

МАЛІ ПІДПРИЄМСТВА: ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ І ПРИЧИНИ, ЩО ПЕРЕШКОДЖАЮТЬ ПІДВИЩЕННЮ ЇХНЬОЇ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ

Білей-Рубан Н.В.

Малі підприємства в Україні на сьогоднішній день уже стали невід'ємною частиною економіки, завдяки тому, що виконують ряд найважливіших соціально-економічних функцій: забезпечення зайнятості, сприяння процесам демонополізації, приватизації; формування і стимулювання конкурентного середовища, підвищення гнучкості виробництва; зменшення комерційного ризику, забезпечення стабільності суспільства; регулювання попиту, пропозиції і цін і т.п.

Відповідно до Закону «Про підприємства в Україні» і Законом «Про державну підтримку малого підприємництва в Україні», під *суб'єктом малого підприємництва* розуміються новостворені і діючі комерційні організації, у яких середньо облікова чисельність працівників не перевищує 50 чоловік, а обсяги річного валового прибутку не більш 500 тис. євро. У цю категорію попадають і мікро- і міні-підприємства які згідно даних законів мають середньооблікову річну чисельність працюючих не більш 10 чоловік і обсяг валового прибутку не більше 100 тис. євро.[1]

При визначенні середньої чисельності враховуються всі працівники підприємства, у тому числі працюючі по договорох і по сумісництву, з обліком реально відпрацьованого часу.

Оскільки мале підприємство (МП) оцінюється річним валовим прибутком, по обсягу якого і визначається його категорія, чисельність працюючих на такому підприємстві в різних галузях народного господарства не повинні перевищувати граничних рівнів, що регламентуються розглянутими вище законами. Дані рівні приведені в таблиці 1.

Для порівняння також приведені дані по російських і європейських аналогах.

Таблиця 1. Чисельність людей на МП у різних галузях по Україні відповідно до Закону «Про підприємства».

№ п/п	Назви галузей	Кількість людей		
		в Україні	Зарубіжні аналоги	
			в Росії	в країнах ЄС
1	У промисловості і будівництві	до 200	до 100	до 50
2	В інших галузях виробничої сфери (швейна і взуттєва галузь)	до 50	50	до 50
3	У науці і науковому обслуговуванні	до 100	60	-
4	У галузях невиробничої сфери	до 25	-	до 10
5	У роздрібній торгівлі і побутовому обслуговуванні населення	до 15	30	до 10
6	В оптовій торгівлі	-	50	50
7	У транспорті	-	100	50
8	У сільському господарстві	-	60	-

У випадку перевищення МП встановленої Законом чисельності зазначене підприємство позбавляється пільг, передбачених чинним законодавством, на період, протягом якого допущене зазначене перевищення.

До малих підприємств відносяться і підприємства, що виробляють наукомістку продукцію і що займаються інноваційними розробками.

Які перспективи ефективного функціонування МП в Україні?

По-перше, оскільки МП здатні орієнтуватися на різномірний попит, з найбільшим успіхом вони функціонують на невеликих ринкових сегментах, додаючи господарству гнучкість, мобільність, здатність до структурних і технічних зрушень при досить компактних розмірах самого підприємства.

По-друге, фундаментальні зміни в смаках споживачів, технологіях, дають перевагу над великими підприємствами і дозволяють МП брати користь з цих змін у зовнішньому середовищі.

По-третє, завдяки діяльності МП, залучаються до обороту людські, інформаційні, матеріальні, природні і фінансові ресурси, що «випадають» з поля зору великих підприємств.

Отже, виходячи з цього, існування конкурентоздатних МП залежить від ряду факторів, що представлені наступними блоками: якість пропонованої ними продукції залежить від внутрішньої фірмової стратегії, людського фактора і зовнішніх умов. Ці фактори представлені на рисунку 1.



Рисунок 1.- Фактори, що формують конкурентоспроможність підприємства.

