективно управляти бізнесом або підприємством, аналізувати складні завдання і приймати стратегічні рішення. Основним змістом системи бізнес-адміністрування є механізм управління, що вибудовується з таких складових: принципів бізнес-адміністрування, під якими

розуміються фундаментальні істини і на яких будується система управління в цілому та окремі її частини (з практичної точки зору, їх можна розглядати як правила, на підставі яких керівник будує свою діяльність); функцій бізнес-адміністрування, які є первинною, визначальною частиною системи управління; методів бізнес-адміністрування, які являють собою способи здійснення цілеспрямованого впливу на виробничий колектив або окремого працівника; вони відрізняються один від одного своєю мотиваційною характеристикою і поділяються на адміністративні, економічні, соціально-економічні та соціально-психологічні аспекти стилю керівництва, - сукупність методів, прийомів і дій, найбільш характерних для керівника в його відносинах з підлеглими.

На сучасному етапі ринкового трансформування економіки України одним із головних факторів стабільності досягнутих позитивних соціально-економічних тенденцій у державі є забезпечення сталого економічного зростання та розвитку соціальної сфери в регіонах на основі мобілізації й ефективного використання всього комплексу ресурсів та умов. Серед шляхів зміцнення національної економіки слід визнати розвиток малого та середнього підприємництва.

Мале та середнє підприємництво як самостійний і незамінний елемент ринкової економіки істотно впливає на структурну перебудову в економіці країни, робить певний внесок у збільшення загальних обсягів виробництва, роздрібного товарообороту, сприяє економії та раціональному використанню всіх ресурсів, створює сприятливе середовище для розвитку конкуренції та усунення монополізму у здійсненні підприємницької діяльності, забезпечує сильнодіючі стимули до інноваційних процесів та високоефективної праці.

Пропонуючи свою продукцію на товарний ринок для реалізації, малі підприємства сприяють зовнішньому задоволенню споживчого попиту населення. Вони створюють нові робочі місця, залучають працюючих і непрацюючих осіб до суспільно корисної діяльності, сприяють формуванню середнього класу суспільства.

Загальновизнані переваги малого та середнього бізнесу — це мобільність, гнучкість, раціональна організаційна структура

підприємства, здатність швидкого пристосування до змін споживчого попиту, оперативність освоєння випуску нової продукції малими партіями, невисокі експлуатаційні витрати.

Тема 1. Сутність та принципи бізнес- адміністрування

1.1 Сутність бізнес-адміністрування

Ділове адміністрування, що часто на практиці називають бізнес-адмініструванням, з розвитком економіки набуло великого значення на всіх стадіях існування бізнесу: від започаткування до розвитку і зростання, від періодів підйому до моментів спаду.

Нові тенденції в економіці України вимагають іншого підходу до організації управління на підприємствах, змушують

менеджерів відходити від затеоретизованих підходів і знаходити інші важелі досягнення результатів бізнесу.

Сучасний менеджмент, який зазнає впливу інтернаціоналізації і глобалізації, враховує не лише ситуацію на внутрішніх ринках і потреби внутрішніх споживачів і інвесторів, а й інших географічних ринків і залежить від можливостей інвестиційного процесу і рівня складності ресурсного забезпечення.

Тому менеджмент організації має відрізнитися універсалізмом і глобальним поглядом на процеси в організації. При цьому необхідно враховувати, як рішення стосовно однієї проблеми чи завдання вплине на інші сфери діяльності організації.

Попит на впровадження бізнес-адміністрування в середовище організації обґрунтований необхідністю розуміння принципів бізнесу, основних цілей організації на підставі правильного визначення пріоритетів у поєднанні із всебічним розвитком особистих навиків учасників управлінської команди у форматі реального бізнес-середовища.

Бізнес-адміністрування, як мистецтво управління бізнесом в умовах мінливого конкурентного середовища, стало актуальним в Україні зовсім недавно.

Термін «бізнес-адміністрування» складається з двох понять, які, на перший погляд, не можуть бути поєднаними у процесі функціонування суб'єктів господарювання в ринкових умовах.

Бізнес, якщо його розглядати як підприємництво, – це економічна діяльність суб'єкта в умовах ринку, що приносить дохід від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг.

Адміністрування – це термін, який поширюється на управління державними установами або для позначення процесів керування діяльністю апарату управління підприємства, передбачає чітку організацію процесів та контроль.

У менеджменті термін адміністрування означає професійну діяльність менеджерів організації або державних службовців, що спрямована на втілення в життя рішень керівництва, тобто реалізацію поставлених завдань і пошук оптимальних шляхів їх вирішення.

Але бізнес є поняттям більш широким і багатогранним, ніж підприємництво. Бізнес характеризує сферу діяльності суб'єкта господарювання і його економічні інтереси (промисловий, торговельний, сільськогосподарський, фінансовий, банківський, сфера послуг), величину та обсяг діяльності (дрібний, великий, середній).

Крім того, якщо суб'єктом підприємництва є саме підприємство, то суб'єктами бізнесу виступають не лише підприємства, але й споживачі продукції і послуг, державні установи, що здійснюють регуляторні і контролюючі функції, працівники підприємств.

У свою чергу адміністрування є одним з багатьох інструментів менеджменту, що дають змогу організації досягати поставлених цілей найбільш ефективним способом.

Тому бізнес-адміністрування – це діяльність, спрямована на системний підхід до покрокової та узгодженої організації всіх процесів господарської діяльності та аспектів функціонування підприємства з метою ритмічної роботи організації, задоволення потреб споживачів та дотримання високих темпів зростання обсягів реалізації, формування та дотримання позитивного іміджу підприємства, ефективного використання всіх видів ресурсів, взаємодії з громадськими, профспілковими та державними установами, забезпечення мотивації удосконалення професіоналізму та умов для кар'єрного зростання працівників у процесі досягнення цілей діяльності організації та збільшення вартості компанії.

Як принципи бізнес-адміністрування можна виділити: системність; процесний підхід; розмежування функцій і повноважень; оперативність; можливість оцінки і контрольованість параметрів діяльності всіх учасників; орієнтація на зміну конкурентного середовища і розвиток технологій.

Системність полягає в усвідомленні організації як цілісного організму, що складається з множини елементів з усталеними взаємозв'язками між ними, та створенні такого середовища всередині компанії, яке робить ці зв'язки більш спеціалізованими і результативними, виключаючи дублювання, повторюваність функцій, надмірне документування та громіздку звітність.

Основними системними параметрами в бізнес-адмініструванні є простота, надійність, вимірюваність результатів роботи.

Організацію (корпорацію, суб'єкт підприємницької діяльності, компанію тощо) можна розглядати як сукупність декількох систем:

- виробничо-технологічної (охоплює виробничу діяльність підприємства, впровадження і використання технологій, машин і обладнання, контроль якості продукції і послуг);

- соціально-психологічної (охоплює принципи кадрової політики на підприємстві, мотивацію персоналу, побудову ієрархії управління, сти- мулювання професійного зростання, загальний психологічний клімат у колективі, формування філософії компанії та виховання у персоналу почуття спільної мети компанії);

- організаційної (характеризує підприємство як структурну ланку галузі, господарства регіону, економіки країни або міжнародної економіки і визначає його як систему з певною організаційною структурою, яка окреслює характер зв'язків всередині організації між виробництвом або процесом надання послуг та управлінням, між організацією в цілому та зовнішніми контрагентами);

- інформаційної (характеризує підприємство як суб'єкта накопичення великого обсягу інформації про споживачів, партнерів, працівників, фінансово-господарські операції, інформаційні зв'язки між елементами структури підприємства, суб'єкта і об'єкта електронних комунікацій, користування системами бізнес-комунікацій для створення ефективної підприємницької структури);

- фінансово-економічної (визначає підприємство як суб'єкт господарювання, окрему економічну одиницю, фінансову систему із внутрішніми і зовнішніми грошовими потоками, принципами бюджетування, податкового планування).

Тому системний підхід у бізнес-адмініструванні забезпечує участь усіх підрозділів суб'єкта господарювання у вирішенні стратегічних і тактичних задач бізнесу, дає змогу чітко визначити завдання і очікувані результати від прийняття бізнес-рішень на

кожному етапі і визначити ефективність кожної із вищезгаданих систем у процесі досягнення цілей.

Процесний підхід ґрунтується на сприйнятті діяльності організації як сукупності процесів від маркетингу, планування до продажу і після-продажного обслуговування.

Усі процеси мають такі характерні риси:

- наявність керівника процесу, або власника процесу, який здійснює керівництво і несе відповідальність за здійснення і результати процесу;

- ресурси (матеріальні, фінансові, інформаційні, трудові і т. д.);

- визначення параметрів процесу (показників, за якими керівник може визначити ефективність здійснення процесу);

- портрет споживача процесу, що є кінцевим споживачем результатів процесу;

- входи процесу (початкові складові), які в результаті процесу перетворюються у виходи процесу, враховуючи те, що виходи одного процесу можуть бути входами для іншого;

- виходи процесу, продукція, послуга, інформація, задля якої існує процес; мережа процесів організації, об'єднання взаємопов'язаних і взаємоузгоджених процесів організації в єдину систему.

Розмежування функцій і повноважень спрямоване на результативну взаємодію відділів, підрозділів організації, межі відповідальності, рівні стимулювання і заохочення, виключення дублювання функцій управління, контролюючих функцій, документування і звітів.

Оперативність визначається вмінням власників, керівного складу та менеджерів організації на підставі об'єктивної ринкової інформації швидко реагувати на зміни зовнішніх параметрів функціонування бізнесу і відповідати на виклики мінливого конкурентного середовища, перерозподіляти ресурси, пріоритетність задач, методи досягнення цілей, акцентувати повноваження.

Ефективність бізнес-адміністрування визначається можливістю оцінки і контролюваності параметрів діяльності всіх учасників господарських процесів в організації.

Чітко встановлені функціональні обов'язки, терміни виконання, кількісні та якісні характеристики поточних і кінцевих результатів діяльності, встановлення об'єктивного, зрозумілого і прозорого порядку заохочень і є надійним і переконливим інструментом гарантованого досягнення задач організації.

У сучасних умовах стрімкої динаміки впровадження інформаційних технологій та використання Інтернету в процесі функціонування підприємства орієнтація на зміну конкурентного середовища і розвиток технологій є не тільки вимогою часу, а й поштовхом для виходу на нові ринки шляхом швидкого отримання і донесення інформації про продукцію або послуги.

Зростання швидкості обміну інформацією всередині організації, і безпосередньо організації із зовнішніми контрагентами, дає змогу в процесі бізнесадміністрування відсортовувати, фільтрувати необхідну інформацію і, аналогічно до пазлу, складати чітку картину поточної ситуації для подальшого прийняття рішень.

Підприємства України поступово займають стабільні позиції на міжнародних ринках.

У свою чергу, зарубіжні компанії намагаються проникнути на ринок України.

Тому бізнес-адміністрування потрібно також орієнтувати на міжнародний менеджмент.

Попит на професіоналізм у цій галузі зі знаннями базової теорії та суворим практичним спрямуванням стає запорукою успішного функціонування організацій на внутрішніх ринках і в глобальному бізнес-середовищі.

Бізнес-адміністрування – це найбільш затребувані методи та методики бізнес-аналізу, це можливість ефективно управляти бізнесом або підприємством, аналізувати складні завдання і приймати стратегічні рішення.

Основним змістом системи бізнес-адміністрування організації є механізм управління, що складається:

- з принципів бізнес-адміністрування, під якими розуміються фундаментальні істини (або те, що вважається істинами в даний час), на яких будується система управління в цілому або окремі її частини: з практичної точки зору, їх можна

розглядати як деякі правила, на підставі яких керівник буде свою діяльність;

- функцій бізнес-адміністрування, які є первинною, визначальною частиною системи управління; під функцією бізнес-адміністрування розуміється вид діяльності працівників апарату управління, що виділяється на основі поділу і кооперації управлінської праці, що характеризується певною однорідністю, складністю і стабільністю впливів на об'єкт і суб'єкт управління; саме у функціях розкривається зміст управління;

- методів бізнес-адміністрування, які являють собою способи здійснення цілеспрямованого впливу на виробничий колектив або окремого працівника; вони відрізняються один від одного своєю мотиваційною характеристикою і поділяються на адміністративні, економічні, соціально-економічні та соціально-психологічні;

- стилю керівництва, який являє собою сукупність методів, прийомів і дій, найбільш характерних для керівника в його відносинах з підлеглими.

1.2 Принципи бізнес-адміністрування

Принципи бізнес-адміністрування – це фундаментальні істини, на яких будується система управління в цілому або її окремі частини, і деякі практичні правила, на основі яких керівник буде свою діяльність.

Принципи Г. Емерсона:

- чітко поставлені ідеали або цілі;
- здоровий глузд;
- використання компетентних консультацій;
- дисципліна;
- справедливе ставлення до персоналу;
- швидкий, надійний, повний, точний і постійний облік;
- диспетчеризація;
- наявність норм і розкладів;
- нормалізація умов праці;
- нормування виробничих і управлінських операцій;
- наявність стандартних інструкцій;
- винагорода за продуктивність.

Крім цих принципів, Р. Емерсон сформулював такі положення менеджменту (бізнес-адміністрування):

- підлеглий існує для того, щоб розширювати і продовжувати особистість начальника;
- начальник існує тільки для того, щоб робити продуктивною працю підлеглого;
- кожний вищий щабель управління існує не для задоволення тих, хто стоїть вище, а для обслуговування тих, хто працює нижче;
- кожна дрібна операція на підприємстві має бути обслужена усіма знаннями та вміннями, які є у світі.

Принципи А. Файоля:

1 Поділ праці. У той час вже ніким не оскаржувалося положення, що поділ праці виробничого персоналу веде до ефективності використання робочої сили. За аналогією А. Файоль стверджував, що це положення справедливе і для управлінської праці.

2 Влада і відповідальність взаємопов'язані між собою, причому відповідальність є наслідком і природним продовженням влади. Сама влада може бути офіційною, що ґрунтується на займаній адміністративній посаді, чи неофіційною, основою на авторитеті особистості. Але жодна з них немислима без відповідальності, яка вимагає від керівника певної мужності. Боязнь відповідальності може паралізувати ініціативу і служити перешкодою реалізації влади.

3 Дисципліна, під якою розуміється, перш за все, покора і дотримання певних угод між працівником і керівником.

4 Єдиноначальність, тобто працівник має отримувати накази тільки від одного начальника.

5 Єдність керівництва означає, що кожна сукупність видів діяльності, спрямованих на досягнення однієї мети, повинні мати одного керівника і один план.

6 Підпорядкування індивідуальних інтересів загальним. Якщо між співробітниками виникають розбіжності, адміністрація повинна примирити їх, захищаючи при цьому власні інтереси.

7 Винагорода. Кількість і методи оплати праці мають бути справедливими і надавати співробітникам максимальну можливість задовольнити свої потреби.

8 Централізація, тобто в будь-якій організації має бути керуючий центр.

9 Скалярний ланцюг – це ланцюг начальників від вищого рівня до нижчого, за допомогою якого реалізується влада. Кількість ланок цього ланцюга має визначатися інтересами справи.

10 Порядок, тобто кожен працівник повинен мати своє робоче місце і перебувати на цьому місці.

11 Справедливість. Лояльність і відданість персоналу мають забезпечуватися поєднанням доброти і справедливості з боку адміністрації.

12 Стабільність перебування на посаді. Працівникові потрібен певний час для оволодіння прийомами роботи на належному професійному рівні, а надмірна плинність кадрів є причиною і наслідком поганого управління.

13 Ініціатива. Оскільки будь-яка розумна людина отримує задоволення від обмірковування і реалізації планів, то адміністрація має надавати працівникам таку можливість.

14 Корпоративний дух. Гармонія між працівниками є величезною силою організації.

У 1912 р. Асоціацією українських підприємців було сформульовано сім принципів українського бізнесу.

- Поважай владу. Влада і порядок – необхідна умова для ефективного ведення комерційних справ, тому необхідно виявляти повагу до охоронців порядку в узаконених ешелонах влади.

- Будь чесним і правдивим. Чесність і правдивість – це фундамент підприємництва, передумова здорового прибутку і гармонійних відносин у справах.

- Поважай право приватної власності. Вільне підприємництво – основа благополуччя держави. Український підприємець зобов'язаний у поті чола свого трудитися на благо своєї Вітчизни. Таке завзяття можна проявити тільки при опорі на приватну власність.

- Люби і поважай людину. Любов і повага до людини праці з боку підприємця породжують відповідну любов і повагу. У таких умовах виникає гармонія інтересів, що створює атмосферу для розвитку у людей найрізноманітніших здібностей, спонукає їх проявляти себе.

- Будь вірний своєму слову «Одного разу збрехавши, хто тобі повірить!» Успіх у справі багато в чому залежить від того, якою мірою оточення довіряє підприємцю.

- Живи відповідно до своїх достатків. Або не заривайся, завжди оцінюй свої можливості.

- Будь цілеспрямованим. Підприємець завжди повинен мати перед собою чітку мету. Служіння «двом панам» є протиприродним. У прагненні досягти заповітної мети можна переходити межу дозволеного. Жодна мета не повинна затьмарити моральні цінності.

Як сучасні принципи бізнес-адміністрування можна розглядати систему принципів, запропоновану Х. Піттерсом і Р. Уотерманом. До цих принципів належать:

1 Орієнтація на досягнення успіху. Це означає:

- постійний пошук альтернативних варіантів розвитку організації;

- вміння вибрати напрямки діяльності, які передвіщають успіх, і концентрація діяльності на цих напрямках;

- вміння виробляти нові методи вирішення проблем, з якими стикається організація.

2 Бути завжди обличчям до споживача. Це означає:

- мати ясне і чітке бачення інтересів індивідуального споживача;

- з повагою ставитися до запитів споживачів;

- підвищувати готовність кожного співробітника підприємства до інновацій і динамічного оновлення продукції.

3 Самостійність і підприємливість, яка базується на культивуванні в організації:

- індивідуальної ініціативи всіх співробітників;

- рішучих, але виважених дій співробітників, що здійснюються на основі прогнозів близьких і далеких перспектив;

- відповідальність кожного співробітника за свої дії.

4 Продуктивність, що базується:

- на природних інтересах і прагненнях персоналу жити краще і реалізовувати себе;

- постійному навчанні персоналу;

- на активній орієнтації його мислення на швидкі зміни в характері і масштабах діяльності організації, зумовлені розвитком ринку;

- ототожненні співробітників з організацією, коли кожен працівник – це «своя людина» для організації.

5 Зв'язок з життям, що спирається:

- на об'єктивні економічні закони і реальне усвідомлення економічної ситуації;

- прагнення виправляти помилки, одночасно навчаючись на них;

- вироблення реалістичних, простих і зрозумілих критеріїв оцінки діяльності кожного співробітника і організації в цілому;

- постійний аналіз одержуваних результатів і коригування стратегічних і тактичних цілей та діяльності;

- розширення і поглиблення зв'язків організації із зовнішнім оточенням;

- орієнтацію діяльності організації на суспільні інтереси.

6 Вірність своїй справі, яка формується на основі:

- загальнолюдських цінностей;

- філософії організації, що визнається більшістю співробітників;

- взаємної вигоди і соціального партнерства;

- створення атмосфери спільності інтересів організації і персоналу.

7 Простота структури і скромний штат управління. Це досягається шляхом:

- децентралізації управління організацією та створення передумов для широкої горизонтальної взаємодії підрозділів і співробітників;

- широкого залучення співробітників до групового процесу прийняття рішень.

8 Свобода і жорсткість одночасно, що має на увазі:

- баланс повноважень, свободу дій і відповідальність співробітників;

- турботу з боку організації про благополуччя співробітників і дисциплінованість останніх.

1.3 Функції адміністративної діяльності

Складна структура сучасної організації утворює єдине ціле завдяки цілеспрямованому впливу на її основні зв'язки і процеси. Це досягається в результаті управлінської діяльності, що являє собою поєднання різних функцій, кожна з яких спрямована на вирішення складних специфічних проблем взаємодії. При цьому сфера управління охоплює всі сторони діяльності організації: виробництво, НДДКР (інновації), збут, фінанси, комунікації і т. д.

Коротко коло проблем, що вирішуються управлінською діяльністю, зводиться до такого: визначення конкретних цілей розвитку, виявлення їх пріоритетності, черговості і послідовності рішення. На цій основі розробляються господарські завдання, визначаються основні напрями та шляхи їх вирішення, виробляється система заходів для вирішення намічених проблем, визначаються необхідні ресурси і джерела їхнього забезпечення, встановлюється контроль виконання поставлених завдань. Таким чином, для того щоб закріпити окремі види робіт за певними виконавцями і тим самим надати процесу управління впорядкованості, забезпечити високий професіоналізм виконання, весь зміст процесу управління розчленовується на спеціалізовані функції.

Під функцією бізнес-адміністрування розуміється вид діяльності працівників апарату управління, що виділяється на основі поділу і кооперації управлінської праці, що характеризується певною однорідністю, складністю і стабільністю впливів на об'єкт і суб'єкт управління; саме у функціях розкривається зміст управління.

Основними функціями управління, що розкривають зміст управлінської діяльності, є передбачення і планування, організація, контроль, координація і регулювання, активізація і мотивування, дослідження. Названі функції ніби дають відповідь на питання: що треба робити, щоб керувати?

Ідея виділення функції адміністрування як одного з видів трудової діяльності з управління підприємством у цілому належить Анрі Файолю. Унікальність дослідження Файоля полягає в тому, що він вперше запропонував розглянути процес управління, або адміністрування (даний термін вчений вважав більш точним), як самостійний об'єкт дослідження. Файоль

розумів, що управлінська діяльність на кожному окремому підприємстві може мати свої особливості, відрізнятися залежно від розміру організації, рівня в управлінській ієрархії тощо.

Узагальнюючи досвід діяльності керівників, функції адміністрування в загальному управлінні підприємством були ним визначені таким чином: передбачити (планувати), організувати, керувати, координувати, контролювати. При цьому Файоль не просто перелічував основні функції, він заклав основи особливого напрямку в менеджменті – структурно-функціонального підходу.

Функція планування полягає у виробленні напрямків, шляхів, засобів і заходів щодо реалізації цілей діяльності організації. При цьому передумовою планування є прогнозування – виявлення і передбачення об'єктивних (реальних) тенденцій, станів розвитку організації в майбутньому.

