

2. Шемаєва Л.Г. Економічна безпека підприємств у стратегічній взаємодії з суб'єктами зовнішнього середовища: автореф. дис. ... канд. екон. наук / Л.Г. Шемаєва // ВНЗ «Ун-т економіки та права «КРОК». – К., 2010. – 39 с.

3. Мунтіян В.І. Економічна безпека України / В.І. Мунтіян. – К. : КВІЦ, 1999. – 463 с.

4. Дем'яненко Г.Є. Економічна безпека торговельного підприємства: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.07.05 / Г.Є. Дем'яненко // Донецький держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк, 2003. – 18 с.

5. Коупленд Т. Стоимость компаний: оценка и управление. – 3-е изд., перераб. и доп. / Т. Коупленд, Т. Коллер, Дж. Мурин; пер. с англ. – М.: Олимп-Бизнес, 2005. – 576 с.

В статье предложено выполнять оценку финансовой безопасности предприятия на основе соотношения его фактической и эталонной стоимости. Эталонная стоимость определяется как стоимость, которую может иметь предприятие при условии устранения всех угроз и опасностей. Разработанные методические подходы к определению эталонной стоимости на основе величины эталонной прибыли, которая учитывает недополученные денежные потоки вследствие несоответствия показателей финансового состояния их нормативным значениям.

Ключевые слова: ликвидность, платежеспособность, стоимость бизнеса, финансовая безопасность, денежный поток, прибыль.

In the article it is suggested to execute estimation of financial safety of enterprise on the basis of correlation of his actual and standard cost. A standard cost is determined as a cost which can have enterprise on condition of removal of all threats and dangers. Developed methodical approaches to determination of standard cost on the basis of size of standard income which takes into account the received less money streams as a result of disparity of indexes of the financial state by their normative value.

Key words: liquidity, solvency, business cost, financial safety, money stream, income.

Надійшло 07.09.2011.

УДК 334.012.23

В.О. Орлова

ОСНОВНІ НАПРЯМИ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

Обґрунтовано необхідність та визначено особливості стимулювання розвитку малого бізнесу. Виокремлено заходи та напрями стимулюючого впливу держави за урахування умов функціонування малих підприємств.

Ключові слова: малий бізнес, державна підтримка, заходи стимулювання.

Малий бізнес (МБ) як різновид підприємництва являє собою феномен сучасної ринкової економіки. Він розглядається як специфічна форма реалізації підприємницького потенціалу у вигляді відносно невеликих підприємств, представлених у різних галузях. Розвиток МБ є передумою

вою нормального функціонування і сталого зростання будь-якої економіки, побудованої на принципах вільного ринку. Це зумовлено, принаймні, двома обставинами: по-перше, МБ являє собою самостійний сектор, який виробляє товари і послуги, забезпечує зайнятість, поповнює державний бюджет тощо, по-друге, МБ виконує низку специфічних, властивих тільки йому функцій, значущість яких у сучасних умовах постійно зростає, що перетворює малі підприємства на один з найважливіших структурних елементів господарського комплексу.

Проблема розвитку МБ сьогодні актуальна для всіх країн з ринковою економікою, незалежно від рівня їх економічного розвитку. Це пов'язано, насамперед, з необхідністю подолання наслідків глобальної економічної кризи, а також модернізації існуючих нині моделей економічних систем. МБ виконує і роль «індикатора» ефективності змін (дозволяє визначити їх напрями), і роль «каталізатора» перетворень економіки.

Підвищена актуальність розвитку МБ для України, окрім згаданих причин, обумовлена недосконалістю існуючого підприємницького середовища, недовикористанням прогресивного потенціалу малих підприємств, а також загостренням проблем зайнятості і бюджетного дефіциту. Незважаючи на численні проблеми і загальну несприятливість ситуації, малі підприємства зайняли в економіці України важливе місце, задовольняючи великий спектр суспільних потреб. Тому держава має всіляко сприяти підвищенню життєздатності МБ, його розвитку як самостійної «сили» економіки.