Дуже важливими для МП є зовнішні умови. Серед причин, що перешкоджають розвитку конкурентоздатності МП на цьому рівні, на сьогоднішній день чітко проглядаються наступні:

1. Недосконалість законодавства, і зв'язані з цим страх ризику не сприяють розвитку підприємств, особливо тих, котрі засновані на впровадженні нових технологій.
2. Недостатність інформаційного забезпечення МП, тому що більшість з них мають потребу в наданні готових результатів досліджень для збереження ними конкурентоздатності, адже МП не мають достатніх ресурсів (не говорячи про знання) у дослідницькій області.
3. Труднощі налагодження контактів з великими підприємствами з метою використання додаткових ресурсів.
4. Недосконалість політики стимулювання, додаткового фінансування малих підприємств.
5. Істотне збільшення конкурентного тиску, у тому числі і на ринках, що зайняті малим бізнесом, у зв'язку з відкритістю національних ринків і зближення України з Європою.
6. Впровадження європейських норм і стандартів у технічній сфері, яких МП не в змозі дотримувати.
7. Збільшення важливості володіння сучасними технологіями керування, аналізу, маркетингу, які поки недоступні для більшості МП.

Для стійкого існування малих підприємств на ринку, стає значимим людський фактор. Тому що він задіяний і в розробці методів забезпечення надійності підприємств, і в адаптації різних програм підвищення якості роботи, а також повинний бути здатним оцінити можливості підприємства з метою попередження різних втрат від будь-яких видів браку, чи в продукції, чи в організації керування. Це означає, що для

успішного розвитку діяльності МП і його стабільного існування потрібні працівники, які одночасно мають і достатній досвід, і спеціальні знання, і проявляють ініціативу. Проведений аналіз показує, що саме МП здатне найбільшою мірою використовувати активність працюючих, брати користь з цих можливостей і розробляти нові важелі стимулювання творчої активності.

Отже, забезпечення ефективної роботи МП на цьому рівні прямо залежить від особистих якостей власника і всіх працюючих, особливо при формуванні внутрішньої фірмової стратегії підприємства, складовою якої і є формування стилю керівництва цінової політики, розробка системи керування якістю, керування матеріальними потоками і технологією. Як видно з рис.1, щоб задовольнити запити споживачів усі блоки (фактори) повинні бути взаємозалежні, і функціонувати як одне ціле.

Виходячи з аналізу функцій, що повинні виконувати МП, перспектив їхнього розвитку й аналізу бар'єрів на шляху досягнення їхньої конкурентоздатності, можна виділити ряд характеристик сучасних МП на Україні. У табл. 2 приведений такий набір по наступних градаціях: персонал, процес, ресурси, якість, ринок, інформаційне забезпечення, нормативне забезпечення.

Таблиця 2. Характеристики сучасних МП на Україні.

<i>персонал</i>	<i>процес</i>	<i>ресурси</i>	<i>якість</i>	<i>ринок</i>	<i>інформаційне забезпечення</i>	<i>нормативне забезпечення</i>
Вимоги до кваліфікації і досвіду працюючих формують власник	Можливі гнучкість технологічного процесу	Максимально і досить раціонально використовуються матеріальні ресурси	Прагнення задовольнити потреби споживача	Гнучке реагування на зміни вимог споживачів і попиту	Низький рівень документації в системі інформаційного забезпечення	Можливим є забезпечення безпеки продукції і екологічність процесів
Мінімально використовується ініціатива працюючих	Недостатній аналіз характеру і наслідків відмовлень на стадії виробництва	Недостатньо фінансових ресурсів	Присутні прості методи контролю якості готової продукції	Часткове планування асортименту	Інформаційне забезпечення й організація обміну досвідом здійснюється за рахунок особистих зв'язків	Часткова узгодженість вимог НД до складових продукції і виробництва
Мінімальне використання методів і засобів мотивації	Не використовуються статистичні методи контролю технологічного процесу	Недостатні можливості безперервного забезпечення матеріалами, сировиною, комплектуючими	Недосконала політика в області якості	Уразливі перед конкурентами	Підготовка і прийняття управлінських рішень залежать від особистих якостей власника	Мінімальне використання нормативних документів і можливостей для формування бази даних для НД
Відсутні програми навчання і підвищення кваліфікації	Нестабільність процесів	Відсутні програми витрат на якість	Відсутня система якості	Немає контролю над ринком	Відсутні можливості формування банку даних і нагромадження інформації з врахуванням спеціальної технічної інформації	Відсутня система якостей з випуску високоякісних і безпечних товарів

Література

1. Закон України "Про підприємства в Україні" (щодо класифікації підприємств) від 17.06.2002р. №1216.