Результатом функції планування (і передбачення) є план з такими характеристиками:

- єдність, яка передбачає, що завдання кожного підрозділу організації мають бути пов'язані одне з одним і не суперечити одне одному;

- нерозривність, що виражається у проведенні як короткострокового, так і довгострокового планування;

- гнучкість, що дає змогу адаптувати «сценарій майбутнього» (плану) до мінливих обставин;

- точність, що припускає пророкування найбільш ймовірного розвитку подій.

Функція організації. Під організацією розуміється процес, діяльність, спрямовані на впорядкування взаємодії людей, ідей, процесів. Функція організації полягає, насамперед, в об'єднанні елементів (людей, ідей і процесів) у системне ціле, в результаті чого утворюється життєздатна, ефективна і стійка система.

Сутністю функції організації є створення самої управлінської структури підприємства, тобто забезпечення необхідного рівня формалізації, залучення в організацію необхідних ресурсів і формування умов, що дають змогу організувати ефективну і якісну роботу всього підприємства. Організація взаємодії має бути гнучкою, оперативною, надійною, економічною і самокоригувальною.

Послідовність реалізації функції організації:

- визначення цілей, завдань і особливостей спільної діяльності членів організації;
- виявлення потреби в ресурсах для здійснення цілей і забезпечення безперебійного постачання цими ресурсами;
- встановлення послідовності дій виконавців, тривалості та контрольних термінів їх виконання;
- вибір способів здійснення необхідних дій і взаємодій людей для досягнення цілей;
- встановлення між членами організації необхідних організаційних відносин (співпідпорядкованості, координації та ін.);
- створення відповідної мотивації у членів організації в досягненні поставлених цілей.

Ключовим моментом реалізації цієї функції є процес організації взаємодії між підлеглими.

Принципи ефективної організації взаємодії:

- спеціалізація виконавців;
- кількісна та якісна пропорційність частин, що утворюють систему;
- паралельність дій;
- ритмічність діяльності.

Після здійснення функції організації можуть виникнути деякі невідповідності між усіма елементами створеної системи або механізму досягнення цілей. У цих випадках виникає необхідність:

по-перше, уточнити характер дій виконавців, зробити їх більш узгодженими, гармонійними й ефективними;

по-друге, усунути відхилення від заданого організацією режиму функціонування системи.

Така «тонка настройка» системи одержала назву функції координування і регулювання спільної діяльності.

Керівництво – це функція управління, сутність якої полягає у пред'явленні керівником вимог підлеглим щодо виконання ними своїх обов'язків, у розподілі відповідальності між співробітниками, а також у постійному впливі на поведінку членів організації.

Серед основних функцій управління важлива роль належить функціям стимулювання, контролю, обліку та аналізу діяльності.

Функція стимулювання включає в себе розроблення і використання стимулів до ефективної взаємодії суб'єктів спільної діяльності та їх результативної діяльності. Керівник при здійсненні цієї функції має дотримуватися ряду принципів:

- залежність величини стимулу від конкретного внеску підлеглого у загальну справу;
- зв'язок стимулів із цілями діяльності організації;
- єдність інтересів підлеглого, організації і суспільства в цілому;
- розумне поєднання моральних і матеріальних стимулів;
- поєднання стимулювання з мірами покарання і примусу.

Зміст функції обліку та аналізу діяльності включає комплексне вивчення діяльності і припускає:

- спостереження за ходом, динамікою і закономірностями розвитку процесів, вимірювання, реєстрацію та групування даних;
- порівняння її параметрів із заданою програмою функціонування;
- кількісну та якісну оцінки ефективності діяльності;
- виявлення відхилень, вузьких місць у розвитку системи;
- виявлення причин сформованого стану;
- визначення найбільш доцільних шляхів відновлення працездатності системи.

Контроль – важлива функція управління, що являє собою кінцевий підсумок усієї управлінської діяльності. Ця функція полягає, насамперед, у перевірці виконання завдань підлеглими відповідно до прийнятого плану.

Згідно з Файолем, засадничими аспектами здійснення функції контролю є:

- вибір способу контролю (жорсткий спосіб контролю, контроль за допомогою групи та ін.);
- вибір масштабу контролю, частоти і сили втручання керівника у виробничий процес;
- вибір методу позитивного і негативного стимулювання для досягнення найменшого відхилення від планових норм.

Слід зазначити, що на сьогодні функції управління в адміністративній діяльності мають чітко виражений зміст, вимагають створення необхідних умов у сфері управління:

- функцій планування – для обґрунтованого визначення основних напрямів і пропорцій розвитку матеріального виробництва з урахуванням джерел його забезпечення (методами розроблення планів і прогнозів);

- функцій організації – для налагодження організаційних відносин між різними підрозділами з виконання рішень і планових показників господарської діяльності на конкретний період;

- функцій оперативного керівництва - для миттєвого втручання у процес діяльності організації, щоб реалізовувати заплановані і організовані заходи і при необхідності упереджувати розбіжність між планованим і фактично подіями;

- функцій контролю – для перевірки виконання діяльності і порівняння з наміченими цілями і напрямками розвитку (складанням балансів, рахунків прибутків і збитків і т. д.);

- функцій мотивації - для морального і матеріального стимулювання персоналу при виконанні завдань для досягнення цілей організації.

При цьому зазначені функції управління мають дві загальні характеристики: усі вони вимагають прийняття рішень, і для всіх необхідна комунікація, обмін інформацією, щоб отримати інформацію для прийняття правильного рішення і зробити це рішення зрозумілим для інших членів організації.

Через це, а також внаслідок того що ці характеристики пов'язують всі управлінські функції, забезпечуючи їх взаємозалежність, комунікації і прийняття рішень часто називають сполучними процесами.

Отже, функція комунікації – це процес обміну інформацією, її смисловим значенням між двома і більше людьми. Міцність і якість відносин між людьми – чи це друзі, члени сім'ї або колеги - в основному являють собою функцію того, наскільки чіткими і чесними є їхні міжособистісні відносини.

Оскільки організація являє собою структурований тип відносин між людьми, вона в значній мірі залежить від якості комунікацій для забезпечення ефективного функціонування.

Очевидно, що якщо комунікації між людьми не будуть ефективними, люди не зможуть домовитися про спільну мету, що становить передумову існування організації як такої.

Інформація в процесі комунікації передається не тільки для того, щоб могли прийматися здорові рішення, але також і для того, щоб вони могли виконуватися.

Плани, наприклад, не можна виконати, якщо вони не будуть передані тим людям, які повинні їх виконувати. Якщо керівництво може донести обґрунтування своїх рішень до підлеглих, - це значно підвищує шанси їх успішного виконання.

До тих пір, поки працівники не розуміють, яку винагороду може запропонувати їм організація за добре виконану роботу, вони не можуть бути достатньо мотивовані і добре працювати на неї.

Комунікація також важлива і у функції контролю. Керівники потребують інформації щодо того, що було виконано, щоб правильно оцінити, чи були досягнуті цілі організації.

Так, з 1979 р. компанія «Хьюлетт-Паккард» працює для того, щоб досягти мети, поставленої як мета десятиліття: скоротити вдсятеро відсоток браку у виробництві. Для того щоб забезпечити це, керівництво спочатку повинно було розробити план. Потім у компанії була організована невелика група людей, щоб боротися за якість. Цю групу назвали «група якості», або «група здачі продукції з першого пред'явлення». Поїздка цієї групи до Японії сприяла тому, що рух за якість набув набагато більш широкого розмаху, «тепер це було схоже на Хрестовий похід за якість, і в ньому могли брати участь практично всі працівники компанії на всіх рівнях».

Було випробувано кілька методів пропаганди значущості цього руху, щоб охопити ентузіазмом усю компанію.

До таких методів належали: обговорення, навчання і поширення письмової інформації у формі листів-циркулярів.

Якість і продуктивність стали темою розмов під час коротких перерв на каву. Результати програми щодо скорочення браку у виробництві були позитивними. Інші зміни, такі як забезпечення своєчасного доступу до необхідної інформації, відбуваються у процесі просування до досягнення названої мети

«Хьюлетт-Паккард» на десятиліття. Процес управління підкреслює взаємозалежність функцій управління.

Управлінська робота – це в основному робота інтелектуальна. Вона нагадує спробу скласти складний мозаїчний візерунок з окремих шматочків після того, як хтось звалив у цю ж коробку шматочки мозаїки, що належать ще до п'яти різних сюжетів.

Щоб доповнити порівняння з мозаїкою, слід сказати, що керівникам доводиться перебирати численні комбінації потенційних дій для того, щоб знайти правильне рішення – для даної організації, в даний час і в даному місці.

По суті, щоб організація могла чітко працювати, керівник повинен зробити серію правильних виборів з декількох альтернативних можливостей. Вибір однієї з альтернатив – це рішення. Отже, прийняття рішення – це вибір того, як і що планувати, організовувати, мотивувати і контролювати. У найзагальніших рисах саме це становить основний зміст діяльності керівника.

Основною вимогою для прийняття ефективного, об'єктивного рішення або навіть розуміння істинних масштабів проблеми є наявність адекватної, точної інформації. Єдиним способом отримання такої інформації є комунікація.

Таким чином, професійна адміністративна діяльність висуває до керівника, що входить у цю діяльність, певний набір вимог, що передбачає виконання спеціальних функцій.

Адміністративні функції включають в себе: збір, систематизацію, обробку та аналіз інформації; вироблення і прийняття рішень; доведення рішень до виконавців і організацію їх виконання; проведення контролю виконання рішень.

Конкретні функції з різним ступенем дрібності (що відображаються в їх формулюваннях) відтворюють потреби (поточні та перспективні) процесу управління даним об'єктом, його частиною або елементом.

Таким чином, адміністрування – це вищий рівень управління організацією в цілому, структурно найвищий ступінь організаційної ієрархії, що має вихід на зовнішні зв'язки.

Адміністративна діяльність – це діяльність з управління колективом, спрямована на вирішення зовнішніх завдань і створення в ньому найкращих умов для цього.

Управлінська діяльність вимагає здійснення (вчинення, виконання) керівниками безлічі різноманітних управлінських робіт. Спеціалізовані види цих робіт називаються функціями.

У систематизованому вигляді функції адміністративної діяльності – це: планування, тобто необхідність враховувати всі можливі зміни, що стосуються діяльності підприємства, і виробляти програму дій; організація, тобто будувати дворівневий матеріальний і соціальний організм підприємства, формувати саму управлінську структуру; керівництво, тобто розподіляти відповідальність і стимулювати співробітників працювати на належному рівні; координувати, тобто зв'язувати, об'єднувати, гармонізувати дії і зусилля всіх підрозділів (частин) підприємства; контролювати, тобто піклуватися про те, щоб все відбувалося згідно з установленими правилами і відданим розпорядженням; а також, комунікації (процес обміну інформацією) і прийняття рішень (вибір однієї з альтернатив).

Кожна із зазначених функцій є певним видом роботи з управління підприємством у цілому. Практичне значення функцій полягає в тому, що вони охоплюють весь цикл управління (від постановки цілей, завдань у плануванні та подальшого обліку до контролю фактичних результатів), і різноманіття конкретних функцій пов'язано з виконанням загальних функцій.

Робота з літературними джерелами

1 Наведіть декілька визначень бізнес-адміністрування. Яке, на ваш погляд, найбільш повно розкриває сутність цього поняття?

2 Назвіть принципи бізнес-адміністрування.

3 Охарактеризуйте сутність принципу системності.

4 Назвіть основні системні параметри в бізнес-адмініструванні.

5 Дайте визначення виробничо-технологічної системи.

6 У чому полягає ефективність бізнес-адміністрування?

7 Назвіть та охарактеризуйте принципи бізнес-адміністрування за Г. Емерсоном?

8 Назвіть та охарактеризуйте принципи бізнес-адміністрування за А. Файолем?

9 Що розуміється під функцією бізнес-адміністрування?

10 Охарактеризуйте адміністративну діяльність.

Тестові завдання для самоконтролю

Q1 Бізнес-адміністрування — це:

V1 аналіз, планування, втілення в життя та контроль за проведенням заходів;

V2 об'єднання споживачів в однорідні групи;

V3 діяльність, спрямована на системний підхід до покрокової та узгодженої організації всіх процесів господарської діяльності та аспектів функціонування підприємства;

V4 всі відповіді правильні.

Q2 Основними системними параметрами в бізнес-адмініструванні є:

V1 виробничо-орієнтована, продуктово-орієнтована, орієнтована на збут, ринкова (маркетингова), сучасна;

V2 розширення існуючого ринку, максимальний прибуток з існуючого ринку;

V3 система управління, яка охоплює планування, контроль, звітність та менеджмент;

V4 простота, надійність, вимірюваність результатів роботи.

Q3 Ефективність бізнес-адміністрування визначається:

V1 формуванням агресивної системи збуту і просування товарів;

V2 можливістю оцінки і контролюваності параметрів діяльності всіх учасників господарських процесів в організації;

V3 немає правильної відповіді;

V4 всі відповіді правильні.

Q4 Назвіть системи, застосовувані в бізнес-адмініструванні:

V1 виробничо-технологічна;

- V2 соціально-психологічна;
- V3 організаційна;
- V4 інформаційна;
- V5 фінансово-економічна;
- V6 усі відповіді правильні.

Q5 Основним змістом системи бізнес-адміністрування організації є:

- V1 принципи бізнес-адміністрування;
- V2 функції бізнес-адміністрування;
- V3 методи бізнес-адміністрування;
- V4 стиль керівництва;
- V5 всі відповіді правильні.

Q6 Принципи бізнес-адміністрування – це:

V1 сукупність методів, прийомів і дій, найбільш характерних для керівника в його відносинах з підлеглими;

V2 вид діяльності працівників апарату управління, що виділяється на основі поділу і кооперації управлінської праці;

V3 фундаментальні істини, на яких будується система управління в цілому або її окремі частини, і деякі практичні правила, на основі яких керівник будує свою діяльність;

V4 всі відповіді правильні.

Q7 Принципи Г. Емерсона — це:

V1 чітко поставлені ідеали або цілі, здоровий глузд, використання компетентних консультацій, дисципліна, справедливе ставлення до персоналу, швидкий, надійний, повний, точний і постійний облік;

V2 диспетчеризація, наявність норм і розкладів, нормалізація умов праці;

V3 нормування виробничих і управлінських операцій, наявність стандартних інструкцій, винагороди за продуктивність;

V4 всі відповіді правильні.

Q8 Положення бізнес-адміністрування за Г. Емерсоном:

V1 підлеглий існує для того, щоб розширювати і продовжувати особистість начальника;

V2 начальник існує тільки для того, щоб робити продуктивною роботу підлеглого;

V3 кожний вищий щабель управління існує не для задоволення тих, хто стоїть вище, а для обслуговування тих, хто працює нижче;

V4 кожна дрібна операція на підприємстві має бути обслужена усіма знаннями та вміннями, які є у світі;

V5 усі відповіді правильні.

Q9 Принципи А. Файоля:

V1 поділ праці, влада і відповідальність, дисципліна, єдиноначальність;

V2 єдність керівництва, підпорядкування індивідуальних інтересів загальним, винагорода, централізація, скалярний ланцюг;

V3 порядок, справедливість, стабільність, ініціатива, корпоративний дух;

V4 всі відповіді правильні.

Q10 Скалярний ланцюг — це:

V1 ланцюг начальників від вищого рівня до нижчого, за допомогою якого реалізується влада;

V2 мотивація;

V3 кількість і методи оплати праці;

V4 всі відповіді правильні.

Q11 Принципи українського бізнесу, сформульовані 1912 р. Асоціацією українських підприємців, – це:

V1 поважай владу, будь чесним і правдивим, поважай право приватної власності, люби і поважай людину, будь вірний своєму слову, живи відповідно до своїх достатків, будь цілеспрямованим;

V2 поділ праці, влада і відповідальність, дисципліна, єдиноначальність;

V3 порядок, справедливість, стабільність, ініціатива, корпоративний дух;

V4 всі відповіді правильні.

Q12 Свобода і жорсткість має на увазі:

V1 баланс повноважень, свободу дій і відповідальність співробітників, турботу з боку організації про благополуччя співробітників і дисциплінованість останніх;

V2 визначення мети;

V3 широке залучення співробітників до групового процесу прийняття рішень;

V4 всі відповіді правильні.

Q13 Під функцією бізнес-адміністрування розуміється:

V1 вид діяльності працівників апарату управління, що виділяється на основі поділу і кооперації управлінської праці, що характеризується певною однорідністю, складністю і стабільністю впливів на об'єкт і суб'єкт управління;

V2 диспетчеризація, наявність норм і розкладів, нормалізація умов праці;

V3 нормування виробничих і управлінських операцій, наявність стандартних інструкцій, винагороди за продуктивність;

V4 всі відповіді правильні.

Q14 Основними функціями управління є:

V1 планування, організація, контроль, координація і регулювання, активізація і мотивування, дослідження;

V2 нормування виробничих і управлінських операцій, наявність стандартних інструкцій, винагороди за продуктивність;

V3 кожний вищий щабель управління існує не для задоволення тих, хто стоїть вище, а для обслуговування тих, хто працює нижче;

V4 кожна дрібна операція на підприємстві має бути обслужена усіма знаннями та вміннями, які є у світі.

Q15 Результатом функції планування є:

V1 єдність;

V2 нерозривність;

- V3 гнучкість;
- V4 точність;
- V5 усі відповіді правильні.

Q16 Функція організації — це:

V1 процес, діяльність, спрямовані на впорядкування взаємодії людей, ідей, процесів;

V2 план, що має такі характеристики: єдність, нерозривність, гнучкість, точність;

V3 створення відповідної мотивації у членів організації в досягненні поставлених цілей;

V4 всі відповіді правильні.

Q17 Керівництво – це функція:

V1 процес, діяльність, спрямовані на впорядкування взаємодії людей, ідей, процесів;

V2 створення відповідної мотивації у членів організації в досягненні поставлених цілей;

V3 управління, сутність якого полягає в пред'явленні керівником вимог підлеглим щодо виконання ними своїх обов'язків;

V4 всі відповіді правильні.

Q18 Функція стимулювання включає в себе:

V1 процес, діяльність, спрямовані на впорядкування взаємодії людей, ідей, процесів;

V2 розроблення і використання стимулів до ефективної взаємодії суб'єктів спільної діяльності та їх результативної діяльності;

V3 управління, сутність якого полягає в пред'явленні керівником вимог підлеглим щодо виконання ними своїх обов'язків;

V4 всі відповіді правильні.

Q19 Функція обліку та аналізу діяльності включає:

V1 комплексне вивчення діяльності;

V2 розроблення і використання стимулів до ефективної взаємодії суб'єктів спільної діяльності та їх результативної діяльності;

V3 управління, сутність якого полягає в пред'явленні керівником вимог підлеглим щодо виконання ними своїх обов'язків;

V4 всі відповіді правильні.

Q20 Функція контролю являє собою:

V1 комплексне вивчення діяльності;

V2 розроблення і використання стимулів до ефективної взаємодії суб'єктів спільної діяльності та їх результативної діяльності;

V3 управління, сутність якого полягає в пред'явленні керівником вимог підлеглим щодо виконання ними своїх обов'язків;

V4 кінцевий підсумок усієї управлінської діяльності.

Q21 Функція комунікації – це :

V1 комплексне вивчення діяльності;

V2 розроблення і використання стимулів до ефективної взаємодії суб'єктів спільної діяльності та їх результативної діяльності;

V3 управління, сутність якого полягає в пред'явленні керівником вимог підлеглим щодо виконання ними своїх обов'язків;

V4 процес обміну інформацією.

Тема 2. Сутність, значення та функції малого бізнесу в ринковій економічній системі.

2.1 Що таке бізнес?

Бізнес – форма економічної активності суб'єктів господарювання, спрямована на досягнення певних результатів в економічній галузі (одержання прибутку). Бізнес класифікується залежно від сфери діяльності суб'єкта господарювання на промисловий, торговий, банківський, фондовий та ін.; залежно від величини господарського обороту отримуваного прибутку - малий, середній, великий; залежно від здійснюваних операцій - законний і незаконний.

Бізнес - ініціативна, самостійна економічна діяльність, здійснювана за рахунок власних або позикових коштів на свій ризик і під свою майнову відповідальність, яка має головними цілями отримання прибутку, розвиток власної справи, а також продаж товарів, виконаних робіт, наданих послуг. Підприємництво має на меті підвищення іміджу, статусу підприємця. Основні ознаки підприємництва, що відрізняють його від інших видів економічної діяльності: самостійність, відповідальність, ініціатива, ризик, динамічність, активний пошук рішення.

Бізнес - підприємство, фірма або сукупність підприємств, що приносять прибуток у результаті здійснення певних видів діяльності. Як правило, це економічно відокремлені малі та середні підприємства, адміністративно незалежні від державних та інших установ, орієнтованих на ринок, що формують структуру та обсяг виробництва під впливом купівельного попиту на товари і послуги.

● Виробничий бізнес реалізується в рамках конкретних виробничих структур (в основному в рамках недержавних підприємств), що виконують у суспільстві особливо важливу функцію. Вони виробляють матеріальні і духовні блага, якими користуються як фізичні особи (споживчі товари), так і юридичні особи (засоби виробництва). Таким чином, виробничий бізнес є базисом, фундаментом, на якому будується і підтримується на певному рівні розвитку все суспільство. Без бізнесу цієї категорії цивілізоване життя взагалі неможливе.

- Комерційний бізнес може бути реалізований через відповідні комерційні організації. До них належать торговельні установи – магазини, ларки, торгові намети, товарні біржі тощо. Сферою їх основної комерційної діяльності є купівля і продаж різних товарів і послуг. До комерційного бізнесу належить закупівельно-посередницька діяльність численних організацій, які купують товари у товаровиробників, а продають їх торговим установам і дістають при цьому свій прибуток. Чим більше посередників між товаровиробниками і торговельними організаціями, тим дорожче здобуваються споживачами товари. Одним із напрямків комерційного бізнесу є експортно-імпортні операції. При їх виконанні товар закуповується в одній країні, а продається - в іншій.

- Фінансовий бізнес - особлива, самостійна сфера комерційного бізнесу, в якій продається і купується специфічний товар - гроші, іноземна валюта, цінні папери (акції, векселі, облігації та ін.). У цьому бізнесі у формі кредиту товар «продається» на певний час покупцеві, який згодом повертає сповна всю зайняту у кредитора суму і виплачує за користування нею певний відсоток. Останній являє собою своєрідну ціну цього товару і забезпечує кредитній організації певний прибуток. Продаж і перепродаж іноземної валюти, цінних паперів також належать до сфери фінансового бізнесу, де є свій предмет праці і свій готовий товар, і приносять його власнику при вдалому веденні справи прибуток.