Ураховуючи, що держава відіграє в розвитку МБ визначальну роль, сучасна наука обґрунтовує важливість специфічної державної підтримки малих підприємств. Однак через погіршення умов функціонування і, особливо, ускладнення розвитку МБ слід розширити існуючу область теоретичних досліджень і практичних розробок за рахунок постановки питання про стимулювання розвитку МБ з боку держави. Це відповідає сучасним уявленням про підприємницьку політику. Так, Дж. Айзенберг підкреслює важливість прямої і непрямої підтримки малих підприємств з боку уряду, «... що створює сприятливі умови і живильне середовище» [1, С. 42]. Автор відзначає, що «екосистеми» підприємництва стали потужним засобом підйому економіки у різних країнах, однак успіху домагалися лише там, де зусилля уряду були найбільш сконцентрованими, відповідали реаліям, створюючи вагомий стимул для розвитку малих підприємств [1]. С. Саммут стосовно умов Франції розглянув методи включення «молодих» малих підприємств в економічне середовище. Автор підкреслює важливість надання малим підприємствам послуг, зосередження зусиль різних місцевих організацій, що діють у сфері підтримки МБ. Дослідник вважає, що масштаби і якість державної підтримки повинні змінитися, має збільшуватись її стимулюючий вплив [2]. М. Смірнов, О. Шестоперов, А. Шестоперов і О. Шамрай, розглядаючи один з найважливіших методів підтримки малих підприємств (кредитування), вважають, що державна підтримка має бути більш активною і сприяти саме розвитку МБ як сектора економіки [3]. А. Івантер [4] і Е. Акерман [5] на прикладі Росії піднімають низку проблемних питань у стимулюванні розвитку МБ в умовах трансформаційної економіки, які актуальні донині. Це підтверджується дослідженнями К. Зоїдова, Є. Моргунова і К. Біджамова [6] та І. Ман-

цурова (із співавторами) [7]. Незважаючи на велику увагу до розвитку і державної підтримки МБ, у цій сфері залишаються невирішеними кілька важливих проблем теоретико-методологічного, концептуального і методичного характеру. Зокрема, не пояснено сутність і особливості стимулювання розвитку МБ із боку держави, не визначено відповідні напрями державного впливу.

Мета роботи полягає у визначенні комплексу напрямів стимулювання розвитку МБ з боку держави.

Державна підтримка МБ звичайно розглядається як надання допомоги малим підприємствам у їх діяльності, спрямованої на подолання труднощів, іманентних цьому різновиду підприємництва, а також сприяння у вирішенні специфічних проблем, що виникають. Термін «підтримка» використовується також для позначення самих заходів, які розглядаються як допомога малим підприємствам. Напрями і зміст заходів підтримки звичайно визначаються на підставі оцінки «слабких» місць малих підприємств, їх онтологічних недоліків, що породжують обмеження у здійсненні господарської діяльності. Зазвичай виділяють такі недоліки МБ: 1) труднощі у протистоянні складному адміністративному (регуляторному) і правовому середовищу; 2) недостатня управлінська кваліфікація керівників бізнесу (які одночасно є його власниками і несуть ризик), а також небажання або неможливість делегувати управлінські повноваження кваліфікованим менеджерам; 3) труднощі мобілізації достатніх ресурсів для здійснення господарської діяльності на тому рівні, який дозволяє забезпечити її ефективність; 4) вузькі можливості залучення додаткових обігових коштів, невеликий спектр інструментів фінансування бізнесу; 5) неможливість використання складних технологій через невелику кількість працівників (а також обмеженість фінансових ресурсів) і користування комерційними послугами через невеликі масштаби діяльності; 6) невеликі можливості в освоєнні нових ринків збуту продукції, у тому числі виході на зовнішні ринки; 7) труднощі налагодження партнерських відносин і збуту продукції на великій відстані від місця знаходження бізнесу та ін.

Виходячи із цього, державна підтримка покликана компенсувати ці труднощі і сприяти у подоланні кон'юнктурних проблем, а також створити «полегшені» умови діяльності малих підприємств. Найчастіше така підтримка набирає форми: надання податкових пільг; видачі більш дешевих кредитів; надання консультаційних послуг; інформаційного забезпечення; створення комунікаційних мереж для співробітництва; спрощення процедур реєстрації, подання бухгалтерської та податкової звітності, проходження перевірок; навчання персоналу; удосконалення підприємницької інфраструктури тощо. Усі ці заходи спрямовані на те, щоб малі підприємства могли більш легко увійти на ринок та закріпитися на ньому, опанувати необхідні компетенції та стати життєздатними. Розрахунок йде на те, що підприємці, які створюють малі підприємства, від самого початку мотивовані на високу активність, тому що мають пряму зацікавленість і ризикують власними коштами. За достатньої підтримки малі підприємства, спираючись на власні переваги, можуть сформувати конкурентні переваги і будуть спроможні конкурувати з великим бізнесом. МБ, на відміну від великого, досить обмежено може використо-