- Бізнес венчурний (ризиковий) - вид підприємництва у формі здійснення технологічних нововведень з метою комерціалізації результатів наукових досліджень у наукоємних і, в першу чергу, високотехнологічних галузях, де можливий високий прибуток, але прибуток цей не є гарантованим і існує значна частка ризику.

- Бізнес транзитний побудований на тому, що банки отримують у нерезидентів депозити в іноземній валюті для надання кредитів іншим нерезидентам.

- Бізнес малий - підприємницька діяльність дрібних фірм, включаючи індивідуальне підприємництво.

- Бізнес міжнародний - підприємницька діяльність, розповсюджувана на міжнародну економічну сферу, що передбачає використання переваг підвищеної ділової активності.

- Бізнес - це угоди, торговельні операції.

- Бізнес - професія, заняття людини підприємництвом.

- Основна мета існування будь-якого бізнесу і створення будь-якої фірми - привести фірму до вершини успіху, закріпити її там і дати їй можливість сміливо дивитися в майбутнє з новими перспективами її розвитку. Суть бізнесу полягає в постійному вдосконаленні самої фірми, її стратегії і тактики в боротьбі за місце на ринку, у прагненні до досконалості. Примноження капіталу, отримання прибутку і розвиток фірми, надія на майбутнє - ось ті складові, без яких бізнес немислимий.

2.2 Сутність, цілі й функції бізнесу

Суть бізнесу полягає у по'єднанні матеріальних, фінансових, трудових та інформаційних ресурсів з метою виробництва товарів, призначених для продажу іншим економічним агентам - підприємствам, організаціям, громадянам.

Один і той самий бізнес може бути реалізований на різних підприємствах послідовно в часі або ж паралельно. Одне і те саме підприємство може стати ареною функціонування різних бізнесів.

Роль бізнесу в суспільстві досить яскраво може бути проілюстрована на прикладі ролі підприємства як найбільш стійкої форми бізнесу. Роль підприємства (або фірми - ці поняття вживаються як синоніми) багатогранна, а його сутність багатфункціональна. Відповідно до поглядів одних економістів, основне призначення підприємства - служити джерелом доходу для власників (акціонерів); інші вважають, що суть підприємства полягає у виробництві продукції, задоволенні матеріальних потреб суспільства; треті, кажучи про підприємство, мають на увазі його функцію забезпечення зайнятості. Прихильники комплексного підходу відзначають цілий ряд додаткових істотних функцій підприємства в сучасному суспільстві.

Сутність зв'язків підприємства (або бізнесу в цілому) з іншими економічними і соціальними суб'єктами можна узагальнено охарактеризувати поняттям очікування.

Узагальнено слід виділити такі основні функції малого бізнесу (МБ) у сучасній економіці:

– функція виробництва – МБ виробляє товари і послуги, діє у сегментах b2b і b2c; при цьому, завдяки своїй специфіці, МБ лідирує у виробництві окремих видів товарів, які характеризуються оригінальністю і орієнтовані на індивідуальність споживача, а також деяких видів послуг (в основному побутові послуги) ;

– інноваційна функція – у секторі МБ виникає велика кількість інновацій, оскільки МБ перш за все орієнтований на ведення конкурентної боротьби (насамперед з великим бізнесом) більшою мірою за рахунок реалізації нових ідей і виживання за рахунок пошуку незайнятої ніші на ринку; існує певний тип малих підприємств, які створюються для реалізації інноваційних проектів (втілення інновації); низка малих підприємств займаються інноваційною діяльністю на постійній основі, виконуючи певні стадії інноваційного процесу (або екзистенційно, коли виконується розроблення інновації та отримується патент, а потім компанія продається, або як надання послуги великим компаніям, наприклад, доведення інновацій до практичного використання); у зв'язку з об'єктивними структурними та функціональними змінами, що відбуваються в сучасній економіці, інноваційність МБ посилюється (у тих країнах, де для цього створені сприятливі умови);

– конкурентна функція – функціонування МБ посилює конкуренцію на ринках товарів і послуг (внутрішньогалузеву), а також багато в чому впливає на інтенсивність міжгалузевої конкуренції, тому що за загальними масштабами сектор МБ у деяких країнах може конкурувати з великими компаніями у сфері залучення трудових та фінансових ресурсів; при цьому інноваційність МБ активізує конкуренцію на основі нецінових факторів; диверсифікація МБ дозволяє підвищити інтенсивність конкуренції в тих галузях, де традиційно діяли тільки великі компанії, створюючи олігопольну структуру;

– соціальна функція – має розглядатися двояко: з одного боку, вона проявляється у підвищенні рівня зайнятості населення, з другого – у розвитку трудових ресурсів, тому що багато фахівців, які починають кар'єру на малих підприємствах, потім можуть переходити на великі підприємства, вже маючи практичний досвід;

– регулювальна функція – охоплює конкурентну і соціальну функції, але має і самостійне значення, тому що через регулювання діяльності та розвитку МБ держава має можливість впливати на інші сектори економіки та окремі економічні процеси;

– структурна функція – МБ як сектор посідає своє місце у структурі економіки, має зв'язки з іншими секторами, включений у загальну систему зв'язків (у тому числі різних потоків); також функціонування МБ призводить до утворення нових структур, у межах яких протікають економічні процеси, наприклад, мережі співробітництва;

– девелоперська функція – МБ не тільки здійснює прямий і непрямий внесок у забезпечення економічного зростання, а й стимулює економічний розвиток; девелоперська функція охоплює дію всіх попередніх функцій, проте має і самостійне значення, тому що у секторі МБ відбувається генезис підприємницького ресурсу, який у подальшому стає рушійною силою економіки.

Розвиток МБ призводить до трансформації його функцій. Спектр завдань, які може вирішувати МБ або які можна вирішувати через перетворення цього сектора, постійно зростає. У зв'язку із цим особливу увагу слід приділяти підтримці МБ, особливо в контексті диверсифікації видів економічної діяльності, охоплених відповідним сектором.

2.3 Малий бізнес – основа сучасної ринкової інфраструктури

Малий бізнес у ринковій економіці – головний сектор, що визначає темпи економічного зростання, структуру і якість валового національного продукту.

Основні переваги, характерні риси, притаманні малому бізнесу:

- можливість більш гнучких і оперативних рішень. У порівнянні з великими корпораціями в малому бізнесі спрощена структура прийняття управлінських рішень, це дає можливість швидко і гнучко реагувати на кон'юнктурні зміни, у тому числі шляхом маневру капіталу при переключенні з одного виду діяльності на інший;

- орієнтація виробників переважно на регіональний ринок. Малий бізнес ідеально пристосований для вивчення побажань, переваг, звичаїв, звичок та інших характеристик місцевого ринку;

- підтримка зайнятості та створення нових робочих місць. Ця проблема є надзвичайно актуальною для нашої країни; процес приватизації прибере баласт з підприємств, і дрібний бізнес виконав би роль амортизатора, увібравши в себе вільну робочу силу;

- виконання допоміжних функцій щодо великих виробників. Великі фірми – це децентралізований виробничий процес, що передає функції малим підприємствам на основі субкооператорів;

- невеликий початковий обсяг інвестицій. У малих підприємств менші терміни будівництва; невеликі розміри, їм швидше і дешевше переозброюватися, впроваджувати нову технологію й автоматизацію виробництва, досягати оптимального поєднання машинної і ручної праці;

- економічна ефективність виробництва в малих підприємствах;

- інноваційний характер малих підприємств. Багато економістів відстоюють ідею про виняткову роль малого бізнесу в розгортанні НТР.

Структура економіки за розміром передбачає співіснування підприємств різних розмірів, у тому числі й малих, які утворюють відповідну групу. Одним із перспективних напрямів створення конкурентного ринкового середовища в усьому світі був, є й залишається малий бізнес, оскільки він історично і логічно виконував роль передумови формування такого середовища. Економічна історія свідчить, що малий бізнес був первинною, вихідною формою ринкового господарювання у вигляді дрібнотоварного виробництва.

Дрібне виробництво як особливий уклад за розміром характеризує організаційно-технічну сторону виробництва (площину продуктивних сил), а мале підприємництво – його соціально-економічний вимір. Саме дрібнотоварне підприємництво виконувало структуроутворюючу функцію в історії становлення економіки конкурентно-ринкового типу.

Малий бізнес у ринковій економіці стає суспільною формою малої виробничої одиниці, а економічними особливостями, що відрізняють його, є відособленість (господарювання на свій страх і ризик), вузька спеціалізація, реалізація вироблених товарів (послуг) на ринку через купівлю-продаж.

Малий бізнес — це провідний сектор ринкової економіки, є основою дрібнотоварного виробництва; визначає темпи економічного розвитку, структуру та якісну характеристику валового внутрішнього продукту, ступінь демократизації суспільства; здійснює структурну перебудову економіки, швидку окупність витрат, свободу ринкового вибору; забезпечує насичення ринку товарами та послугами, реалізацію інновацій, додаткові робочі місця; характеризується високою мобільністю, раціональними формами управління; формує соціальний прошарок підприємців-власників — основу середнього класу; сприяє послабленню монополізму, розвитку конкуренції.

Економічна природа малого бізнесу визначається двома обставинами: по-перше, такий бізнес об'єктивно існує та розвивається як певна цілісність на національному, регіональному та місцевому рівнях; по-друге, малий бізнес є особливим типом підприємницької діяльності.

Порівняно із загальноприйнятими показниками у світі рівень розвитку малого бізнесу в Україні явно недостатній. Так, на 1 тис. осіб у середньому припадає 7 малих підприємств, тоді як у країнах – членах Європейського Союзу – не менш як 30. Питома вага зайнятих на малих підприємствах працівників дорівнює близько 30 %, тоді як у зазначених країнах цей показник у середньому становить 65 %.

У територіальному відношенні найбільшою концентрацією суб'єктів малого підприємництва характеризується столиця (8,9 % до загальної кількості) та великі промислові регіони (Донецька (7,6 %), Дніпропетровська (7,3 %) та Харківська (7 %) області), найменшою – західні регіони (Чернівецька (1,8 %), Тернопільська (1,9 %) області).

Підхід до малого бізнесу як до сектора економіки ґрунтується на виявленні єдності двох сторін суспільного виробництва — соціально-економічної та організаційно-технічної. Перша сторона представлена виробничими відносинами, що утворюють суспільну форму виробництва, а друга — продуктивними силами, тобто сукупністю матеріально-речових елементів виробництва, робочої сили та форм організації виробництва, що відображає (відповідно до рівнів кооперації та розподілу праці) способи та систему концентрації, централізації і спеціалізації виробництва.

Малий бізнес— це сукупність малих і середніх підприємств, які прямо не входять у жодне монополіне об'єднання і виконують підлеглу монополіям роль в економіці. До малого бізнесу належить виробничо-господарська та інша діяльність індивідуальних, приватних і окремих малих підприємств, у тому числі селянських (фермерських) господарств та кооперативів, що співпрацюють з окремими підприємствами, діяльність яких спрямована на задоволення мінливих потреб.

Малий бізнес можна розглядати як будь-яку діяльність малих підприємств та окремих громадян (фізичних осіб), спрямовану на отримання прибутку. Поруч із поняттям «малий бізнес» досить часто вживається поняття «мале підприємництво». Інколи їх ототожнюють, але насправді мале підприємництво тлумачать як самостійну, систематичну, інноваційну діяльність малих підприємств та громадян-підприємців на власний ризик з метою реалізації економічного інтересу - отримання прибутку (підприємницького доходу).

Для характеристики малого підприємництва не достатньо враховувати кількісні критерії (кількість працівників, розміри капіталу, прибутку, грошового обігу, обсяги валової продукції, продажу), необхідно виділяти такі якісні критерії, як правова незалежність, єдність права власності та безпосереднього управління фірмою; безпосередній характер відносин між роботодавцем та робітником; повна відповідальність за результати господарювання; невеликий ринок збуту; сімейне відання справою (фермерські господарства, сімейні підприємства, майстерні).

З урахуванням існуючих у науковій літературі поглядів щодо суті малого підприємництва вважаємо за доцільне запропонувати таке визначення: мале підприємство — це особлива система економічних відносин, за яких головною рушійною силою, суб'єктом господарювання є підприємець, який поєднує особові й матеріальні фактори відтворення на інноваційній основі, особистій ініціативі та економічній відповідальності й зацікавленості, ризику з метою одержання підприємницького доходу.

Пріоритетне значення з огляду на загальнодержавні інтереси має підприємницька діяльність у виробничій сфері. Це найбільш перспективний та інвестиційно привабливий шлях до справжнього успіху, хоча він більш складний, потребує залучення різних факторів виробництва, характеризується більш тривалим періодом від зародження бізнес-ідеї до реалізації виробленої продукції та отримання економічного ефекту.

Існують дві форми виробничого підприємництва:

1 Традиціоналістське підприємство. Орієнтоване на виробництво традиційних товарів для постачання на ринок. Асортимент товарів, який вже давно випускається виробником, відносно стабільний, не підлягає суттєвим змінам за різновидами.

2 Інноваційне підприємство. Передбачає організацію виробництва з широким використанням інновацій. Результатом такої організації виступає новий (раніше не існуючий) товар або товар з принципово новими характеристиками, властивостями або навіть сферами використання.

Виділяють види виробничої підприємницької діяльності, це - основні і допоміжні. До основних відносять види виробничої підприємницької діяльності, результатом яких є виробництво товару, готового до споживання (виробничого або індивідуального). Серед допоміжних розрізняють види підприємницької активності, які обслуговують, супроводжують виробництво (наприклад, інноваційна, науково-технічна, інформаційна, інжинірингова, конструкторська, консультаційна, маркетингова, лізингова діяльність, виробниче споживання товарів та послуг, збут продукції).

Підприємець-виробник має тісний зв'язок з покупцем (споживачем), для якого призначений вироблений товар.

Існують два способи ставлення підприємця-виробника до споживача.

1 Виявлення інтересу споживача. Це результат вивчення підприємцем очевидних, але не задоволених потреб споживача, які можна задовольнити через розвиток підприємницької активності (наприклад, виробляється обмежена кількість дитячих іграшок або не виробляються дешеві іграшки). Такий підхід можливий для підприємця в умовах наявності товарного дефіциту, характерного для суспільства з низьким рівнем соціально-економічного розвитку. Дії підприємця: оперативне виробництво тих товарів, яких не вистачає для заповнення ринкової ніші.

2 Нав'язування споживачу інтересу підприємця. Це результат діяльності підприємця щодо виявлення неусвідомленого інтересу споживача. Така підприємницька активність пов'язана з рішенням та готовністю підприємця виробляти нові товари, нетрадиційні для споживчого ринку.

Залежно від того, який вид діяльності і яку стратегію поведінки обирає підприємство на ринку, в економіці західних країн виділяють такі види малих підприємств: *комутанти, патієнти, експлеренти*.

Малі підприємства — комутанти спеціалізуються на виготовленні окремих вузлів і деталей. Ці підприємства тісно взаємодіють із великими підприємствами через систему кооперативних зв'язків та субпідряду. За їх допомогою великі підприємства звільняються від не вигідного виробництва. Малі підприємства даної групи перебувають у значній залежності від великих і ведуть жорстку боротьбу між собою.

Малі підприємства — патієнти спеціалізуються на випуску готової продукції, орієнтованої на локальні канали збуту з обмеженим попитом, на місцеві джерела сировини та матеріалів. Вони досить незалежні від великих підприємств і можуть навіть конкурувати з ними за якістю продукції.

Малі підприємства — експлеренти — це ризикові фірми або інноваційні підприємства, які займаються, в основному, науковими, конструкторськими розробками, комерційним освоєнням технічних відкриттів, виробництвом дослідних та пробних партій товарів.

Внесок малих підприємств у ВВП різних країн на початок третього тисячоліття був такий (%):

- Японія — 70 %;
- США — 50 %;
- Німеччина — 48 %;
- Україна — 9—10 %.

Зайнятість працюючого населення різних країн у малому бізнесі склала:

- Японія — 78 %;
- Європейський союз — 70 %;
- США — 60 %;
- Україна — менше ніж 11 %.

2.4 Критерії віднесення підприємств до малих форм господарювання

Визначення критеріїв для віднесення суб'єктів підприємництва до малих форм господарювання зумовлене необхідністю систематичних спостережень за розвитком малого бізнесу та прийняттям адекватних рішень щодо політики державної підтримки сфери малого бізнесу.

Критерії відрізняються залежно від регіональних, галузевих особливостей підприємств та інших факторів. Розрізняють якісні, кількісні та комбіновані критерії.

Виділимо якісні критерії малого бізнесу:

1 Єдність права власності та безпосереднього управління підприємством.

2 Персоніфікований характер відносин між роботодавцем і працівником, який сприяє дійовій мотивації персоналу та вищому рівню його задоволення працею.

3 Роль власника в житті підприємства, який повністю відповідає за результати господарювання через майновий ризик та безпосередню участь у виробничому процесі та його організації.

4 Переважно сімейне володіння.

5 Характер фінансування, яке здійснюється за рахунок власних коштів та невеликих банківських кредитів.

Одним із найбільш поширених кількісних критеріїв є чисельність працівників. Українське законодавство до малих підприємств відносить підприємства з кількістю зайнятих від 15 до 200 осіб, залежно від галузі або виду діяльності. У промисловості та будівництві малими вважаються підприємства, на яких працюють до 200 осіб, в інших – галузях виробничої сфери - до 50 осіб, у науці та науковому обслуговуванні – до 100 осіб, у галузях невиробничої сфери – до 25 осіб, у роздрібній торгівлі – до 15 осіб.

Залежно від розмірів (масштабів господарської діяльності) підприємства необхідно поділяти на чотири категорії: мікропідприємства, малі, середні та великі підприємства. Класифікація за розміром (масштабом) має винятково важливе значення, тому що дає можливість виявити і проаналізувати сильні та слабкі сторони кожної групи (категорії) підприємств, визначити оптимальні варіанти їхнього співвідношення та взаємодії, основні напрями відповідної державної підтримки.

Для визначення відповідних категорій підприємств необхідно використовувати, як мінімум два критерії: середньоспискову чисельність працівників та обсяги виручки (валового доходу) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за рік.

Малими (незалежно від форми власності) визнаються підприємства, в яких середньооблікова чисельність працівників за звітний (фінансовий) рік не перевищує 50 осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за цей період не перевищує суми, еквівалентної п'ятистам тисячам євро за середньорічним курсом Національного банку України щодо гривні.

Великими вважаються підприємства, в яких середньооблікова чисельність працівників за звітний (фінансовий) рік перевищує 1000 осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за рік перевищує суму, еквівалентну п'яти мільйонам євро за середньорічним курсом Національного банку України щодо гривні.

Мікропідприємствами є такі, у яких середньооблікова чисельність працівників за звітний період складає до 10 осіб включно і обсяг виручки від реалізації продукції (товарів, робіт,

послуг) за рік не перевищує 500 000 грн. Виділення такої категорії, як мікропідприємства, передбачатиме порядок спрощеного ведення бухгалтерського обліку, статистичної звітності та застосування спрощеної системи оподаткування шляхом введення єдиного податку на сукупний дохід.

На території Євросоюзу використовуються такі критерії розмежування підприємств за розмірами (таблиця 2.1).

Таблиця 2.1 - Критерії розмежування підприємств за розмірами на території Євросоюзу

| Критерії | Мікро- підприємства | Малі підприємства | Середні підприємства |
|---|------------------------|----------------------|-------------------------|
| Максимальна кількість працівників (осіб) | До 10 | До 50 | До 250 |

Щоб бути віднесеним до малого або середнього, підприємство в ЄС мусить відповідати критерію максимальної кількості працівників та одному з двох фінансових критеріїв, тобто або за максимальним товарообігом, або за підсумком балансу. До того ж, підприємство має бути незалежним. Це означає, що менше 25 % майна такого підприємства належить підприємству, яке не відповідає малому або середньому. Зазначимо, що межі, встановлені до максимального товарообігу та підсумку балансу, постійно будуть переглядатися (планується кожні чотири роки), щоб відповідати загальним змінам в економіці об'єднаної Європи.

Щодо інших країн, то, наприклад, у Болгарії до малих відносять підприємства з чисельністю працівників до 50 осіб, а до середніх — до 200 осіб. Крім того, до уваги беруться спрощена схема організації виробництва (безцехова структура, бригадна організація праці), великий ступінь оперативної самостійності, строк окупності витрат до річного обсягу прибутку до 24 місяців, строк уведення в дію засобів праці та освоєння нової проектної потужності підприємства — не більше ніж 18 місяців, забезпечена реалізація продукції, управлінський апарат у межах - 6 осіб.

У США законодавством не встановлено кількісного критерію віднесення підприємств до числа малих. Офіційною статистикою, у тому числі для надання державної допомоги, використовується показник кількості зайнятих до 500 осіб. З 3,8 млн дрібних фірм з найманою робочою силою більше ніж 87 % налічують до 20 найманих працівників, близько 10 % — від 20 до 99 осіб, близько 2 % — від 100 до 449 осіб. До того ж, за визначенням Адміністрації малого бізнесу, дрібною фірмою вважається така, в якій є обмеженим доступ до ринку капіталів і яка має незначну частку на ринку свого товару. До статистичних звітів як дрібні включаються фірми з річним обсягом продажу: у роздрібній торгівлі — від 3,5 до 13,5 млн дол.; будівництві — 7—17 млн дол.; фінансах, страхуванні, торгівлі нерухомістю — 1—10 млн дол.; сфері послуг — 2,5—14,5 млн дол.

У Японії згідно з чинним законодавством до малих та середніх відносять юридично самостійні підприємства, що мають до 300 працівників, у галузях промисловості, будівництва, транспорту, зв'язку, кредиту, комунального господарства; до 100 – в оптовій торгівлі; до 50 – у роздрібній торгівлі та сфері послуг.

У Великобританії у виробничій сфері фірма офіційно вважається малою, якщо в ній зайнято до 200 осіб. У більшості ж інших секторів економіки основним критерієм визначення малого підприємництва є показник річного обороту, який має не перевищувати 250 тис. фунтів стерлінгів. Кількість зайнятих і обсяг основного капіталу – такі критерії належності підприємства до розряду дрібних в Італії, в Індії – чисельність зайнятих і обсяг інвестицій, а в багатьох галузях – ще й рівень використання енергії.