увати переваги економії на масштабі. Продукт великих підприємств завжди буде більш дешевим і, отже, більш конкурентоспроможним. Однак ця перевага виявляється не на всіх ринках, особливо у сфері надання послуг. Великі підприємства менш гнучкі і не можуть швидко переорієнтувати свою діяльність відповідно до змін ринкової кон'юнктури. Вони з відносно низькими витратами можуть виробляти великі обсяги продукції, але ця продукція буде стандартизована (можливі лише невеликі відхилення, але партії однаково мають бути досить великими). Там, де існує потреба в оригінальній продукції, що відповідає специфічним вимогам конкретного споживача, діяльність великого бізнесу обмежена (якщо мова не йде про великі вироби, для яких необхідне капітало- і трудомістке виробництво). Тут можуть діяти малі підприємства, які є гнучкими, орієнтованими на ризик і динамічні зміни. Вони легко вгадують запити споживачів, адже наближені до них, можуть безпосередньо взаємодіяти з клієнтами у процесі виготовлення продукції. За деякими видами послуг МБ має практично абсолютну перевагу, коли створення великих структур є недоцільним.

Для держави важливо, щоб МБ не просто стабільно функціонував, але і інтенсивно розвивався. Для цього необхідно створити такі стимули, які б перевершували оцінку потенційних об'єктивних труднощів. У зв'язку з цим державна підтримка МБ набуває нової якості і може бути інтерпретована як стимулювання. Якщо підтримка — це прояв «турботи» про МБ, то стимулювання — це підтримка з метою добитися певних змін. Вона є більш вираженою, має конкретні цілі і регуляторний вплив. У загальному сенсі стимулювання розвитку МБ має розумітися як створення додаткових стимулів до розвитку малих підприємств, посилення й активізація певних змін у їх діяльності. За своєю суттю, стимулювання — це вплив держави на малі підприємства через створення певних стимулів. Однак це має відбуватися поряд з наданням більш широких можливостей для діяльності, щоб вплив стимулів викликав реальні зміни. Необхідно враховувати, що розвиток МБ може мати різні прояви, які в цілому будуть пов'язані з якісними змінами, перетвореннями, удосконаленням тощо. Ці прояви можуть бути такі: 1) посилення певних дій МБ, головним чином, розробки продуктових інновацій; 2) розширення сфери функціонування МБ на нові галузі і сфери економіки, освоєння нових видів господарської діяльності; 3) використання більш досконалої платформи для господарської діяльності, у тому числі нових технологій (бізнес-технологій) і нових інструментів партнерства; 4) розширення та інтенсифікація взаємодії з великим бізнесом для використання переваг співробітництва; 5) набуття нових компетенцій за рахунок підвищення кваліфікації співробітників, впровадження технологічних та організаційних інновацій; 6) систематичне зростання сектора та ін. Розвиток завжди означає диверсифікацію здатностей малих підприємств, у тому числі підвищення їх конкурентоспроможності.

Необхідність стимулювати розвиток МБ для держави зумовлена декількома причинами. По-перше, спираючись на ті функції, які МБ виконує у ринковій економіці, держава може суттєво пожвавити економічну активність та інноваційні процеси, покращити підприємницький клімат і підвищити рівень конкуренції. Наслідками розвитку сектора МБ

обов'язково стане поява нових робочих місць, збільшення відрахувань до бюджету, зростання споживчого попиту і попиту на капітал. По-друге, держава може використовувати МБ для втілення нової моделі економіки (тобто у здійсненні реформ). Малі підприємства легше адаптуються до змін, досягаючи при цьому економічної ефективності. Вони можуть сприяти демонополізації ринків і своєю діяльністю викликати прогресивні структурні та інституційні зміни. По-третє, держава може підвищувати рівень задоволення суспільних потреб за рахунок проникнення малих підприємств у нові сфери діяльності, а також зниження цін на ті товари і послуги, які раніше надавалися великими підприємствами. МБ може заповнити в економіці інституціональний «вакуум», забезпечити виникнення необхідних соціальних зв'язків та сприяти зміні економічних відносин.

Стимулювання розвитку МБ – це цілеспрямована політика активізації підприємницького потенціалу, яка передбачає зміну характеру інструментів підтримки малих підприємств, а також реалізацію нових, принципово інших підходів. Умовами ефективності такої політики є: 1) чітка специфікація; 2) підвищення якості інститутів; 3) диференційований підхід у підтримці; 4) адекватність стимулюючого впливу; 5) пошук і використання додаткових резервів підвищення рівня і коригування векторів підприємницької активності; 6) широка взаємодія органів влади з МБ (об'єднаннями та окремими підприємствами).