У Законі України «Про державну підтримку малого підприємництва» від 19.10.2000 р. № 2063 наведено визначення суб'єктів малого підприємництва, якими вважаються фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як суб'єкти підприємницької діяльності, а також юридичні особи — суб'єкти підприємницької діяльності будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середньооблікова чисельність за звітний період (календарний) рік не перевищує 50 осіб, а обсяг річного валового доходу не перевищує 500 000 євро.

2.5 Фактори, що визначають розвиток малого бізнесу

На процес формування, розвитку та стабілізації роботи суб'єктів підприємницької діяльності у сфері малого бізнесу впливає велика кількість різноманітних факторів, які доцільно *класифікувати за сферою та характером впливу*.

За сферою впливу всі фактори можна поділити на зовнішні та внутрішні.

Зовнішні фактори — це компоненти середовища, в якому функціонує підприємство, зокрема малий бізнес. Вони поділяються на базові та доповнюючі.

Основним базовим фактором є наявність законів, якими держава регулює діяльність малих форм підприємництва. Доти, доки держава не дозволяла громадянам створювати кооперативи та малі підприємства, малий бізнес у нашій державі не міг легально функціонувати.

До інших базових факторів можна віднести наявність та доступність основних компонентів для організації підприємницької діяльності (кошти, приміщення, обладнання, сировина, матеріали тощо), співвідношення фіскальної та економічної функцій податків, яке б давало змогу здійснювати розширене відтворення виробничого процесу, загальна економічна стабільність у державі тощо.

Доповнюючими факторами є наявність державної підтримки малого бізнесу, інфраструктура, яка сприяє розвитку малих підприємств, процедура реєстрації підприємницьких структур тощо.

Внутрішні фактори охоплюють особисті та професійні здібності людей, які стають на шлях підприємницької діяльності. Це — і рівень їх психологічної готовності, рівень мотивації, професійна підготовка та інші фактори.

З'ясування економічної суті малого підприємництва необхідно здійснювати на двох рівнях теоретичного аналізу:

- на політекономічному рівні, що передбачає соціально-економічний аналіз форм власності;
- на організаційно-економічному рівні, тобто на основі аналізу конкретних організаційно-правових форм малого підприємства, в яких реалізуються певні форми власності.

Робота з літературними джерелами

- 1 Дайте визначення бізнесу.
- 2 Що таке виробничий бізнес?
- 3 Охарактеризуйте бізнес малий.
- 4 Сутність бізнесу.
- 5 Назвіть основні елементи малого підприємництва.
- 6 Охарактеризуйте малі підприємства — комутанти, пацієнти, експлеренти.
- 7 Назвіть основні критерії віднесення до малих підприємств в Україні.
- 8 Назвіть основні фактори, які впливають на процес формування, розвитку та стабілізації роботи у сфері малого бізнесу.

Тестові завдання для самоконтролю

Q1 Бізнес класифікується залежно від сфери діяльності суб'єкта господарювання на такі категорії:

- V1 промисловий;
- V2 торговий;
- V3 банківський;
- V4 фондовий та інші;
- V5 всі відповіді правильні.

Q2 Бізнес класифікується залежно від величини господарського обороту отримуваного прибутку на такі види:

- V1 малий;
- V2 середній;
- V3 великий;
- V4 всі відповіді правильні.

Q3 Виробничий бізнес реалізується:

- V1 у рамках конкретних виробничих структур;
- V2 закупівельно-посередницька діяльність численних організацій;

V3 у формі здійснення технологічних нововведень з метою комерціалізації результатів наукових досліджень у наукоємних галузях;

V4 всі відповіді правильні.

Q4 Бізнес транзитний —це:

V1 заснований на тому, що банки отримують у нерезидентів депозити в іноземній валюті для надання кредитів іншим нерезидентам;

V2 підприємницька діяльність дрібних фірм, включаючи індивідуальне підприємництво;

V3 підприємницька діяльність, розповсюджувана на міжнародну економічну сферу, що передбачає використання переваг підвищеної ділової активності;

V4 всі відповіді правильні.

Q5 Суть бізнесу полягає:

V1 у поєднанні матеріальних, фінансових, трудових та інформаційних ресурсів;

V2 примноження капіталу, отримання прибутку і розвиток фірми, надія на майбутнє – ось ті складові, без яких бізнес немислимий;

V3 в постійному вдосконаленні самої фірми, її стратегії і тактики в боротьбі за місце на ринку, в прагненні до досконалості;

V4 всі відповіді правильні.

Q6 Малий бізнес у ринковій економіці - це:

V1 форма здійснення технологічних нововведень;

V2 організація виробництва і збуту того, на що існує відповідний попит;

V3 головний сектор, що визначає темпи економічного зростання, структуру і якість валового національного продукту;

V4 всі відповіді правильні.

Q7 Основні переваги, притаманні малому бізнесу:

V1 можливість більш гнучких і оперативних рішень та інноваційний характер малих підприємств;

V2 орієнтація виробників переважно на регіональний ринок та економічна ефективність виробництва в малих підприємствах;

V3 підтримка зайнятості та створення нових робочих місць;

V4 виконання допоміжних функцій щодо великих виробників та невеликий початковий обсяг інвестицій;

V5 усі відповіді правильні.

Q8 Дрібне виробництво за розміром характеризує:

V1 організаційно-технічну сторону виробництва;

V2 соціально-економічний вимір;

V3 форму здійснення технологічних нововведень;

V4 всі відповіді правильні.

Q9 Економічна природа малого бізнесу визначається:

V1 об'єктивно існує та розвивається як певна цілісність на національному, регіональному та місцевому рівнях;

V2 особливим типом підприємницької діяльності;

V3 формою здійснення технологічних нововведень;

V4 всі відповіді правильні.

Q10 Питома вага зайнятих на малих підприємствах працівників в Україні дорівнює:

V1 близько 30 %;

V2 близько 60 %;

V3 близько 65 %;

V4 всі відповіді правильні.

Q11 Малий бізнес — це:

V1 венчурні групи;

V2 спеціальні групи фахівців, які створюються на певний відрізок часу для вирішення конкретних маркетингових проблем;

V3 сукупність малих і середніх підприємств, які прямо не входять у жодне монопольне об'єднання і виконують підлеглу монополі роль в економіці;

V4 всі відповіді правильні.

Q12 Мале підприємництво — це:

V1 особлива система економічних відносин, за яких головною рушійною силою, суб'єктом господарювання є підприємець, який поєднує особові й матеріальні фактори відтворення на інноваційній основі, особистій ініціативі та економічній відповідальності й зацікавленості, ризику з метою одержання підприємницького доходу;

V2 цільові групи;

V3 венчурні групи;

V4 всі відповіді правильні.

Q13 Існують дві форми виробничого підприємництва:

V1 цільові групи;

V2 традиціоналістське підприємництво;

V3 венчурні групи;

V4 інноваційне підприємництво.

Q14 Способи ставлення підприємця-виробника до споживача:

V1 виявлення інтересу споживача;

V2 в рамках конкретних виробничих структур;

V3 нав'язування споживачу інтересу підприємця.;

V4 всі відповіді правильні.

Q15 В економіці західних країн виділяють такі види малих підприємств:

V1 комутанти;

V2 експлеренти;

V3 пацієнти;

V4 всі відповіді правильні.

Q16 Якісні критерії малого бізнесу – це:

V1 єдність права власності та безпосереднього управління підприємством;

V2 персоніфікований характер відносин;

V3 роль власника в житті підприємства;

V4 переважно сімейне володіння та характер фінансування;

V5 усі відповіді правильні.

Q17 Українське законодавство до малих підприємств відносить:
V1 підприємства з кількістю зайнятих від 15 до 200 осіб;
V2 підприємства з кількістю зайнятих від 50 до 300 осіб;
V3 підприємства з кількістю зайнятих від 15 до 1000 осіб;
V4 всі відповіді правильні.

Q18 Малими визнаються підприємства:

V1 в яких середньооблікова чисельність працівників за звітний (фінансовий) рік не перевищує 50 осіб;

V2 в яких середньооблікова чисельність працівників за звітний (фінансовий) рік не перевищує 100 осіб;

V3 в яких середньооблікова чисельність працівників за звітний (фінансовий) рік не перевищує 300 осіб;

V4 всі відповіді правильні.

Q19 Великими вважаються підприємства:

V1 в яких середньооблікова чисельність працівників за звітний (фінансовий) рік перевищує 1000 осіб;

V2 в яких середньооблікова чисельність працівників за звітний (фінансовий) рік перевищує 300 осіб;

V3 в яких середньооблікова чисельність працівників за звітний (фінансовий) рік перевищує 50 осіб;

V4 всі відповіді правильні.

Q20 Назвіть фактори, що визначають розвиток малого бізнесу:

V1 за сферою впливу - зовнішні та внутрішні;

V2 базові та доповнюючі;

V3 рівень психологічної готовності підприємств, рівень мотивації, професійна підготовка та інші фактори;

V4 всі відповіді правильні.

Тема 3. Організація малого і середнього бізнесу

3.1 Шляхи створення малих і середніх підприємств

Шляхи створення підприємств малого і середнього бізнесу визначають їх потреби у сфері державної підтримки:

1 Створення підприємств на базі наявного виробництва.

Провідна роль великих фірм полягає в тому, що в сучасних умовах саме вони мають великі переваги, оскільки краще справляються з ризиками і фінансовими труднощами, мають можливість здійснення масового виробництва, коли найчастіше необхідні нові виробничі потужності. Для того щоб стати більш конкурентоспроможними, великі фірми проводять реструктуризацію, прагнучи використовувати переваги малих фірм, а малі підприємства вступають у великі альянси, щоб використовувати ефект від масштабу виробництва.

Можна виділити кілька форм взаємодії малого і великого підприємництва:

- сателітна форма (організація дочірніх фірм, які зберігали тісні зв'язки з великим підприємством, юридично самостійних, але економічно тісно пов'язаних з корінною структурою, утворених шляхом реструктуризації, виведення непрофільних виробництв і т. д.).

Дана форма взаємодії дає переваги обом сторонам: великі підприємства вносять елемент стабільності і плановірності в роботу малих фірм; малі підприємства виконують частину функцій великих підприємств, зазнаючи більш низьких витрат, концентруючись на певних видах діяльності.

В Україні дана форма взаємодії не набула належного розвитку, оскільки завдання більш раціонального використання праці витіснені цілями виживання підприємств;

- форма інтрапренерства – це внутріфірмове підприємництво, метою якого є реалізація підприємницьких ідей усередині існуючої комерційної організації (створення малих підприємств під конкретні інноваційні проекти). Взаємозв'язок між університетами, великими і малими підприємствами шляхом створення технопарків дає можливість підвищити конкурентоспроможність вітчизняної продукції. Підтримка

технопаркових структур з боку державних органів влади дозволить задовольнити потреби регіону і країни в цілому в науково-технічній продукції.

2 Самостійно організовані підприємства (індивідуальне створення, консолідація декількох фізичних осіб). Кожна з форм організації бізнесу передбачає наявність певних проблем і вимагає використання специфічних підходів при здійсненні державного регулювання малого підприємництва.

3.2 Вибір підприємницької ідеї

Вихідною точкою в підприємстві і у створенні нового підприємства часто є ідея нового продукту або послуги. Для прийняття рішення не обійтися без ретельного вивчення стану ринку, стану справ у конкурентів, наукових прогнозів імовірних змін попиту і пропонування, купівельної спроможності населення.

Важливою є інформація про стан справ в аналогічній сфері діяльності в розвинених країнах світу, а для отримання такої інформації необхідно використовувати сучасні інформаційні технології.

У зв'язку з цим для підприємця може бути корисною рекомендація: не завжди боятися зарубіжних конкурентів, оскільки їх проникнення на внутрішній ринок України пов'язане з чималими транспортними витратами і митними зборами, через що створюються конкурентні переваги для українських аналогів, тим більше, що той чи інший товар або послугу з їх споживчими властивостями завжди можна поліпшити.

Джерелом підприємницької ідеї, як це особливо наочно підтверджує японський досвід, можуть стати інформаційні листки патентних бюро і навіть науково-технічна інформація з вітчизняної та зарубіжної періодичної преси.

У будь-якому випадку у міру становлення і розвитку розпочатої справи підприємець повинен приділити увагу власній науково-дослідній та дослідно-конструкторській діяльності.

3.3 Життєвий цикл малого і середнього бізнесу

Побудова моделі життєвого циклу з урахуванням динаміки прибутків і збитків дозволить визначити етап життєвого циклу підприємства.

Стан і життєздатність організації залежать від того, на якій життєвій стадії вона перебуває.

1 – фаза організації (створення) підприємства - характеризується великою витратою всіх ресурсів фірми, причому результати діяльності підприємства на цій стадії не покривають вкладених коштів, тобто підприємство працює собі на збиток. На цьому етапі нове підприємство якийсь час, як правило, не веде господарсько-виробничої діяльності, але зазнає певних збитків, пов'язаних, у першу чергу, безпосередньо зі створенням і реєстрацією нового підприємства, придбанням адміністративного та виробничих будівель і приміщень, закупівлею обладнання, сировини і матеріалів, найманням робочої сили. Пізніше, на цьому ж етапі, компанія починає виробничу діяльність, яка, однак, ще не приносить прибутку.

Експертні оцінки свідчать, що за часом ця стадія в нашій країні може тривати від кількох місяців (як правило, у підприємств без утворення юридичної особи, а також підприємств, що займаються торгово-закупівельною діяльністю) до 3 – 4 років (у промислових підприємств).

2 – фаза становлення – початок беззбиткової діяльності, коли вартість усіх використаних раніше ресурсів і доходи фірми зрівнялися. На цій стадії підприємство ще не приносить прибутку, але вже не працює собі на збиток. Починається формування стратегічного потенціалу фірми. Цей етап розвитку підприємства збігається з етапом зародження конкурентної переваги фірми на кривій життєвого циклу. Велике значення на цій стадії мають зовнішні фактори, що не залежать від підприємства і його діяльності, а також фактори внутрішнього середовища.

3, 4 – *етапи зростання (прискорення) і уповільнення зростання фірми* – характеризуються достатньо інтенсивним зростанням активності підприємства; відсутністю або малою кількістю конкурентів. Як правило, на цих етапах керівництво фірми нарощує виробничий потенціал підприємства, збільшує обсяг виробництва і, як наслідок, обсяг реалізації.

Обмеження зростання на цих етапах визначається лише зближенням ресурсів, як правило, матеріальних. На етапі прискорення зростання підприємство має великий резерв і потенціал зростання; звідси – розвиток підприємства достатньо швидкими темпами і, як наслідок, швидке зростання обсягу прибутку, отриманого фірмою на цьому етапі. За відносно короткий термін прибутки підприємства стрімко зростають.

На 4-му етапі – етапі уповільнення зростання – темпи приросту доходів знижуються, але зростання доходів спостерігається. Можливості підприємства набувають граничного стану, темпи розвитку і зростання компанії уповільнюються, темпи збільшення прибутку падають, хоча, як уже зазначалося, зростання прибутку є. Фірма наближається до вершини своєї життєдіяльності, до піка своєї активності.

5 – *етап зрілості (стійкості)* – на цьому етапі свого розвитку підприємство досягає вершини успіху, піка доходів. Є стабільність надходження прибутків. Загальний стан фірми стабілізується: припиняється розширення виробництва, обсяг реалізації досягає свого максимуму; максимуму досягають і доходи (прибуток), отримувані підприємством.

Завдання будь-якого керівника на цьому етапі – максимально збільшити його тривалість. Про це необхідно дбати заздалегідь, оскільки услід за фазою стійкості, як правило, настає фаза спаду.

6 - етап спаду - характеризується різким зниженням обсягу одержуваного прибутку, спадом ділової активності підприємства, які обумовлені, головним чином, агресивною політикою фірм, що суперничають, а також посилюється старінням ресурсів фірми. Це стосується як матеріальних, так і кадрових, інформаційних, організаційних ресурсів. Зовнішні фактори знову набувають великого значення. На цьому етапі погіршуються практично всі фінансові показники діяльності підприємства, порушується структура балансу.

7 - вмирання підприємства - фірма починає зазнавати прямих збитків від своєї діяльності. На цьому етапі зазвичай починають процедуру неспроможності (банкрутства) підприємства. Як правило, справа про банкрутство закінчується оголошенням підприємства-боржника банкрутом, конкурсним виробництвом і ліквідацією підприємства.

Форми державної підтримки в чималому ступені обумовлюються тим, на якій стадії життєвого циклу перебуває мале підприємство:

- підприємства, що мають власну історію розвитку. Дана група підприємств має стабільний фінансовий стан, має можливості для вирішення фінансових проблем за рахунок власних коштів або залучення зовнішніх джерел фінансування шляхом використання наявного заставного майна. Крім того, ці підприємства мають великий досвід і необхідні можливості здійснення своєї діяльності на ринку. Основною потребою у сфері державної підтримки для таких підприємств є доступ до пільгового кредитування для поповнення обігових коштів, модернізації обладнання тощо, оскільки надані комерційними банками кредити мають високі відсоткові ставки і короткостроковість;

- підприємства, що пройшли стадію становлення, але відчувають у тій чи іншій мірі дефіцит ресурсів для свого функціонування і розвитку. Дана група підприємств має обмежені можливості залучення зовнішніх джерел фінансування через нестачу застав і гарантій. Тому основні завдання системи підтримки малого підприємництва - надання гарантій і допомоги в залученні доступних кредитних ресурсів;

- підприємства, що перебувають на стадії становлення. Дана група підприємств не має вільних ресурсів, має незначний реальний досвід, тому найбільш суттєвою формою підтримки є допомога в заснуванні бізнесу. З цією метою у зарубіжних країнах широко використовуються бізнес-інкубатори, які передбачають створення мікросередовища для підтримки малого бізнесу на ранніх стадіях його розвитку.

Ступінь і рівень розвитку малого і середнього бізнесу в Україні набагато нижчі, ніж у сусідніх країнах. Причин багато: високий рівень корупції, неефективне управління державою, відсутність підтримки з боку влади, криза в країні тощо. Через це багато бізнесменів і підприємців не використовують шляхи, які надали б українцям нові робочі місця і підвищили економіку країни до нового рівня.

Відсоток зайнятості населення у сфері малого і середнього бізнесу в Європі та Америці досить високий. Наприклад, у США – 90 %, у Данії представники малого бізнесу щорічно створюють 80 % національного продукту, в Італії – 60 %, а середній внесок таких підприємств у ВВП по всій Західній Європі – 63 - 67 %. Якщо порівняти із ситуацією в Україні, то показники будуть набагато нижчі. За даними «УкрСиббанку», у 2015 р. більш 90 % зареєстрованих компаній і підприємств займалися малим і середнім бізнесом. А реальний внесок цих підприємств у ВВП складає лише ≈ 11 %.

З 2000 р. частка ВВП з кожним роком знижується. Україна відстає і за кількістю компаній, тобто представників середнього і малого бізнесу. Наприклад, у 2005 р. на 1000 осіб населення припадало лише 11 підприємств, у той час як у країнах Східної і Центральної Європи – 34 підприємства на 1000 осіб.

Україна має у своєму розпорядженні достатньо великі можливості для розвитку підприємництва: хороший рівень освіти громадян і природні ресурси. Але все ж таки імпорتنі товари та послуги превалюють і створюють серйозну конкуренцію на шкоду місцевим підприємцям і бізнесменам.

За даними опитування Міжнародного кадрового порталу Head Hunter, 39 % говорять про погіршення показників роботи, 14 % — бізнес перебуває на межі закриття; 20 % — не можуть визначитися, чверть українських компаній працюють без змін і лише 2 % бачать зростання і поліпшення показників (Україна у рейтингу Doing Business 2015 (таблиці 3.1, 3.2)).

Економічне погіршення бізнесу спостерігається в багатьох сферах: банки (50%), маркетинг (51%), торгівля (54%), будівництво (27%), виробництво (16%) і консалтинг (14%).

Сьогодні країна виявилася економічно беззахисною. Будь-яка криза впливає на економічний розвиток і перетворюється на фінансовий шок. Зараз варіантів у малого та середнього бізнесу практично немає. Великі гравці давно зміцнилися на ринку, тому пристосовуються і виживають. Вони ж і тиснуть потенційних конкурентів.

Малий і середній бізнес вийде на новий рівень тільки у тому випадку, якщо цьому сприятиме влада. Питання лише в тому, чи зможе нова влада відновити країну? Чи будуть далі використовувати старі методи? Ці питання хвилюють багатьох українців.

Таблиця 3.1 – Основні проблеми бізнесу в Україні (звіт за 2015 — 2016 рр.)

| Основні проблеми | Проблеми бізнесу, % |
|--------------------------------------|---------------------|
| Доступ до фінансів | 16,7 |
| Корупція | 15,5 |
| Бюрократія | 13,4 |
| Податкове законодавство | 11 |
| Політична нестабільність | 10,1 |
| Податкова ставка | 8,4 |
| Грошове законодавство | 4,2 |
| Недостатність ресурсів для інновацій | 4,1 |
| Інфляція | 3,7 |
| Нестабільність уряду/перевороти | 3,5 |
| Злочини та крадіжки | 2,5 |
| Неадекватна інфраструктура | 2,2 |
| Трудове законодавство | 1,9 |
| Медицина | 1,3 |
| Низький рівень освічених працівників | 0,8 |
| Низький рівень трудової етики | 0,6 |

Таблиця 3.2 - Україна у рейтингу Doing Business 2015

| Теми | Ведення бізнесу (2015) | Ведення бізнесу (2014) | Зміна рейтингу |
|--|------------------------|------------------------|----------------|
| Реєстрація підприємств | 47 | 50 | +3 |
| Отримання дозволів на будівництво | 41 | 186 | +145 |
| Підключення до системи електропостачання | 172 | 170 | - 2 |
| Реєстрація власності | 97 | 158 | +61 |
| Кредитування | 13 | 24 | +11 |
| Захист інвесторів | 128 | 127 | - 1 |
| Оподаткування | 164 | 168 | + 4 |
| Міжнародна торгівля | 148 | 148 | Немає змін |
| Забезпечення виконання контрактів | 45 | 45 | Немає змін |
| Дозвіл | 162 | 157 | - 5 |

Робота з літературними джерелами

- 1 Охарактеризуйте форми взаємодії малого і великого підприємництва.
- 2 У чому полягає вибір підприємницької ідеї?
- 3 Охарактеризуйте побудову моделі життєвого циклу підприємства.
- 4 Назвіть форми державної підтримки.
- 5 Основні проблеми бізнесу в Україні.
- 6 У чому полягає фаза організації (створення) підприємства?
- 7 Що таке фаза становлення?
- 8 Охарактеризуйте етапи зростання (прискорення) і уповільнення зростання фірми.
- 9 У чому полягає етап зрілості (стійкості) підприємства?
- 10 Охарактеризуйте етап спаду та вмирання підприємства.

Тестові завдання для самоконтролю

Q1 Шляхи створення підприємств малого і середнього бізнесу визначають:

- V1 їх потреби у сфері державної підтримки;
- V2 координованість дій, достатню фінансову забезпеченість, економність;
- V3 високу кваліфікацію кадрів та їх постійну спеціальну підготовку, активну політику;
- V4 всі відповіді правильні.

Q2 Форми взаємодії малого і великого підприємництва:

- V1 сателітна форма;
- V2 форма інтрапренерства;
- V3 координованість дій;
- V4 всі відповіді правильні.

Q3 Форми організації бізнесу:

- V1 створення підприємств на базі наявного виробництва;
- V2 імпровізація;

V3 самостійно організовані підприємства;

V4 всі відповіді правильні.

Q4 Сателітна форма – це:

V1 організація дочірніх фірм, які зберігали тісні зв'язки з великим підприємством;

V2 це внутріфірмове підприємництво, метою якого є реалізація підприємницьких ідей усередині існуючої комерційної організації;

V3 дослідження умов навколишнього бізнес-середовища та потенціалу підприємства;

V4 всі відповіді правильні.

Q5 Форма інтрапренерства – це:

V1 організація дочірніх фірм, які зберігали тісні зв'язки з великим підприємством;

V2 внутріфірмове підприємництво, метою якого є реалізація підприємницьких ідей усередині існуючої комерційної організації;

V3 дослідження умов навколишнього бізнес-середовища та потенціалу підприємства;

V4 всі відповіді правильні.

Q6 Вихідною точкою у створенні нового підприємства є:

V1 формування агресивної системи збуту і просування товарів;

V2 оформленість відповідними документами, плановими завданнями конкретним виконавцям;

V3 ідея нового продукту або послуги;

V4 всі відповіді правильні.

Q7 Стан і життєздатність організації залежать:

V1 від життєвої стадії, на якій вона перебуває;

V2 ідеї нового продукту або послуги;

V3 послідовності та узгодженості маркетингових дій протягом тривалого часу;

V4 всі відповіді правильні.

Q8 Фаза організації (створення) підприємства – це:

V1 створення і реєстрація нового підприємства;

- V2 початок беззбиткової діяльності;
- V3 інтенсивне зростання активності підприємства;
- V4 всі відповіді правильні.

Q9 Фаза становлення характеризується:

- V1 створенням і реєстрацією нового підприємства;
- V2 початком беззбиткової діяльності;
- V3 інтенсивним зростанням активності підприємства;
- V4 всі відповіді правильні.

Q10 Етапи зростання (прискорення) і уповільнення зростання фірми:

- V1 інтенсивне зростання активності підприємства;
- V2 темпи приросту доходів падають, але зростання прибутків спостерігається;
- V3 початок беззбиткової діяльності;
- V4 всі відповіді правильні.

Тема 4. Фінансовий менеджмент на малих і середніх підприємствах

Раціональне використання фінансів дає можливість малому підприємству вирішувати виробничі і соціальні завдання, пов'язані з його функціонуванням. У процесі відтворення фінанси малих підприємств як економічна категорія виявляють свою внутрішню властивість через такі функції:

- формування фінансових ресурсів у процесі виробничо-господарської діяльності;

- розподіл та використання фінансових ресурсів для забезпечення операційної виробничої та інвестиційної діяльності, для виконання зобов'язань перед бюджетом, банками, суб'єктами господарювання;

- контроль за формуванням та використанням фінансових ресурсів у процесі відтворення.

Фінансові ресурси малих підприємств безпосередньо пов'язані з рухом грошових коштів. Звідси об'єктом фінансових ресурсів є економічні відносини, пов'язані з рухом грошових

коштів, формуванням та використанням грошових фондів. Суб'єктами таких відносин безпосередньо виступає мале підприємство, податкові служби, банківські установи, страхові компанії, цільові державні фонди, інші суб'єкти господарювання, які є юридичними особами. У процесі відтворення виробництва відбувається розподіл вартості створеного продукту за цільовим призначенням, а також розподіл його між державою та суб'єктом господарювання, кожен з яких отримує свою частку виробленого продукту в грошовій формі.

Вивчення стану, складу та структури фінансових ресурсів та їх джерел суб'єктів підприємницької діяльності проводиться за балансовим методом із використанням для цього офіційної звітності малого підприємства: балансу, звіту про фінансові результати та інших форм звітності.

За ринкових умов господарювання необхідність у власному капіталі обумовлена вимогою самостійності підприємства. Рівень джерел власних фінансових ресурсів є змінним залежно від багатьох факторів, серед яких:

- сфера діяльності підприємства;
- ситуація на ринку;
- стадія розвитку підприємства та ін.

Формування фінансових ресурсів малих підприємств здійснюється за рахунок власних та прирівняних до них коштів, надходження грошових коштів від фінансово-банківської системи у порядку перерозподілу. Конкретний склад джерел фінансових ресурсів є суто індивідуальним для кожного суб'єкта малого підприємства. Фінансові ресурси малих підприємств залежно від джерел їх формування поділяються на власні та запозичені.

Для більшості вітчизняних малих підприємств основним джерелом фінансування виробництва є власні кошти. Особливо це стосується первісного капіталу малих підприємств. Звичайно, власні (особисті) кошти є найпростішим і найнадійнішим джерелом. У цьому разі є можливість без затримки розпочати власну справу, при цьому почати з малого, поступово накопичуючи досвід та кошти для подальшого розширення справи. Власні кошти можуть складатися із власних заощаджень або коштів, що отримані від продажу власності.

Для більш ефективної роботи малого підприємства, особливо на початковому етапі його функціонування, можна залучати партнерів, які можуть стати засновниками, зробивши внесок грошима, надавати обладнання або приміщення при створенні малого підприємства. При цьому партнери стають співвласниками підприємства і будуть мати право брати участь у його керівництві, розподіляти майбутні доходи. Відносини з партнерами офіційно фіксуються у договірній формі для того, щоб уникнути можливих конфліктних ситуацій у майбутньому, чим, до речі, нехтує багато вітчизняних підприємств, особливо початківців. У процесі господарської діяльності малого підприємства виникне можливість використовувати такі власні джерела, як прибуток, амортизаційні відрахування, отримувати кошти від продажу активів.

Одним з основних власних джерел фінансування малого підприємства є прибуток, що залишається після розрахунків з державою, податковими і банківськими установами, сплати дивідендів тощо. За своєю економічною суттю прибуток бере участь у розподільчих процесах за двома напрямками:

1) стимулювання підприємницької діяльності та продуктивності праці;

2) як джерело розширеного відтворення виробництва.

Проте більшість малих підприємств в Україні, за офіційною статистикою, працюють з невеликими прибутками, а подекуди взагалі зі збитками. Таке становище пов'язано з високим рівнем оподаткування малих підприємств в Україні і з їх намаганням уникнути податкового тягаря, переходячи до тіньової діяльності. Отже, за таких умов прибуток важко використовувати як основне джерело фінансування діяльності малих підприємств.

Ще одним внутрішнім джерелом власних фінансових ресурсів є амортизаційні відрахування, величина яких залежить від кількох складових:

по-перше, від обсягу основних засобів;

по-друге, від рівня зношеності основних засобів та їхньої своєчасної об'єктивної переоцінки;

по-третє, від обраного методу розрахунку амортизації і списання амортизаційних відрахувань на продукцію;

по-четверте, від законодавчо встановлених норм амортизації.

Амортизаційні відрахування являють собою специфічний вид цільових фінансових ресурсів. У кругообігу коштів вони відображають перенесену на готову продукцію вартість основних засобів шляхом нарахування їх зносу у процесі експлуатації. У сумі виручки від реалізації продукції амортизаційні відрахування розглядаються як цільовий дохід, призначений для простого відтворення основних засобів. Саме з цих позицій амортизаційні відрахування є фінансовими ресурсами, призначеними для відтворення зношених у процесі виробництва основних засобів.

За економічною сутністю амортизаційні відрахування мають забезпечити просте відтворення основних засобів. У реальній дійсності потреба в коштах на зазначені цілі може як перевищувати суму амортизаційних відрахувань, так і бути меншою за нараховану суму. На це впливає безліч факторів, і в першу чергу ціни. Ціни на нове обладнання та устаткування можуть бути як вищі, так і нижчі порівняно з чинними. При їх зростанні сума амортизації, нарахована виходячи з чинних цін, буде недостатньою. Навпаки, при зниженні цін залишок амортизаційних відрахувань може бути використаний на розширене відтворення основних засобів.

Загальною проблемою малих підприємств є постійна нестача власних фінансових ресурсів. У зв'язку із зазначеним важливим є встановлення оптимального обсягу фінансових ресурсів та напрямки ефективного їх використання, при якому суб'єкти господарювання, вільно маневруючи власними і залученими коштами, можуть забезпечити безперервний процес виробництва і реалізації продукції та своєчасно розраховуватись за своїми зобов'язаннями. Умови здійснення господарської діяльності об'єктивно вимагають наявності визначеної суми фінансових ресурсів, які становлять матеріальну основу функціонування фінансів.

Звичайно, власні фінансові ресурси малих підприємств, навіть за умови їх раціонального використання, є досить обмеженими і не завжди достатніми не тільки для придбання основних засобів, а й для поповнення оборотних активів, і обходитися без позикових коштів часом для підприємства

неможливо, але найчастіше ця складова фінансового забезпечення розвитку малого підприємства залишається без належної уваги з боку керівництва. Власникам та керівникам малих підприємств, на жаль, часто бракує досвіду, а подекуди і знань для ефективної організації фінансування підприємства за рахунок власних коштів.

Однак комерційні банки, особливо в умовах кризи, не зацікавлені у кредитуванні суб'єктів малого підприємництва, оскільки характерними є нестабільні темпи зростання малих фірм, відсутність кредитної історії в перші два-три роки діяльності, підвищені виробничі ризики, обмеженість ліквідаційного майна, здатного виконувати функції заставного забезпечення, нестача коштів і досвіду управління. Це робить недоступними короткострокові, а тим більш довгострокові кредити банків. За таких умов роль фінансових інститутів в інвестуванні малих підприємств набуває великого значення і виникає потреба у пошуку нових альтернативних джерел кредитування. Крім того, комерційні банки надають кредити малим підприємствам під більш високі відсотки на 1—2 пункти порівняно з великим виробництвом, оскільки малі підприємства мають більший ризик функціонування, а отже, і більш високий ризик неповернення банківського кредиту.

Отже, за таких умов кредитом можуть користуватися тільки ті малі підприємства, в яких середній рівень рентабельності продукції на кілька пунктів вищий, ніж середній рівень рентабельності великих підприємств. Водночас банківський кредит надається комерційними банками на короткий термін (як правило, на 2—3 місяці) і малі підприємства не можуть використати його у виробництві. Зазвичай, у малих підприємств немає достатньої застави, яка необхідна для отримання банківського кредиту.

Особливо гостро постає питання щодо кредитування новостворених малих підприємств, які ще не встигли набути позитивної ділової репутації і не мають реальних активів, які могли б гарантувати повернення позичених коштів інвестору.

Водночас на фінансовому ринку України нині з'явилися інститути, готові вкласти ресурси у розвиток малого бізнесу,

основних потенційних інвесторів якого можна розподілити на такі групи:

- приватні особи, які мають надлишок грошових коштів і бажання отримати додатковий дохід від їх вкладання;
- державні або напівдержавні фонди;
- кредитні спілки;
- комерційні банки, які спеціалізуються на розвитку малого бізнесу або розвивають цей вид діяльності як окремий напрям;
- комерційні банки, що працюють разом із міжнародними організаціями та здійснюють цільове кредитування за їх рахунок;
- страхові, лізингові, іпотечні і франчайзингові компанії.

У процесі обороту товарів досить часто виникає така ситуація, коли покупець з різних причин не може одразу розрахуватись з постачальником. У цьому випадку виникає потреба у відстроченні платежу — комерційному кредиті, який надає постачальник товару споживачеві під боргове зобов'язання — вексель. Це рівноцінно отриманню в борг від постачальника товару у сумі, що дорівнює вартості товару.

Комерційний кредит є формою короткотермінового фінансування, що застосовується практично в усіх сферах бізнесу, який є важливим джерелом фінансування для багатьох підприємств. У промислово розвинутих країнах більшість малих підприємств широко застосовують у своїй діяльності комерційний кредит, оскільки зазвичай постачальники товару ставляться до надання кредиту більш ліберально, ніж фінансові інститути.

У ринковій економіці, що нормально функціонує, будь-який суб'єкт ринку, купуючи товари у борг із відстроченням платежу, має право видати продавцеві з його згоди вексель. Розширення практики видачі і застосування векселів уже давно виступає одним із найважливіших напрямів розвитку ринку кредитно-фінансових послуг. Адже вексель не просто гарантія повернення боргу — його можна використовувати для прискорення обігу ресурсів і підвищення ефективності комерційної діяльності. Проте в дійсності в Україні комерційний кредит і пов'язаний з ним вексельний обіг малими підприємствами використовується рідко, а тому і розвинений дуже слабо. Це пов'язано з бажанням постачальників одержувати реальні гроші, а не боргове зобов'язання, хоча потенціал цього джерела залучених коштів має бути значний для малого підприємства.

Наступним джерелом формування фінансових ресурсів малих підприємств виступають кошти, які надаються Українським фондом підтримки малого підприємництва (далі — Фонд). Порядок створення та функціонування Українського фонду підтримки малого підприємництва визначається Кабінетом Міністрів України. Зазначений Фонд є неприбутковою організацією, кошти якого незначні і ймовірність їх отримання для суб'єктів малого підприємництва мізерна. Кошти даного Фонду формуються за рахунок бюджетних коштів, які надійшли від приватизації державного та відчуження комунального майна, добровільних внесків юридичних і фізичних осіб тощо.

Джерелом формування фінансових ресурсів суб'єктів малого підприємництва можуть бути також кошти приватних осіб.

На сьогодні найбільш поширеними і доступними для представників малого бізнесу є капітали приватних осіб чи осіб, які проводять нелегальну підприємницьку діяльність з кредитування. Перевагою одержання кредиту від приватних осіб є перш за все простота та швидкість отримання кредиту без надання будь-якого пакета документів, укладання договорів, страхування можливих ризиків і т. ін. Кредити надаються на термін від одного місяця і більше за домовленістю. Таким чином, витрати позичальника при отриманні кредиту є мінімальними.

Ще одним джерелом формування фінансових ресурсів суб'єктів малого підприємництва виступають ломбарди. Більшості недоліків «приватного кредиту» немає у кредитів, які надаються ломбардами. Перевагою одержання кредиту в ломбарді є його доступність, швидкість отримання, відсутність необхідності підтверджувати платоспроможність. Усі відносини, які виникають між кредитором та позичальником з приводу отримання та погашення позики, складаються у рамках правового поля. Водночас практика свідчить, що ломбард не може бути повною мірою віднесений до групи фінансових інститутів кредитування малого бізнесу, адже відсоток, що стягується ломбардами, набагато перевищує рентабельність більшості видів підприємницької діяльності. Додатковим фактором, що стримує отримання кредитів представниками малого бізнесу в ломбарді, є вимога про надання високоліквідної застави.

Порівняно з ломбардним кредитом умови отримання позики у кредитній спілці є більш прийнятними для представників малого бізнесу. Закон України «Про кредитні спілки» повністю узаконив роботу даного фінансового інституту. Кредити надаються у короткі терміни (кредит можна отримати за кілька годин). Процедура одержання грошей максимально спрощена і не вимагає підготовки великого пакета документів від позичальника. Невеликі кредити можна дістати і без реального забезпечення (або, наприклад, під заставу особистих речей), і без суворої перевірки кредитоспроможності позичальника. Практика останніх років в Україні свідчить, що кредитні спілки готові виступити партнерами представників малого бізнесу у разі купівлі останніми нового обладнання, яке своєю чергою може бути заставою за наданий кредит. Однак невеликі суми кредитів (найбільший кредит, виданий кредитною спілкою України, становить 8 тис. дол. США), а також високі відсоткові ставки не дозволяють кредитним спілкам популяризувати свої послуги серед підприємців.

Фінансовим ресурсам суб'єктів малого підприємництва властиві такі риси:

- 1) дефіцит власних коштів у зазначеній сумі первісного капіталу;
- 2) обмежений доступ до кредитів комерційних банків на відміну від великих підприємств;
- 3) підвищений рівень собівартості продукції, що обмежує можливість інвестування у момент відсутності необхідних фінансових ресурсів;
- 4) нерегулярність реальних джерел інвестиційних ресурсів як для поточної операційної діяльності, так і для перспективного розвитку.

Таким чином, для суб'єктів малого підприємництва важливою умовою є визначення оптимального розміру фінансових ресурсів.

Оптимальність фінансових ресурсів малих підприємств досягається за таких умов:

- 1 Довгострокові активи дорівнюють або перевищують довгострокові пасиви (власні кошти + довгострокові зобов'язання).

2 Поточні активи дорівнюють або перевищують поточні зобов'язання (крім короткострокових кредитів комерційних банків).

3 Власні кошти мають становити 50 % і більше загальної потреби фінансових ресурсів.

Робота з літературними джерелами

1 Дайте визначення фінансового менеджменту на малих і середніх підприємствах.

2 Назвіть функції фінансів малих підприємств.

3 Перелічіть основні завдання маркетингового стратегічного планування.

4 Що є об'єктом фінансових ресурсів?

5 Охарактеризуйте метод, за яким проводиться вивчення стану, складу та структури фінансових ресурсів.

6 Охарактеризуйте формування фінансових ресурсів малих підприємств.

7 Назвіть напрямки у розподільчих процесах прибутку.

8 Охарактеризуйте внутрішнє джерело власних фінансових ресурсів - амортизаційні відрахування.

9 Прокоментуйте інститути на фінансовому ринку України, готові вкласти ресурси у розвиток малого бізнесу.

10 Охарактеризуйте комерційні банки, які спеціалізуються на розвитку малого бізнесу або розвивають цей вид діяльності як окремий напрям.

Тестові завдання для самоконтролю

Q1 Функції відтворення фінансів малих підприємств:

V1 формування фінансових ресурсів у процесі виробничо-господарської діяльності;

V2 розподіл та використання фінансових ресурсів для забезпечення операційної виробничої та інвестиційної діяльності;

V3 контроль за формуванням та використанням фінансових ресурсів у процесі відтворення;

V4 всі відповіді правильні.

Q2 Об'єктом фінансових ресурсів є:

V1 економічні відносини, пов'язані з рухом грошових коштів, формуванням та використанням грошових фондів;

V2 виробнича програма, яку необхідно узгодити з майбутніми обсягами замовлень;

V3 оборотні засоби, які будуть необхідні підприємству для виконання фінансових зобов'язань;

V4 всі відповіді правильні.

Q3 Фінансові ресурси малих підприємств залежно від джерел їх формування поділяються на такі:

V1 власні та запозичені;

V2 комерційні;

V3 вексель;

V4 всі відповіді правильні.

Q4 Одним з основних власних джерел фінансування малого підприємства є:

V1 прибуток;

V2 збиток;

V3 доходи;

V4 всі відповіді правильні.

Q5 Внутрішнім джерелом власних фінансових ресурсів є:

V1 амортизаційні відрахування;

V2 збиток;

V3 доходи;

V4 всі відповіді правильні.

Q6 За економічною сутністю амортизаційні відрахування мають забезпечити:

V1 просте відтворення основних засобів;

V2 зменшення витрат, збільшення обсягів виробництва;

V3 надання товару властивостей, відмінних від інших конкурентних пропозицій;

V4 всі відповіді правильні.

Q7 Назвіть інститути, готові вкласти ресурси у розвиток малого бізнесу:

- V1 приватні особи;
- V2 державні або напівдержавні фонди;
- V3 кредитні спілки та комерційні банки;
- V4 страхові, лізингові, іпотечні і франчайзингові компанії;
- V5 всі відповіді правильні.

Q8 Комерційний кредит є:

- V1 прибуток;
- V2 просте відтворення основних засобів;
- V3 форма короткотермінового фінансування;
- V4 всі відповіді правильні.

Q9 Переваги одержання кредиту в ломбарді:

- V1 доступність, швидкість отримання, відсутність необхідності підтверджувати платоспроможність;
- V2 зменшення витрат, збільшення обсягів виробництва;
- V3 концентрація уваги і діяльності на потребах конкретного сегмента ринку;
- V4 всі відповіді правильні.

Q10 Оптимальність фінансових ресурсів малих підприємств досягається за таких умов:

- V1 довгострокові активи дорівнюють або перевищують довгострокові пасиви;
- V2 поточні активи дорівнюють або перевищують поточні зобов'язання;
- V3 власні кошти мають становити 50 % і більше загальної потреби фінансових ресурсів;
- V4 всі відповіді правильні.

Тема 5. Інвестиційна політика на малих та середніх підприємствах

Залучення інвестицій у компанію, забезпечення інвестиційного процесу - найважливіші умови стійкого розвитку

малих і середніх підприємств (МСП). Базовим елементом цієї роботи є формування інвестиційної політики, основними складовими якої є:

- прогноз кон'юнктури ринку та визначення пріоритетів інвестицій;
- аналіз економічних результатів і інвестиційної діяльності підприємства;
- планування інвестиційної діяльності; вибір між інвестиційними програмами;
- забезпечення ресурсами інвестиційної діяльності.

При виробленні інвестиційної політики слід враховувати:

- стан ринку продукції, яку виробляє підприємство, обсяг її реалізації, якість і ціна цієї продукції;
- фінансово-економічний стан підприємства;
- технічний рівень виробництва підприємства, наявність у нього незавершеного будівництва та невстановленого обладнання;
- поєднання власних і позикових ресурсів підприємства;
- можливість отримання підприємством устаткування по лізингу;
- фінансові умови інвестування на ринку капіталів;
- пільги, одержувані інвестором від держави;
- комерційну і бюджетну ефективність інвестиційних заходів, здійснюваних за участю підприємства;
- умови страхування і отримання гарантій від некомерційних ризиків.

Положення розробленої інвестиційної політики рекомендується враховувати при прийнятті рішень щодо розроблення техніко-економічних обґрунтувань інвестиційних проектів, використання різних джерел фінансування, участі в реалізації інвестиційних проектів спільно з іншими компаніями, організації робіт інших структурних підрозділів підприємства. Базою для обґрунтування інвестиційної політики підприємства служить аналіз ринку реалізації продукції, яку або вже виробляє підприємство, або нової, запланованої до випуску. Завдання вивчення ринку - оцінити реальні перспективи збуту цієї продукції. При цьому важливо враховувати:

- географічні межі ринку реалізації продукції підприємствами, а також аналогічної продукції (регіональний, російський, зовнішній ринок);

- загальний обсяг реалізації продукції підприємства, в тому числі аналогів, вироблених конкурентами, на відповідному ринку протягом попередніх трьох років;

- динаміку споживчого попиту, прогнозовану на період наміченої інвестиційної політики підприємства;

- наявність підприємств-конкурентів на цьому ринку;

- технічний рівень продукції підприємства;

- можливості підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства і розширення ринку її збуту в рамках конкретних інвестиційних проектів.

Аналіз ринку та розроблення системи реалізації продукції підприємства, включаючи визначення реклами, її видів, напрямків і масштабів здійснення, завершується оцінкою обсягу майбутніх витрат.

Потреба в ресурсах для проведення інвестиційної політики підприємства визначається розвитком його виробництва відповідно до кон'юнктури ринку. На початковому етапі формування інвестиційної політики необхідно провести аналіз фінансового стану підприємства, визначити за його допомогою цілі розвитку компанії, оцінити перспективи капіталовкладень. Фінансовий аналіз служить також інструментом обґрунтування нормативів оборотних коштів. При обґрунтуванні інвестиційної політики підприємства важливо враховувати:

- вид, обсяг і якість продукції, що визначаються підприємством відповідно до прийнятої ним інвестиційної політики;

- склад і послідовність намічених до реалізації інвестиційних проектів;

- рівень галузевої спеціалізації підприємства, переваги його технології виробництва і обладнання, технічну та економічну безпеку підприємства;

- одноразові витрати при реалізації інвестиційних проектів, а також капітальні вкладення, витрати на будівельно-монтажні роботи, НДДКР і придбання нематеріальних активів;

- поточні експлуатаційні витрати та операційні витрати підприємства, в тому числі на виробництво продукції підприємства (витрати на придбання палива, енергії, сировини і матеріалів, орендна плата за використання обладнання, лізингові платежі, оплата праці та нарахування на неї і т. д.);

- ефективність використання об'єктів незавершеного будівництва і сплаченого невстановленого обладнання, реалізацію демонтованого неамортизованого устаткування;

- амортизаційні відрахування;

- постійні та змінні витрати підприємства, в тому числі на виробництво продукції;

- податки та інші обов'язкові платежі, що відносяться на собівартість продукції;

- ціну продукції підприємства і виручку від реалізації продукції.

Слід підкреслити, що потреба підприємства в інвестиційних ресурсах має відповідати витратам, майбутнім з початку періоду реалізації інвестиційної політики. При цьому вартість об'єктів незавершеного будівництва, сплаченого невстановленого обладнання, інші витрати минулих років не включаються в обсяг інвестицій. Перелічені витрати враховуються при визначенні вартості основних фондів, амортизаційних відрахувань, податку на майно. Важливим елементом при розробленні інвестиційної політики підприємства є визначення загального обсягу інвестицій і пошук способів раціонального використання власних накопичень, включаючи можливі поєднання різних джерел фінансування і залучення позикових коштів. Власні кошти, що направляються підприємством на фінансування інвестиційної діяльності, можуть складатися:

- з вільних грошових коштів, наявних на рахунку підприємства на початок реалізації інвестиційних проектів;

- коштів, отриманих у результаті додаткової емісії акцій підприємства;

- грошових коштів від реалізації надлишкового та вибулого майна і незамортизованих основних фондів підприємства при перепрофілюванні його виробництва;

- частини доходу підприємства у формі чистого прибутку і амортизації, що реінвестується в процесі здійснення інвестиційних проектів.

Інвестиційні проекти підприємства доцільно погоджувати між собою за обсягами виділених ресурсів і термінів реалізації. Рекомендується дотримуватися співвідношення планованого підприємством загального обсягу інвестицій з обсягом активів, щоб не втратити права власності на підприємство в разі невдалої реалізації проекту.

Вибір варіантів залучення комерційних кредитів і позик як джерел фінансування інвестиційної діяльності підприємства (обсяг залучених коштів, відсоткова ставка за кредитами і позиками, початок і кінець виплати відсотків і погашення основного боргу за ними) орієнтується на отримання максимального економічного ефекту від власних коштів підприємства, що спрямовуються на інвестування. Ефективність інвестиційної політики оцінюється за показником терміну окупності вкладень, який у свою чергу, визначається на основі даних бізнес-плану підприємства і попередніх розрахунків щодо обґрунтування інвестиційних проектів. Для уточнення термінів проведення заходів у рамках інвестиційної політики підприємства і забезпечення їх фінансовими ресурсами складаються бізнес-плани реалізації інвестиційних проектів, намічених до здійснення підприємством.

Основними показниками ефективності інвестиційних проектів є термін окупності (комерційна ефективність) і відношення обсягу надходжень до бюджету до обсягу платежів з бюджету (бюджетна ефективність). Для додаткової оцінки ефективності інвестицій за бажанням розробників можуть використовуватися інші показники і коефіцієнти, визначені Методичними рекомендаціями з оцінки ефективності інвестиційних проектів та їх відбору для фінансування.

При розробленні інвестиційної політики підприємства дуже важливо заздалегідь оцінити можливі ризики, пов'язані із здійсненням інвестиційних проектів. При цьому вплив комерційних ризиків (будівельних, виробничих, маркетингових, кредитних, валютних тощо) оцінюється через можливу зміну очікуваної прибутковості інвестиційного проекту і відповідне

зменшення ефективності інвестицій. Захист від некомерційних ризиків (стихійні лиха, порушення громадського порядку, зміни економічної політики держави), що не залежать від інвесторів, може бути здійснений шляхом отримання державних гарантій або страхування інвестицій.

Значна роль у формуванні дієвої інвестиційної політики належить організації управління інвестиційною діяльністю на підприємстві. Прийняття виважених рішень про інвестиційні проекти є найбільш складним і важливим управлінським завданням. Оскільки у сферу інтересів інвестора входять практично всі аспекти економічної діяльності підприємства, багатофакторність завдання висуває особливі вимоги до розроблення плану інвестицій, процедури підготовки необхідних даних. На сьогоднішній день необхідною умовою успішної реалізації інвестиційних проектів є інтеграція всіх учасників процесу управління. Звісно, важливим є створення по можливості єдиної структури управління інвестиціями в рамках існуючої організаційної структури управління підприємством.

Можна виділити такі типи вкладень: "вимушені", тобто здійснювані для підвищення надійності виробництва та техніки безпеки відповідно до нових законодавчих актів; вкладення з метою збереження позицій на ринку, при цьому мінімальна норма прибутку визначається, як правило, на рівні 6 – 7 %; в оновлення основних фондів і підтримання безперервної діяльності (норма прибутку 12 %); з метою економії витрат (норма прибутку 15 %); такі, що направляються на збільшення доходів (норма прибутку 20 %); ризикові (норма прибутку 25 % і вище). Виробничо-комерційна практика компаній свідчить, що найчастіше конкурують між собою варіанти капіталовкладень одного типу. Значущу роль в інвестиційній поведінці фірм відіграє часовий розподіл прибутку: залежно від фінансового стану керівництво компанії в окремі періоди задає різні норми прибутку на капіталовкладення, керуючи інвестиційним процесом у часі.

Робота з літературними джерелами

- 1 Назвіть основні складові інвестиційної політики.
- 2 Що є базою для обґрунтування інвестиційної політики підприємства?
- 3 Перелічіть основні завдання фінансового аналізу.
- 4 Охарактеризуйте власні кошти, що направляються підприємством на фінансування інвестиційної діяльності.
- 5 Охарактеризуйте термін окупності (комерційна ефективність) інвестиційної діяльності.
- 6 Назвіть типи вкладень.

Тестові завдання для самоконтролю

Q1 Основними складовими інвестиційної політики є:

V1 прогноз кон'юнктури ринку та визначення пріоритетів інвестицій;

V2 аналіз економічних результатів і інвестиційної діяльності підприємства;

V3 планування інвестиційної діяльності; вибір між інвестиційними програмами;

V4 забезпечення ресурсами інвестиційної діяльності;

V5 усі відповіді правильні.

Q2 Базою для обґрунтування інвестиційної політики підприємства служить:

V1 збільшення обсягів продажу існуючих товарів на існуючих ринках;

V2 збільшення обсягів продажу шляхом упровадження традиційних товарів на нові ринки;

V3 аналіз ринку реалізації продукції, яку або вже виробляє підприємство, або нової, запланованої до випуску;

V4 всі відповіді правильні.

Q3 Завдання вивчення ринку –це:

V1 збільшення обсягів продажу існуючих товарів на існуючих ринках;

V2 збільшення обсягів продажу шляхом упровадження нових товарів на нові ринки;

V3 оцінювання реальних перспектив збуту цієї продукції;
V4 всі відповіді правильні.

Q4 Потреба в ресурсах для проведення інвестиційної політики підприємства визначається:

V1 для захисту або стабілізації важливих джерел постачання з метою збільшення виробництва і збуту продукції;

V2 для забезпечення контролю за каналами розподілення;

V3 розвитком його виробництва відповідно до що складається кон'юнктури ринку;

V4 всі відповіді правильні.

Q5 При обґрунтуванні інвестиційної політики підприємства важливо враховувати:

V1 вид, обсяг і якість продукції;

V2 рівень галузевої спеціалізації підприємства, податки та інші обов'язкові платежі;

V3 одноразові витрати та поточні експлуатаційні витрати, постійні та змінні витрати підприємства;

V4 ефективність використання об'єктів, амортизаційні відрахування та ціну продукції підприємства;

V5 усі відповіді правильні.

Q6 Важливим елементом при розробленні інвестиційної політики підприємства є:

V1 визначення загального обсягу інвестицій;

V2 пошук способів раціонального використання власних накопичень;

V3 залучення позикових коштів;

V4 всі відповіді правильні.

Q7 Власні кошти, що направляються підприємством на фінансування інвестиційної діяльності, можуть складатися:

V1 з вільних грошових коштів;

V2 з коштів, отриманих у результаті додаткової емісії акцій підприємства;

V3 з коштів від реалізації надлишкового та вибулого майна і незамортизованих основних фондів підприємства при перепрофілюванні його виробництва;

V4 з коштів від реалізації надлишкового та вибулого майна і незамортизованих основних фондів підприємства при перепрофілюванні його виробництва;

V5 всі відповіді правильні.

Q8 Ефективність інвестиційної політики оцінюється за показником:

V1 терміну окупності вкладень;

V2 прибутку;

V3 збільшення обсягів продажу шляхом впровадження нових товарів на традиційні ринки;

V4 всі відповіді правильні.

Q9 Вплив комерційних ризиків оцінюється:

V1 через зміну очікуваної прибутковості інвестиційного проекту і відповідне зменшення ефективності інвестицій;

V2 зменшення витрат і часу;

V3 через реалізацію власних ідей на свій розсуд;

V4 всі відповіді правильні.

Q10 Типи вкладень:

V1 "вимушені";

V2 в оновлення основних фондів і підтримання безперервної діяльності;

V3 збільшення доходів та економії витрат;

V4 ризикові;

V5 всі відповіді правильні.

Тема 6. Управління інноваціями на малих та середніх підприємствах

Для здійснення інноваційної діяльності необхідний цілий ряд різних ресурсів, включаючи:

- інтелектуальні (технологічна документація, патенти, ліцензії, бізнес-плани з освоєння нововведень, інноваційна програма підприємства);
- матеріальні (дослідно-приладова база, технологічне обладнання, ресурс площ);
- фінансові (власні, позикові, інвестиційні, грантові);
- кадрові (лідер-новатор; персонал, зацікавлений в інноваціях; партнерські і особисті зв'язки співробітників з НДІ і вишами; досвід проведення НДР і НДДКР; досвід управління проектами);
- інфраструктурні (власні підрозділи, відділ маркетингу нової продукції, патентно-правовий відділ, інформаційний відділ, відділ конкурентної розвідки);
- інші ресурси, необхідні для здійснення інноваційної діяльності.

Малому та середньому підприємництву необхідна підтримка з боку органів підтримки малого і середнього бізнесу.

Відповідно до Закону України “Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні” від 22.03.2012 р. інфраструктурою підтримки малого і середнього підприємництва є підприємства, установи та організації незалежно від форми власності, які провадять діяльність, спрямовану на розвиток суб'єктів малого і середнього підприємництва, їх інвестиційної та інноваційної активності, просування вироблених ними товарів (робіт, послуг), результатів інтелектуальної діяльності на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Можна виділити такі складові інноваційної інфраструктури малого та середнього підприємництва:

1 **Правова інфраструктура:** комплекс законів про охорону об'єктів інтелектуальної діяльності і захисту прав; правові акти, що стимулюють НДДКР в інтересах промисловості і регулюють процеси передачі результатів досліджень у сфері їх використання; комплекс законодавчих актів, що визначають умови створення та діяльності інститутів підтримки підприємницького бізнесу; правове забезпечення діяльності малого та середнього бізнесу.

2 Інформаційна інфраструктура: довідкова, патентна, кон'юнктурна, аналітична, технічна та рекламна інформація. Основні інформаційні потреби виникають при вирішенні питань, пов'язаних з патентуванням нововведень і проведенням маркетингових досліджень.

3 Спеціалізовані інноваційні центри: бізнес-інкубатори, технопарки, інноваційні центри, центри підтримки підприємництва та інші структури.

4 Фінансові інститути: банки, інвестиційні інститути, індивідуальні інвестори, венчурні фонди, бюджет та інші джерела.

Перші елементи інноваційної інфраструктури - науково-технологічні парки і бізнес-інкубатори – були створені в Україні на базі вищих навчальних закладів на початку 90-х рр. ХХ ст. У середині 90-х рр. виникають технопарки, організовані на базі великих державних наукових центрів (ДНЦ). Наступним кроком була поява регіональних технопарків, створених для розвитку виробництва наукоємної продукції. Такі технопарки мали власні приміщення, фінансову підтримку від федеральних і регіональних влад і досить успішно розвивали у своїх стінах малі інноваційні фірми.

Наприкінці 90-х – початку 2000-го рр. за участю Мінпромнауки України була створена мережа інноваційно-технологічних центрів (ІТЦ), які за важливістю справ багато в чому перетинаються з технопарками. Головна особливість ІТЦ полягає в тому, що він є структурою підтримки сформованих малих інноваційних підприємств, що вже пройшли найбільш важкий етап створення.

6.1 Технополіси

Технополіс – найважливіший елемент сучасної ринкової системи, організаційна форма зрощування фірм, інноваційних компаній, вищих навчальних закладів, консультаційних, інноваційних та інших підприємств сфери послуг, відповідних підрозділів державних і муніципальних органів в єдиний механізм.

У технополісах формуються правове середовище для діяльності венчурних (ризикових) підприємств, відповідна матеріальна база, що дає змогу відбирати на конкурентній основі проекти для створення нової техніки і технологій, готувати кадри, орієнтовані на підприємницьку діяльність і нову технологію, проводити прикладні дослідження на сучасному рівні, коригувати розроблені технології, процеси для їх промислового освоєння, створювати підприємницькі структури і концентрувати наукові сили з того чи іншого напрямку НТП.

Технополіс (technopolise: від грец. Techne - майстерність і polis - місто) – це:

- сучасна форма територіальної інтеграції науки, освіти і високорозвиненого виробництва (різновид вільноеконімічної зони); являє собою єдину науково-виробничу і навчальну, а також житлову та культурно-побутову зону, об'єднану навколо наукового центру, що забезпечує безперервний інноваційний цикл на базі наукових досліджень;

- спеціалізовані на випуску наукоємної продукції компактні науково-технологічні поселення, містечка, де створені максимально сприятливі умови для життя, праці, відпочинку, освіти, задоволення культурних потреб і т. д.;

- форма регіонального розвитку, яка полягає у створенні структур, спрямованих на організацію взаємодії бізнесу, університетів і місцевої влади;

- місто, в якому "критична маса" освіти, науки, техніки, наукоємного бізнесу, ризикового капіталу породжує "ланцюгову реакцію" наукової та ділової активності міжнародного, глобального масштабу.

У структуру технополісу можуть входити як один з його блоків різні види (типи) парків.

Залежно від характеру і обсягу виконуваних функцій можна виділити такі різновиди парків:

- 1) інноваційні центри, призначення яких полягає в наданні сприяння переважно новим фірмам, пов'язаним з наукоємними технологіями;

- 2) дослідні або наукові парки, які обслуговують як нові, так і цілком зрілі фірми, підтримують тісні зв'язки з університетами або НДІ (часто розташовуються в мальовничих місцях);

3) технологічні парки, що являють собою оптимально організовані науково-промислові зони, де здійснюється співробітництво і обмін ідеями та інформацією між підприємствами і науковими організаціями з метою впровадження нововведень; у технопарків є у розпорядженні ціла мережа наукоємних фірм і виробництв;

4) технологічні центри, що являють собою обслуговуючі підприємства, створювані для розвитку нових високотехнологічних фірм;

5) конгломерати (пояси) технокомплексів і наукових парків, пов'язані з перетворенням у високотехнологічні зони цілих регіонів.

Отже, технополіси являють собою науково-виробничі комплекси, які здійснюють увесь технологічний ланцюг від фундаментальних досліджень до продажу нової продукції. Вони припускають гармонійне поєднання діяльності дослідницьких організацій та інститутів, вищих навчальних закладів, підприємств промисловості, ділових, обслуговуючих і комерційних структур, а також місцевих органів влади.

Діяльність технополісу також передбачає створення сприятливих передумов, умов для зростання і успішного функціонування наукоємних підприємств і малих фірм шляхом впровадження нових технологій, надання певних фінансових кредитів, пільг і т. д.

На превеликий жаль, таких техноцентрів в Україні поки що нема, хоча наша держава має величезні можливості щодо цього. Для створення техноцентрів необхідна довгострокова добре продумана урядова програма, а також значне фінансове забезпечення. Поки що науковці консолідуються довкола великих науково-дослідних центрів Києва, Харкова, Дніпра, Одеси, Львова і Донецька і, можливо, у майбутньому наукова слава прийде в Україну.

6.2 Технопарки

У сучасних умовах сталий розвиток регіонів є можливим тільки на основі активізації інноваційних процесів в усіх сферах економіки. Останнім часом на федеральному і регіональному рівнях управління приділяється велика увага розвитку технопарків як елементів інноваційної інфраструктури.

Технопарк - це структура, створена, як правило, на базі вищого навчального закладу з метою використання його наукового потенціалу та комерціалізації розроблених технологій через створення і розвиток наявних на території технопарку малих інноваційних підприємств.

Велику увагу у органи державної влади приділяють такій проблемі, як трансфер технологій від університетів до малого і середнього підприємництва, а потім у комерційне виробництво. Університет виконує роль організатора інноваційної мережі, даючи своїми науковими розробками імпульс усій системі. Створення та підвищення якості функціонування технологічних парків, основними завданнями яких є трансфер технологій, комерціалізація ідей, дає змогу здійснювати просування економіки знань у традиційні галузі.

У Данії для підвищення зв'язку між підприємництвом і університетами створений Офіс трансферу технологій у галузі біотехнології; в Нідерландах - Інноваційна платформа. Розробляються програми підтримки взаємозв'язку університетів і підприємств малого і середнього бізнесу: Австрія - програма «FN plus», орієнтована на прикладні дослідження в університетах при співробітництві із бізнес-товариством; Португалія - програма «Прикладні бізнес-дослідження і розвиток» («IDEIA» programme - Applied Business Research and Development), що підтримує співпрацю між малими підприємствами і Національною системою науки і технологій (National System for Science and Technology).

Перший технопарк, організований Стендфордським університетом (штат Каліфорнія), виник у США на початку 1950-х рр. і поклав початок знаменитій Силіконовій долині. Бум технопаркового будівництва в США припав на 1980-ті рр., і на сьогоднішній день там налічується понад 160 таких організацій, які становлять близько 30 % загальної кількості технопарків у світі. У Європі перші технологічні парки виникли на початку 1970-х рр. - Дослідницький центр університету «Херіот-Уатт» в Единбурзі, науковий парк «Трінті-коледж» у Кембриджі, Левен-ла-Неввен у Бельгії і Зона наукових і технологічних нововведень і виробництва в Греноблі. У 1980-ті рр. бізнес-товариства при університетах було створено в Канаді, Сінгапурі, Австралії, Бразилії, Індії, Малайзії, Китаї і Японії.

Однак при здійсненні взаємодії малого підприємництва з університетами в зарубіжних країнах виникає ряд проблем. Відповідно до проведеного у Великобританії дослідження ряд типових проблем полягає в такому: прогалини в проектному менеджменті; агресивний підхід університетів до прав інтелектуальної власності; велика зацікавленість вчених у публікації результатів, ніж в їх комерціалізації; неприйнятті ризику університетами.

Для залучення університетів до співпраці з малими та середніми підприємствами в різних країнах використовуються різні механізми і інструменти. У Норвегії, наприклад, внесено зміну до законодавства щодо прав на винаходи, з тим щоб патент видавався не досліднику, а науковій організації. У Бельгії на базі Брюссельського університету працює Підприємницький центр для підтримки та просування компаній, створених членами університетської спільноти, комерціалізуються «недіючі» проекти, розроблені науковими групами і студентами університету.

У США існують гранти, щоб забезпечити створення фондів розвитку взаємодії малого підприємництва і університетів. У країнах, що розвиваються, створення технопарків також стає популярним механізмом підтримки інноваційної діяльності малого підприємництва.

Однак складності їх функціонування полягають у тому, що дані структури виконують повністю усі функції від розробленні ідей до їх комерціалізації, оскільки немає розвиненої мережі університетів. Наприклад, у Кореї при наданні допомоги малим інноваційним підприємствам через технопаркові структури передбачено надання офісних приміщень, виробничого обладнання, послуг конструкторських відділів, однак такі центри залишаються практично не завантаженими у зв'язку з відсутністю ідей.

У розвинених країнах основне завдання діяльності технопарків - комерціалізація ідей, оскільки можливості економічного зростання полягають не стільки у «здатності виробляти нові ідеї, скільки в нашому вмінні перетворювати величезне різноманіття цих основоположних ідей, які мають значний потенціал, у продукти, придатні до вживання».

З прийняттям у 2010 р. Податкового кодексу України механізми державної підтримки проектів технопарків в основному були вилучені. Наразі залишилася лише цільова субсидія у вигляді зарахування на спеціальні рахунки технопарків сум ввізного мита, що нараховується при ввезенні необхідного для реалізації проекту обладнання, що не виробляється в Україні. Це призвело до того, що на сьогодні реалізація проектів технопарків практично зупинена.

Незважаючи на всі економічні перепони, українські технопарки за роки діяльності - це:

- 120 інноваційних проектів;
- більше ніж 3,5 тис. нових робочих місць;
- майже 13 млрд грн інноваційної продукції в рамках спецрежиму (у т. ч. 2 млрд грн – експорт);
- більше 1 млрд грн перерахувань до бюджету.

В умовах обмеженості природних ресурсів та низької інноваційної активності підприємств надзвичайно важливим є нарощування інноваційної складової в економіці країни, зокрема, через розвиток інноваційних структур таких як технопарки. Це дасть змогу достатньо оперативно перебудовувати методи роботи, оновлювати продукцію, знаходити нові інноваційні рішення.

6.3 Бізнес-інкубатори

Бізнес-інкубатор - це організація, яка створює найбільш сприятливі умови для стартового розвитку малих підприємств шляхом надання комплексу послуг і ресурсів, що включає забезпечення підприємств офісними, виробничими та складськими площами на пільгових умовах, засобами зв'язку, оргтехнікою, необхідним обладнанням, проводить навчання персоналу, консалтинг і т. д. У комплекс входять секретарські, бухгалтерські, юридичні, освітні, консалтингові послуги, а також у ряді випадків допомога в отриманні кредиту на розвиток справи і виході на місцеві ринки. Стартові гроші - не єдиний дефіцитний ресурс для знову виникаючих компаній. Надання комплексу послуг - одна з найголовніших умов, тому що саме комплексність має значення для стартового розвитку малих підприємств.

Бізнес-інкубатори можуть діяти як самостійні структури, так і у складі технопарків.

Головне призначення «інкубаторів» - первісна підтримка малих підприємств, допомога потенційним підприємцям, які хочуть, але не можуть розпочати власну справу. Бізнес-інкубатор як одна з форм такої підтримки значно полегшує розвиток нових фірм. Відмінною особливістю даної форми організації є те, що в першу чергу така структура займається розвитком не конкретного товару або послуги, а незалежного господарюючого суб'єкта.

Діяльність бізнес-інкубаторів досить ефективна. За різними даними, від 70 до 80 % «випускників інкубаторів» «живуть» ще мінімум 3 роки, в той час як щонайменше 3/4 неінкубованих компаній гинуть у перші півтора року свого існування.

Перший бізнес-інкубатор було створено в США в 1959 р. Люди, що залишилися без роботи, відкрили свої підприємства просто в порожніх після закриття фабрики приміщеннях. Досвід виявився успішним. У 1985 р. у світі вже діяло близько 70 бізнес-інкубаторів, у 1992-му їх було 470, зараз - 1100. Половина існуючих нині бізнес-інкубаторів діє в США.

За даними Міністерства економічного розвитку і торгівлі, станом на жовтень 2016 р. в Україні функціонувало 255 бізнес-інкубаторів. Недоліком існуючої організаційно-господарської інфраструктури інноваційної підприємницької діяльності є нерівномірність розподілу її існуючих об'єктів за регіонами України. Так, у Києві та Київській області діють 12 бізнес-інкубаторів, в Одеській області – 9; 18 з 27 регіонів країни мають по 1 – 2 бізнес-інкубатори. З 255 існуючих інноваційних фондів 175 працюють у Києві.

Стрімкий розвиток і бурхливе зростання кількості бізнес-інкубаторів у багатьох країнах світу доводить ефективність використання цієї моделі для вирішення цілої низки завдань, серед яких можна виділити такі:

- оздоровлення економічної активності регіонів, розвиток внутрішніх ринків, диверсифікація регіонів;
- зростання кількості малих підприємств, підвищення їх життєздатності, а отже, розширення бази оподаткування регіонів і держав;

- найбільш повне використання ресурсів регіонів, включаючи трудові, виробничі, технологічні, природні та ін.;
- підвищення інноваційної активності бізнесу в цілому, впровадження нових технологій і ноу-хау;
- створення і зміцнення зв'язків між малим бізнесом та іншими секторами економіки (великий бізнес, державний, фінансовий сектор та ін.), а також міжрегіональних і міжнародних зв'язків, що сприяють зміцненню економічних систем;
- забезпечення населення товарами і послугами споживчого попиту;
- зростання зайнятості та рівня життя населення.

6.4 Бізнес-ангели

Бізнес-ангели – це фізичні та юридичні особи, що інвестують частину власних коштів в інноваційні компанії найраніших стадій розвитку - «пасивної» (seed) і початкової (start-up). Бізнес-ангели – це перші професійні інвестори, які вкладають кошти в інноваційні компанії. За ними, як правило, йдуть венчурні, а потім прямі інвестиції. Обсяг бізнес-ангельських інвестицій в одну компанію становить від декількох десятків тисяч до мільйона євро.

Бізнес-ангели використовують принципово новий - венчурний механізм інвестування, відповідно до якого фінансування надається на тривалий (3 - 7 років) термін, без застав і гарантій, за частку (пакет акцій) у компанії. Зниження ризиків таких вкладень забезпечується інвестуванням одночасно в кілька компаній, ретельною перевіркою і відбором проектів (так звана процедура due diligence), участю в управлінні бізнесом.

Успіх бізнес-ангельського інвестування багато в чому досягається формуванням сприятливих ділових і дружніх відносин між інвесторами, винахідниками і менеджерами компанії, їх спільною роботою єдиною командою. Бізнес-ангели вносять у компанії не тільки гроші, але також досвід, знання, ділові зв'язки.

Метою вкладень бізнес-ангелів є зростання вартості проінвестованих ними компаній за рахунок розроблення і

просування на ринок високотехнологічних продуктів. Основний дохід бізнес-ангел отримує на «виході» через продаж своєї частки (пакета акцій) за вартість, що значно перевищує початкові вкладення. Продаж може бути здійснено на фондовому ринку, стратегічному інвесторіві, самим засновникам компанії. Незважаючи на високі ризики, бізнес-ангельське інвестування є одним з найбільш високодохідних видів бізнесу, здатним принести інвесторіві не менше 70 % річних.

Від бізнес-ангелів почали свій шлях до вершин бізнесу Intel, Yahoo, Amazon, Google, Fairchild Semiconductors і багато інших провідних технологічних брендів.

В Україні такий вид інвестицій, що називається неформальним венчурним капіталом, виник порівняно недавно і стрімко набирає обертів. Основні завдання у сфері венчурного фінансування бізнес-ангелами полягають у такому:

- здійснення самостійно або у взаємодії з іншими організаціями формування і виконання спеціальних проектів та програм, спрямованих на прискорення інноваційного розвитку України;

- активна взаємодія з органами державної влади з питань формування і розвитку спільноти бізнес-ангелів України на основі принципів державно-приватного партнерства;

- сприяння в підготовці малих високотехнологічних компаній до інвестування і створення умов для їх взаємодії зі спільнотою бізнес-ангелів;

- здійснення діяльності, спрямованої на підвищення кваліфікації інвесторів, підготовка фахівців у сфері підвищення кваліфікації інвесторів;

- формування в суспільній свідомості позитивного іміджу бізнес-ангельських інноваторів;

- створення умов для об'єднання капіталів і їх інвестування;

- надання допомоги в залученні інвестицій на наступних стадіях (венчурного, прямого, банківського і т. д.);

- створення і розвиток регіональних мереж бізнес-ангелів;

- інтеграція українських бізнес-ангелів у міжнародне співтовариство бізнес-ангелів, обмін досвідом із зарубіжними колегами, залучення іноземного капіталу, сприяння виходу українських інноваційних компаній на світовий ринок;

- взаємодія і співпраця з усіма суб'єктами інноваційної діяльності - вишами і науковими установами, громадськими та підприємницькими об'єднаннями, суб'єктами інноваційної інфраструктури тощо.

Бізнес-ангельське інвестування - один з найважливіших елементів нової економіки - економіки знань. Інвестуючи в технології, інтелект, креативні команди, бізнес-ангел закладає майбутнє благополуччя для себе, партнерів, країни.

Середній рівень вкладень українських бізнес-ангелів у вітчизняні стартапи вищий, ніж в Європі та Америці.

Про це йдеться в повідомленні спільноти бізнес-ангелів UAngel. «Середній чек одного ангела в угоді складає близько \$ 20-60 тис., що навіть трохи вище загальноєвропейської та американської практики. В середньому для клубу UAngel він становить \$ 48 тис., у той час як ангел в Європі інвестує близько 20 тис. євро, а в Америці - \$ 25 тис.).

З'ясувалося, що кожен третій український ангел вклав у технологічні компанії до півмільйона доларів за час своєї інвестиційної діяльності і вважає, що українські проекти гарні сильною технологічною експертизою, низькою оцінкою, а також своїми ідеями». «За останні два роки члени UAngel вклали гроші у 87 проектів, 7 з яких - через внутрішньоклубні синдикати, у загальній кількості на 7 млн доларів».

3 червня 2014 спільнота збільшилась у 3,5 разу і зараз об'єднує 35 інвесторів, які готові ділитися з проектами, крім грошей, своєю експертизою.

Робота з літературними джерелами

1 Охарактеризуйте ресурси, необхідні для здійснення інноваційної діяльності.

2 Назвіть складові інноваційної інфраструктури малого та середнього підприємництва.

3 Розкрийте сутність спеціалізованих інноваційних центрів.

4 Охарактеризуйте інформаційну інфраструктуру.

5 Окресліть характерні риси науково-технологічних парків і бізнес-інкубаторів.

6 Назвіть та охарактеризуйте головну особливість ІТЦ.

- 7 Що таке технополіс?
- 8 Що таке технопарк?
- 9 Що таке бізнес-інкубатор?
- 10 Що таке бізнес-ангели?

Тестові завдання для самоконтролю

Q1 Для здійснення інноваційної діяльності необхідний цілий ряд різних ресурсів:

- V1 інтелектуальні, матеріальні, фінансові;
- V2 кадрові та інфраструктурні;
- V3 інші ресурси, необхідні для здійснення інноваційної діяльності;
- V4 всі відповіді правильні.

Q2 Складові інноваційної інфраструктури малого та середнього підприємництва:

- V1 правова інфраструктура та інформаційна інфраструктура;
- V2 спеціалізовані інноваційні центри;
- V3 фінансові інститути;
- V4 всі відповіді правильні.

Q3 Технополіс – це:

V1 зрощування фірм, інноваційних компаній, вищих навчальних закладів, консультаційних, інноваційних та інших підприємств сфери послуг, відповідних підрозділів державних і муніципальних органів в єдиний механізм;

V2 структура, створена, як правило, на базі вищого навчального закладу з метою використання його наукового потенціалу та комерціалізації розроблених технологій через створення і розвиток наявних на території технопарку малих інноваційних підприємств;

V3 структура, що створює найбільш сприятливі умови для стартового розвитку малих підприємств шляхом надання комплексу послуг і ресурсів;

V4 всі відповіді правильні.

Q4 Технопарк – це:

V1 зрощування фірм, інноваційних компаній, вищих навчальних закладів, консультаційних, інноваційних та інших підприємств сфери послуг, відповідних підрозділів державних і муніципальних органів в єдиний механізм;

V2 структура, створена, як правило, на базі вищого навчального закладу з метою використання його наукового потенціалу та комерціалізації розроблених технологій через створення і розвиток наявних на території технопарку малих інноваційних підприємств;

V3 структура, що створює найбільш сприятливі умови для стартового розвитку малих підприємств шляхом надання комплексу послуг і ресурсів;

V4 всі відповіді правильні.

Q5 Бізнес-інкубатор – це:

V1 зрощування фірм, інноваційних компаній, вищих навчальних закладів, консультаційних, інноваційних та інших підприємств сфери послуг, відповідних підрозділів державних і муніципальних органів в єдиний механізм;

V2 структура, створена, як правило, на базі вищого навчального закладу з метою використання його наукового потенціалу та комерціалізації розроблених технологій через створення і розвиток наявних на території технопарку малих інноваційних підприємств;

V3 структура, що створює найбільш сприятливі умови для стартового розвитку малих підприємств шляхом надання комплексу послуг і ресурсів;

V4 всі відповіді правильні.

Q6 Бізнес-ангели – це:

V1 зрощування фірм, інноваційних компаній, вищих навчальних закладів, консультаційних, інноваційних та інших підприємств сфери послуг, відповідних підрозділів державних і муніципальних органів в єдиний механізм;

V2 структура, створена, як правило, на базі вищого навчального закладу з метою використання його наукового потенціалу та комерціалізації розроблених технологій через

створення і розвиток наявних на території технопарку малих інноваційних підприємств;

V3 фізичні та юридичні особи, що інвестують частину власних коштів в інноваційні компанії найраніших стадій розвитку - «пасивної» (seed) і початкової (start-up);

V4 всі відповіді правильні.

Q7 Залежно від характеру і обсягу виконуваних функцій можна виділити такі різновиди парків:

V1 інноваційні центри;

V2 дослідні або наукові парки;

V3 технологічні парки та технологічні центри;

V4 конгломерати (пояси);

V5 всі відповіді правильні.

Q8 Основне завдання діяльності технопарків – це:

V1 детальність;

V2 внутрішні умови;

V3 комерціалізація ідей;

V4 всі відповіді правильні.

Q9 Відмінною особливістю бізнес-інкубаторів є:

V1 розвиток незалежного господарюючого суб'єкта;

V2 внутрішні умови;

V3 розвиток товару або послуги;

V4 всі відповіді правильні.

Q10 Успіх бізнес-ангельського інвестування досягається:

V1 детальним дослідженням споживачів і закінчується через 48 тижнів;

V2 детальним дослідженням споживачів і закінчується через 20 тижнів;

V3 формуванням сприятливих ділових і дружніх відносин між інвесторами, винахідниками і менеджерами компанії, їх спільною роботою єдиною командою;

V4 всі відповіді правильні.

Тема 7. Ризики у підприємницькій діяльності малого і середнього бізнесу

Як показує аналіз підприємницької діяльності в різних сферах економіки, існування безлічі різних видів і типів ризиків виправдане, тому що підприємницька діяльність об'єктивно (та й суб'єктивно) пов'язана з проявом ризиків.

1 Залежно від джерела небезпеки слід різниці ризики, пов'язані:

- з проявом стихійних сил природи (погодні умови, повені, землетруси тощо);
- цілеспрямованими діями людини в процесі виробництва матеріальних благ.

2 Через виникнення виділяють ризик:

- господарський;
- пов'язаний з особистістю підприємця;
- обумовлений браком інформації.

Останній тип ризику найбільш важливий у сучасних умовах господарювання. Недостовірність інформації про партнерів (замовників або постачальників), особливо про їх діловий імідж і фінансовий стан, загрожує підприємцеві виникненням ризику бути обдуреним. Неповна інформація про конкурентів при виході на новий ринок може також стати джерелом втрат для малого підприємства.

3 За масштабом дії виділяють ризик:

- локальний, що виникає на рівні окремого підприємства;
- глобальний, який є відображенням економічної ситуації країни, в окремих галузях, регіонах.

4 За сферою виникнення підприємницькі ризики слід поділяти:

- на зовнішні, які безпосередньо не пов'язані з діяльністю підприємця (політичні, економічні та інші ситуації, викликані економічною і фінансовою кризою, високим рівнем інфляції, непередбачені зміною рівня ставки рефінансування, різким погіршенням політичної ситуації, війною, що почалася, націоналізацією власності, введенням ембарго, скасуванням ліцензій тощо);

- внутрішні, джерелом яких є сама підприємницька організація. Вони виникають у разі неефективного менеджменту, помилкової маркетингової політики, некомпетентності самого підприємця та інших внутрішніх факторів.

5 З точки зору дії в часі підприємницькі ризики можуть бути:

- короткочасними, які загрожують підприємцю протягом певного часу, наприклад транспортний ризик, коли збитки можуть виникнути під час перевезень вантажів, або ризик неплатежу за конкретною операцією;

- постійними, які безперервно загрожують підприємницькій діяльності в даному географічному районі або в певному секторі економіки, наприклад ризик неплатежів у країні, недосконалість правової системи та ін.

6 За наслідками виділяють ризик:

- допустимий - це загроза неповної втрати прибутку від здійснення (нездійснення) того чи іншого проекту або від підприємницької діяльності в цілому. При цьому ризик втрат можливий, але їх розмір менший за очікуваний підприємницький прибуток;

- критичний, який характеризується не тільки втратою прибутку, але і недотриманням передбачуваного прибутку, в цьому випадку підприємець зазнає збитків у сумі всіх витрат, тобто даний ризик характеризується небезпекою втрат, які перевищують очікуваний прибуток і можуть призвести до невідшкодованої втрати всіх коштів, вкладених підприємцем у дану угоду;

- катастрофічний, який, як правило, призводить до банкрутства підприємницької організації, тобто до втрати підприємцем усіх коштів.

7 За ступенем обґрунтованості ризик може бути:

- виправданий (правомірний);
- невиправданий (неправомірний).

Це найбільш важливий для підприємця тип класифікації, що має практичне значення.

8 За рівнем виділяють:

- «високий ризик»;
- «слабкий ризик».

9 За видами діяльності виділяють такі ризики:

- виробничий, пов'язаний з виробництвом продукції, здійсненям будь-яких видів виробничої діяльності. Серед найбільш важливих причин виникнення виробничого ризику - можливе зниження передбачуваних обсягів виробництва, зростання матеріальних і (або) інших витрат, сплата підвищених відрахувань та податків, втрати від випуску продукції низької якості, несертифікованої та ін.;

- комерційний, що виникає в процесі реалізації товарів і послуг, вироблених чи куплених підприємцем. Основні причини комерційного ризику: зниження обсягів реалізації через зміну кон'юнктури ринку або інших обставин; підвищення закупівельної ціни товару; непередбачене зниження обсягів втрат товару в процесі обігу; збільшення витрат обігу.

Комерційний ризик включає в себе ризики, пов'язані з реалізацією товару (послуг) на ринку, транспортуванням і прийманням товару (послуг) покупцем, платоспроможністю покупця, ризик форс-мажорних обставин. Слід зазначити той факт, що у вітчизняній економічній літературі часто комерційний ризик ототожнюється з підприємницьким, однак комерційний ризик - це один з видів підприємницьких ризиків;

- кредитний, який пов'язаний з можливістю невиконання підприємницькою фірмою своїх фінансових зобов'язань перед інвестором у результаті використання для фінансування діяльності фірми зовнішньої позики. Таким чином, кредитний ризик виникає в процесі ділових зв'язків фірми з її кредиторами: банками та іншими фінансово-кредитними організаціями; контрагентами; постачальниками і посередниками;

- інвестиційний, пов'язаний зі специфікою вкладення підприємницькою організацією грошових коштів у різні проекти. Даний ризик включає в себе всі можливі ризики, що виникають при інвестуванні коштів;

- валютний як імовірність фінансових втрат у результаті зміни курсу валют, яка може статися в період між підписанням контракту і фактичним здійсненням розрахунків за ним.

Управління ризиками - це специфічна сфера менеджменту, що вимагає знань у галузі теорії фірми, страхової справи, аналізу господарської діяльності суб'єктів підприємницької організації і т. д.

Діяльність підприємця в цій сфері спрямована на захист своєї фірми від наслідків ризику, який загрожує її прибутковості, і сприяє вирішенню основного завдання підприємця - вибрати оптимальний проект діяльності з можливих варіантів.

Управління ризиком можна визначити як процес підготовки і реалізації заходів, метою яких є зниження небезпеки прийняття помилкового рішення і зменшення можливих негативних наслідків небажаного розвитку подій у ході реалізації прийнятих підприємцем рішень. Управління підприємницькими ризиками включає розроблення і реалізацію економічно обґрунтованих для даного підприємства заходів, спрямованих на зменшення вихідного рівня ризику до прийняттого рівня.

У підприємницькій діяльності виділяють такі види втрат від настання підприємницьких ризиків:

- матеріальні, які проявляються в непередбачених підприємницьким проектом додаткових витратах або прямих втратах майна, продукції, сировини, матеріалів. Щодо кожного окремого з перелічених видів втрат використовуються певні натуральні одиниці виміру. Матеріальні втрати доцільно вимірювати в тих одиницях, в яких вимірюється кількість даного виду матеріальних ресурсів;

- трудові, пов'язані із втратами робочого часу, викликані випадковими непередбаченими обставинами. У безпосередньому вимірі трудові втрати виражаються в людино-годинах або просто годинах робочого часу. Переведення трудових ресурсів у вартісний (грошовий) вираз здійснюється шляхом множення трудо-годин на вартість однієї години;

- фінансові - це прямий грошовий збиток, пов'язаний із передбаченими платежами, виплатою штрафів, сплатою додаткових податків тощо. Крім того, фінансові втрати можуть виникнути при недоотриманні або неотриманні коштів з передбачених джерел, при неповерненні боргів, несплаті покупцем поставленої йому продукції, зменшенні виторгу внаслідок зниження цін на реалізовані товари і послуги. Особливі втрати у формі грошового збитку пов'язані з інфляцією, зміною валютного курсу гривні, додатковим до узаконеного вилученням засобів підприємств державний (республіканський, місцевий) бюджет. Поряд з безповоротними можуть бути і тимчасові

фінансові втрати, зумовлені заморожуванням рахунків, несвоєчасною видачею коштів, відстроченням виплати боргів;

- втрати часу виникають у тому випадку, якщо процес підприємницької діяльності йде повільніше, ніж планувалося. Пряма оцінка таких втрат здійснюється в днях, тижнях, місяцях запізнювання в одержанні наміченого результату. І для того щоб перевести оцінку втрат часу у вартісний вираз, необхідно встановити, до яких втрат прибутку від підприємництва здатні призводити випадкові втрати часу;

- спеціальні види втрат проявляються у вигляді завдання шкоди здоров'ю та життю людей, навколишньому середовищу, діловій репутації підприємця тощо. Найчастіше спеціальні види втрат вкрай важко визначити в кількісному, тим більш, у вартісному виразі.

Робота з літературними джерелами

- 1 Дайте визначення ризиків у підприємницькій діяльності.
- 2 Які ризики виділяють за масштабом дії?
- 3 Охарактеризуйте ризик, обумовлений браком інформації.
- 4 Що розуміють під зовнішніми ризиками?
- 5 Що таке внутрішні ризики?
- 6 Що таке точки контролю?
- 7 Які підприємницькі ризики можуть бути віднесені до дії в часі?
- 8 Назвіть види втрат від настання підприємницьких ризиків.
- 9 Дайте визначення управління ризиками.
- 10 Охарактеризуйте фінансові ризики.

Тестові завдання для самоконтролю

Q1 Залежно від джерела небезпеки слід розрізнявати ризики, пов'язані:

- V1 з проявом стихійних сил природи;
- V2 цілеспрямованими діями людини в процесі виробництва матеріальних благ;
- V3 динамікою і логікою розвитку;
- V4 всі відповіді правильні.

Q2 Через виникнення виділяють ризик:

- V1 господарський;
- V2 пов'язаний з особистістю підприємця;
- V3 обумовлений браком інформації;
- V4 всі відповіді правильні.

Q3 За масштабом дії виділяють ризик:

- V1 локальний, що виникає на рівні окремого підприємства;
- V2 глобальний, який є відображенням економічної ситуації країни, в окремих галузях, регіонах;
- V3 господарський;
- V4 всі відповіді правильні.

Q4 За сферою виникнення підприємницькі ризики слід поділяти:

- V1 на зовнішні і внутрішні;
- V2 пов'язані з особистістю підприємця;
- V3 обумовлені браком інформації;
- V4 всі відповіді правильні.

Q5 З точки зору дії в часі, підприємницькі ризики можуть бути поділені:

- V1 на зовнішні і внутрішні;
- V2 пов'язані з особистістю підприємця;
- V3 короткочасні і постійні;
- V4 всі відповіді правильні.

Q6 За наслідками виділяють ризик:

- V1 допустимий;
- V2 критичний;
- V3 катастрофічний;
- V4 всі відповіді правильні.

Q7 За ступенем обґрунтованості ризики поділяють:

- V1 на правомірний і неправомірний;
- V2 критичний;
- V3 катастрофічний;
- V4 всі відповіді правильні.

Q8 За видами діяльності виділяють такі ризики:

V1 виробничий і комерційний;

V2 критичний;

V3 катастрофічний;

V4 всі відповіді правильні.

Q9 Комерційний ризик включає в себе ризики:

V1 кредитний, інвестиційний і валютний;

V2 допустимий;

V3 правомірний і неправомірний;

V4 всі відповіді правильні.

Q10 У підприємницькій діяльності виділяють такі види втрат від настання підприємницьких ризиків:

V1 виробничі;

V2 критичні;

V3 матеріальні, трудові, фінансові, втрати часу і спеціальні види втрат;

V4 всі відповіді правильні.

Тема 8. Напрямки державної підтримки малого та середнього бізнесу в Україні

Важливе значення має фінансово-кредитна підтримка малого підприємництва. Державну політику щодо його фінансового забезпечення слід проводити у напрямі створення розвинутої мережі фінансово-кредитних установ, страхових фірм, інвестиційних та страхових фондів; розвитку товариств взаємного кредитування та страхування; розроблення і впровадження системи стимулювання комерційних банків, які надавали б пільгові кредити малим підприємствам. Доцільно активізувати діяльність Українського фонду підтримки підприємництва, сприяти розвитку регіональних фондів (відділень) для фінансової допомоги суб'єктам малого підприємництва; розробити чіткий механізм направлення певної частини коштів, отриманих від приватизації державного майна, на підтримку малих підприємств; створити систему гарантій для

забезпечення кредитів, що надаються фінансово-кредитними установами суб'єктам малого та середнього підприємництва, які функціонують у пріоритетних напрямках господарської діяльності; забезпечити сприятливі умови для розвитку такої перспективної форми фінансування малого бізнесу, як лізинг.

Фінансове забезпечення розвитку малого та середнього підприємництва може здійснюватися за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів, приватних вітчизняних та іноземних інвесторів. Крім того, для фінансування суб'єктів малого підприємництва державним структурам доцільно використати можливості залучення коштів Світового банку, Європейського банку реконструкції і розвитку, інших міжнародних фінансових організацій.

Одним із значущих напрямків розвитку малого підприємництва є матеріально-технічна та інноваційна підтримка. Забезпечення сприятливих матеріальних умов та інноваційного клімату для розвитку малих підприємств передбачає розроблення і впровадження механізму передачі малим підприємствам виробничих площ і виробничих потужностей, розширення сфери надання робіт і поставок для державних потреб та сприяння забезпеченню їх матеріально-технічними й іншими ресурсами з боку державних структур.

Мале підприємство не може успішно розвиватися без створення розвинутої системи інформаційного обслуговування. Державну підтримку суб'єктів малого підприємництва щодо цього доцільно здійснювати шляхом створення розвинутої мережі консультативних, юридичних, бухгалтерських фірм, регіональних інформаційно-аналітичних центрів тощо.

У сфері зовнішньоекономічної діяльності малих форм господарювання державна політика спрямовується на підвищення їх експортних можливостей, розвиток торговельних, науково-технічних, виробничо-технологічних відносин з іноземними партнерами по бізнесу, створення сприятливих умов для залучення іноземних інвестицій у вітчизняний бізнес.

Держава, спрямовуючи діяльність підприємців на забезпечення високої ефективності в економіці, підтримує їх, захищаючи малі і середні підприємства та їхню власність, контролюючи виконання законів.

Україна офіційно долучилася до європейської програми підтримки малого та середнього бізнесу COSME.

COSME (2014 – 2020) – це програма ЄС, що спрямована на зміцнення конкурентоспроможності та стійкості малих та середніх підприємств, загальний бюджет якої складає 2,3 млрд євро.

Програма COSME – підтримує проекти різноманітної тематики, які включають полегшення виходу на зовнішні ринки, поліпшення умов для конкурентоспроможності, формування культури ведення бізнесу, кластери, туризм, зниження адміністративного тягаря для компаній і захист прав інтелектуальної власності для компаній, що працюють у країнах, які не є членами ЄС. Реалізація проектів у межах COSME також сприятиме просуванню нових можливостей у рамках поглибленої та всеосяжної зони вільної торгівлі як для українських, так і для європейських компаній.

Україна стала восьмою країною за межами ЄС, яка приєдналася до програми COSME. Також серед цих країн є Чорногорія, колишня Югославська Республіка, Македонія, Молдова, Туреччина, Албанія, Сербія та Вірменія.

Наступним кроком для України є ратифікація Угоди парламентом.

Робота з літературними джерелами

1 Дайте визначення Державної політики щодо фінансового забезпечення малого та середнього бізнесу.

2 Вплив інформаційного обслуговування на розвиток малого бізнесу.

3 Охарактеризуйте європейську програму підтримки малого та середнього бізнесу COSME.

4 Охарактеризуйте діяльність Українського фонду підтримки підприємництва.

Тестові завдання для самоконтролю

Q1 Державну політику щодо фінансового забезпечення малого підприємництва слід проводити у напрямі створення:

V1 розвинутої мережі фінансово-кредитних установ, страхових фірм, інвестиційних та страхових фондів;

V2 розвитку товариств взаємного кредитування та страхування;

V3 розроблення і впровадження системи стимулювання комерційних банків;

V4 всі відповіді правильні.

Q2 Фінансове забезпечення розвитку малого та середнього підприємництва може здійснюватися за рахунок:

V1 коштів державного та місцевих бюджетів;

V2 приватних вітчизняних та іноземних інвесторів;

V3 Світового банку, Європейського банку реконструкції і розвитку, інших міжнародних фінансових організацій;

V4 всі відповіді правильні.

Q3 Одним із значущих напрямків розвитку малого підприємництва є:

V1 матеріально-технічний;

V2 інноваційна підтримка;

V3 розвиток зовнішнього ринку;

V4 всі відповіді правильні.

Q4 Державна підтримка суб'єктів малого підприємництва щодо системи інформаційного обслуговування є:

V1 розвинута мережа консультативних, юридичних, бухгалтерських фірм, регіональних інформаційно-аналітичних центрів;

V2 пов'язана з особистістю підприємця;

V3 спрямовується на підвищення їх експортних можливостей;

V4 всі відповіді правильні.

Q5 У сфері зовнішньоекономічної діяльності малих форм господарювання державна політика спрямовується:

V1 на підвищення їх експортних можливостей;

V2 розвиток торговельних, науково-технічних, виробничо-технологічних відносин;

V3 створення сприятливих умов для залучення іноземних інвестицій у вітчизняний бізнес;
V4 всі відповіді правильні.

Q6 COSME (2014 – 2020) – це:

V1 програма США;
V2 програма ТС;
V3 програма ЄС;
V4 всі відповіді правильні.

Q7 Програма COSME підтримує проекти:

V1 виходу на зовнішні ринки;
V2 поліпшення умов для конкурентоспроможності;
V3 формування культури ведення бізнесу;
V4 кластери і туризм;
V5 всі відповіді правильні.

Тема 9. Стратегічні напрямки політики розвитку МСП

1 Стратегічною метою політики уряду є створення умов для максимально повної реалізації потенціалу МСП, який є сукупністю таких специфічних властивостей сектора, а саме:

- спроможність порівняно швидко створювати робочі місця, у тому числі для працівників, які звільняються з великих підприємств;
- гнучкість у плані адаптації до нових ринкових вимог, що має особливе значення в період глибоких структурних змін;
- високий інноваційний потенціал МСП завдяки вузькій спеціалізації виробництва;
- потенціал створення нових секторів економіки, які мають «радикально» інноваційний характер;
- спроможність ідентифікувати нові ринки завдяки наявності потенціалу розширення виробництва та виходу на зовнішні ринки. Реалізація економічного потенціалу МСП сприятиме збільшенню ролі МСП в економіці як у плані виробництва товарів та послуг, так і в зайнятості.

Досягнення зазначених цілей має стати результатом виконання більш конкретних завдань, які полягають у стимулюванні підприємницької активності, створенні сприятливих умов для розвитку бізнесу та здійсненні особливих заходів підтримки суб'єктів малого підприємництва, які мають високий потенціал для зростання. Зокрема, державна політика має забезпечити умови, за яких:

- МСП працюватимуть у конкурентному середовищі, у якому лише ефективні підприємства можуть існувати протягом тривалого часу;
- МСП спроможні конкурувати на глобальних ринках;
- робота державних органів влади спрямована, в основному, на усунення негативних наслідків від недоліків ринку з метою підтримки конкурентного середовища;
- бізнес-об'єднання відіграють важливу роль не лише з позиції впливу на органи влади, а й у взаємодії між учасниками таких об'єднань.

Складовою частиною формулювання цілей та завдань мають бути критерії їх досягнення та виконання.

Індикатором досягнення є такі показники, як частка МСП у загальній кількості економічних агентів, зайнятість у секторі, обсяги реалізованої продукції. При цьому слід також розробити та використовувати якісні показники, які характеризують зростання підприємств (перехід із групи менших до групи більших підприємств), стійкість підприємств.

Індикатором досягнення є збільшення частки МСП, які займаються експортом.

Важливою умовою досягнення наведених вище цілей є забезпечення діалогу влади та бізнесу. Приклад інших країн показує, що бізнес-асоціації часто можуть ефективніше сприяти розвитку МСП, ніж окремі органи влади. Тому додатковою метою державної політики у сфері МСП має бути сприяння розвитку бізнес-асоціацій, а також забезпечення діалогу з ними.

Частина повноважень держави у сфері розвитку МСП може бути передана бізнес-організаціям. Сьогодні лише окремі з них спроможні ефективно виконувати відповідні послуги. Тому вже зараз необхідно спрямовувати зусилля на розвиток відповідних спроможностей бізнес-асоціацій та механізмів. При цьому,

держава може частково фінансувати витрати на реалізацію програм, тоді як решта витрат покриваються або учасником програм, або ж за кошти самої бізнес-асоціації (внески її членів).

Робота з літературними джерелами

1 Дайте визначення стратегічного напрямку політики уряду у розвитку МСП.

2 Назвіть індикатори досягнення основних цілей та виконання завдань у розвитку МСП.

3 Охарактеризуйте завдання державної політики у розвитку МСП.

4 Збільшення ролі малого бізнесу в економіці.

5 Назвіть умови досягнення підвищення конкурентоспроможності МСП.

6 У чому полягає діалог влади та бізнесу?

Тестові завдання для самоконтролю

Q1 Стратегічною метою політики уряду є:

V1 створення умов для максимально повної реалізації потенціалу МСП;

V2 цілеспрямовані дії людини в процесі виробництва матеріальних благ;

V3 динаміка і логіка розвитку;

V4 всі відповіді правильні.

Q2 До специфічних властивостей сектора МСП відносять:

V1 спроможність і гнучкість;

V2 високий інноваційний потенціал;

V3 потенціал створення нових секторів економіки;

V4 спроможність ідентифікувати нові ринки;

V5 всі відповіді правильні.

Q3 Реалізація економічного потенціалу МСП сприятиме:

V1 збільшенню ролі МСП в економіці як у плані виробництва товарів та послуг, так і в зайнятості;

V2 зменшенню ролі МСП в економіці як у плані виробництва товарів та послуг, так і в зайнятості;

V3 не дасть результатів;

V4 всі відповіді правильні.

Q4 Державна політика має забезпечити умови:

V1 для роботи МСП у конкурентному середовищі, у якому лише ефективні підприємства можуть існувати протягом тривалого часу;

V2 спроможність МСП конкурувати на глобальних ринках;

V3 бізнес-об'єднання відіграють важливу роль не лише з позиції впливу на органи влади, а й у взаємодії між учасниками таких об'єднань;

V4 всі відповіді правильні.

Q5 Важливою умовою досягнення підвищення конкурентоспроможності МСП є:

V1 діалог влади та бізнесу;

V2 розвиток бізнес-асоціацій;

V3 передача частини повноважень держави у сфері розвитку МСП бізнес-організаціям;

V4 всі відповіді правильні.

Загальні висновки

Розуміння сутності, принципів бізнес-адміністрування організацій у ринкових умовах дає, з одного боку, чітке уявлення про складність завдань, які постають перед підприємствами в сучасних умовах господарювання, а з іншого, – дають змогу використати бізнес-адміністрування як інструмент менеджменту для функціонування малих підприємств України за умов фінансової кризи, обмеженості матеріальних і фінансових ресурсів, входження у світову економічну систему як рівноправних і професійних партнерів і гідних конкурентів.

З теоретичних позицій мале підприємництво розглядається як особлива форма економічної активності, що передбачає: орієнтацію на досягнення комерційного успіху; інноваційний та

ризиковий характер діяльності; перспективність, спрямування на подальший розвиток, розширення масштабів і сфери діяльності; майнову відповідальність підприємця за результатами господарювання; свободу та самостійність суб'єктів у прийнятті управлінських рішень та здійсненні бізнесу; постійний характер господарської діяльності, укладання регулярних, а не одноразових угод.

Як певний стиль (тип) господарської поведінки мале підприємництво має такі характерні риси: динамічність, цілеспрямованість, наполегливість у здійсненні бізнесу, ініціативність, підприємливість, творче ставлення до справи, пошук нетрадиційних рішень і нових способів дій, готовність до ризику та вміння ним управляти, комунікативність, оперативність, орієнтація на потреби споживачів та їх поведінку на ринку.

Головна (кінцева) мета малого та середнього підприємництва – отримання прибутку. Проміжними цілями їх діяльності є найповніше задоволення споживчого попиту на товари та послуги, зміцнення позицій на ринку, обслуговування певної групи клієнтів (сегмента ринку), підвищення іміджу фірми.

Відсутність сучасного досвіду цивілізованої підприємницької діяльності у підприємців – одна з основних причин фінансового краху більшості малих підприємств. Створення малого підприємства завжди пов'язане з величезним ризиком та переборенням опору, що неминуче виникає при народженні нового.

Становлення малого та середнього бізнесу в Україні - тривалий процес, який має бути поетапним, виходячи з економічного стану країни, існуючих проблем на макро- і мікрорівнях.

Для підвищення ступеня консолідації та координації зусиль необхідно сконцентрувати обмежені ресурси (фінансові, людські, часові) в напрямі підтримки МСБ, збалансувати потреби різних зацікавлених сторін у коротко- та довгостроковій перспективі й розробити комплексні стратегічні фінансово відповідальні рішення.

Спільне розроблення та подальша реалізація заходів щодо підтримки МСБ сприятиме конструктивному діалогу влади та бізнесу. Від розроблення та реалізації стратегії виграють усі основні групи стейкхолдерів.

Регіональні стратегії розвитку МСБ мають будуватись на принципах Акта з питань малого бізнесу для Європи – документа, який визначає ідеологію підтримки МСБ у країнах ЄС. Необхідність цього зумовлена, з одного боку, тим, що цей політичний документ є сукупністю кращих практик, а з іншого – офіційними зобов'язаннями України перед ЄС імплементувати його у практичну діяльність, що визнано передусім Угодою про Асоціацію між Україною та ЄС.

Якість документа залежить від фахового аналізу. Звичайно, тут постає питання спроможності й можливості на місцевому рівні мобілізувати сили відповідних структур. Але без обговорення та погодження документа з представниками бізнесу важко очікувати його конструктивної імплементації. Треба також враховувати, що всі заходи стратегії мають забезпечувати ефективність використання бюджетних коштів.

Рекомендована структура стратегії має включати такі складові: аналіз та SWOT-аналіз сектора МСП в області, мету, передумови, ризики і механізми реалізації, систему цілей, завдань та заходів.

Все це дасть змогу перетворити регіональні стратегії розвитку на дієвий інструмент та зробить політику сприяння розвитку суб'єктів малого та середнього підприємництва постійною, послідовною та комплексною політикою на місцевому рівні.

Список літератури

1 Аналітична доповідь до щорічного звернення Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2015 році».

2 Арустамов, Э. А. Основы бизнеса [Текст]: учебн. для вузов / Э. А. Арустамов, И. К. Дашков.- 3-е изд., перераб. и доп.- К., 2012. - 232 с.

3 Бедринець, М. Д. Фінансове забезпечення діяльності малих підприємницьких структур [Текст]: дис... канд. екон. наук: 08.04.01 / М. Д. Бедринець // Нац. акад. держ. податкової служби України. - Ірпінь, 2004.

4 Бондар, І. О. Моделювання взаємодії між малим підприємством та великим виробничим об'єднанням [Текст] / І. О. Бондар // Коммунальное хозяйство городов: науч.-техн. сб. – К.: Техніка, 2006. – Вип. 73. – С. 280–289.

5 Булакина, О. Н. Потенциал малого предпринимательства: аспекты теории и практики [Текст]: монография / А. Ф. Шуплецов, Т. Г. Краснова, О. Н. Булакина; под ред. А. Ф. Шуплецова. - Иркутск: Изд-во Байкальского гос. ун-та экономики и права (БГУЭП), 2009. – 353 с.

6 Варналій, З. С. Державна регуляторна політика у сфері малого підприємництва [Текст]: монографія / З. С. Варналій, Й. С. Кузнєцова. – К.: НАН України. Ін-т екон. прогнозування, 2002. – 104 с.

7 Варналій, З. С. Інститути фінансової підтримки малого підприємництва України: сутність, генеза, перспективи [Текст] / З. С. Варналій // Вісник Київ. нац. торг.-екон. ун-ту. – 2008. – Вип. 5. – С. 14-24.

8 Варналій, З. С. Основи підприємництва [Текст]: навч. посібник / З. С. Варналій. – К.: Знання-Прес, 2002. – 239 с.

9 Васільєва, Л. М. Розвиток малого підприємництва в зарубіжних країнах [Текст] / Л. М. Васільєва // Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємництво. – 2009. – Вип. 7. – С. 56-60.

10 Великий тлумачний словник сучасної української мови [Текст] / [уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел]. – К.: Ірпінь: ВТФ “Перун”, 2005. – 1728 с.

11 Верхошенских, Е. Б. Проблемы и факторы, влияющие на предпринимательскую среду [Электронный ресурс] / Е. Б. Верхошенских. – Режим доступа: <http://www.econ.asu.ru/pdf/confYprConsult2/verchoshenskih.pdf> (дата обращения: 15.11.2014).

12 Галан, Н. Державна підтримка малих та середніх підприємств в Європейському союзі [Текст] / Н. Галан // Фінанси України. – 2005. – Вип. 5. – С. 13 – 17.

13 Герасимчук, З. В. Малий та середній бізнес як сфера зайнятості: методологія, аналіз, проблеми розвитку [Текст] / З. В. Герасимчук, О. В. Мірошніченко, В. В. Онікієнко / за ред. В. В. Онікієнка. – К.: УІСД, 2002. – 116 с.

14 Господарський кодекс України [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2003. – Вип. 18 / Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua>.

15 Гришина, Н. В. Податкові пільги в контексті стимулювання малого бізнесу та модернізації економіки регіону [Текст] / Гришина Н. В., Гавриленко Н. В. // Економіка. Фінанси. Право. – 2014. – № 8. – С.16 –19.

16 Гришина, Н. В. Проблеми та перспективи взаємодії малих і великих підприємств у промисловості: регіональний аспект [Текст] / Н. В. Гришина // Зб. наук. праць Нац. ун-ту кораблебудування ім. адмірала Макарова. – Миколаїв, 2015. – Вип. 1. – С. 75-80.

17 Звіт про роботу фондів підтримки підприємництва, створених за участю УФПП, за 2015 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ufpp.gov.ua>.

18 Комов, О.И. Статистический подход к оценке потенциала малого бизнеса региона (на примере Центральной России) / [Электронный ресурс] / О. И. Комов, В. Г. Шуметов - Режим доступа: http://morvesti.ru/anonsfile/index.php?news=3120&phrase_id=148.

19 Наумова, Л. Ю. Развитие малого і середнього підприємництва як фактор фінансової стабілізації в державі [Текст] / Л. Ю. Наумова // Фінанси України. – 2001.- Вип.11. – С. 24-29.

20 Офіційний сайт Державного комітету з питань регуляторної політики та підприємництва. Узагальнені звіти про стан виконання регіональних програм розвитку малого підприємництва в Україні за 2006–2013 рр. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dkrp.gov.ua>.

21 Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

22 Податковий кодекс України [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України (ВВР). - 2011. – Вип. 13 – Вип. 17. – Ст. 112 / Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua>.

23 Про державну підтримку малого підприємництва: закон України від 13.04.16 № 1090-VIII [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua>.

24 Рачинська, Г. В. Інфраструктура малого (середнього) бізнесу [Текст]: конспект лекцій для студ. стаціонарної форми навчання для спец. 8. 03060101 «Менеджмент організацій і адміністрування» (за видами економічної діяльності) спеціалізації 9900 «Менеджмент малого і середнього бізнесу» / Г. В. Рачинська, Я. В. Панас — Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2014. — 126 с.