Розвиток МБ у кожній галузі має свою специфіку, якій мають відповідати заходи стимулювання, що використовуються. У зв'язку з цим усі заходи мають поділятися на універсальні й специфічні. До їх розробки, окрім органів влади, прерогативою яких є підтримка МБ, мають залучатися широкі академічні кола, об'єднання підприємців, ініціативні групи та ін. Дієвість політики стимулювання багато в чому залежить від економічного контексту, який передбачає наявність декількох обставин, а саме: лібералізації господарської діяльності (свобода дій підприємців), активізації вільної конкуренції на ринках (антимонопольна політика) і дерегуляції, розширення доступу до капіталу (кредити, венчурний капітал, пільгове фінансування), послаблення фіскального тиску, спрощення адміністративних процедур і здешевлення державних послуг, зміцнення гарантій захисту власності тощо. Усе це потребує відповідних інституціональних перетворень, які мають реально забезпечувати покращання умов функціонування бізнесу. При цьому не менш важливе значення має стабільність цих умов при високому рівні їх сприяння підприємництву. Інституціональне оформлення заходів щодо стимулювання розвитку МБ передбачає створення спеціальних інститутів розвитку, які можуть розглядатися як додаток до інститутів підтримки. Ними можуть бути нормативні активи чи органи влади, що сприяють розвитку МБ.

Слід зазначити, що стимулювання розвитку МБ повинно мати різний характер у різних фазах економічного циклу. Так, у період економічного підйому, коли підвищується попит, зростає рівень доходів малих підприємств і знижується ризик, держава може використовувати стимулювання як спосіб регулювання розвитку МБ. У зв'язку з цим стимули застосовуються для того, щоб забезпечити виконання малими підприємствами певних вимог, які можуть стосуватися: екологізації діяльнос-

ті (дотримання більш високих екологічних стандартів); підвищення рівня оплати праці; інноваційної активності тощо. В умовах економічної кризи стимулювання здобуває якість традиційної підтримки і спрямоване на те, щоб зберегти МБ. Після проходження періоду гострого погіршення стану економіки стимулювання, покращуючи умови функціонування МБ на фоні інших секторів, повинно підвищити його активність. Це може супроводжуватися розширенням сфери діяльності малих підприємств, впровадженням нових бізнес-технологій, набуттям нових компетенцій і т. п., що буде забезпечувати зростання МБ і позитивно впливати на стан усієї економіки.

Як було відзначено раніше, стимулювання відрізняється від підтримки якісно, масштабами допомоги, що надається, і наявністю додаткових регуляторних вимог. Тому спектр методів порівняно із традиційною підтримкою має суттєво розширюватись, що зумовлене необхідністю створення реальних стимулів для малих підприємств. При цьому всі ці методи підтримки і стимулювання мають бути погодженими і поєднуватися в єдиний комплекс. З іншого боку, він має бути не тільки максимально широким, але і обґрунтованим, адаптованим до умов конкретної галузі (виду економічної діяльності), де значущість тих або інших інструментів підтримки може різнитися. Реалізація заходів стимулювання передбачає розробки спеціальної програми, яка, крім усього іншого, повинна відповідати не тільки поточним, а й перспективним проблемам малих підприємств, які, як передбачається, виникнуть у майбутньому.

Отже, заходи стимулювання повинні мати виражений ефект, спонукати до активності і змін, що не характерно для традиційної «пасивної» підтримки (наприклад, спрощення системи оподаткування, звітності і процедур реєстрації мають бути обов'язковими). Здається, що методами стимулювання мають стати: 1) податкові пільги, а саме податкові «канікули»; 2) безпроцентне кредитування і венчурне інвестування; 3) часткове фінансування і субсидування (наприклад, при покупці технологій); 4) підготовка кадрів; 5) інвестиційні гранти; 6) допомога на оплату консультаційних та інших послуг; 7) технічна підтримка у проведенні досліджень і розробок, наданні спеціальної інфраструктури, а також в інвестиційній діяльності; 8) покриття витрат на експертизу та отримання охоронних документів (патентів) та ін. Світова практика дає великий вибір методів стимулювання. Головне, щоб ці методи були значущі для МБ, використовувалися комплексно і погоджено. Заходи, які реалізуються державою в інших сферах соціально-економічної політики, не повинні негативно впливати на розвиток МБ і бути пристосованими до потреб таких підприємств.

Проведений аналіз наукових досліджень, а також емпіричні пошуки дозволили встановити основні напрями стимулювання розвитку МБ у сучасних умовах, а саме: 1) створення середовища успіху для малих підприємств (доступ до капіталу, можливості, культура); 2) допомога у повторному створенні бізнесу після банкрутства; 3) допомога у розробці бізнес-планів і проектів, у тому числі тих, що реалізуються малими підприємствами у співробітництві; 4) всебічна підтримка лідерства у середовищі МБ; 5) удосконалення підприємницького потенціалу (навчання, інформування); 6) активізація «здорового» суперництва (конкурентний розпо-

діл грантів, призові фонди за інновації); 7) вихід на зовнішні ринки; 8) практичне втілення і комерціалізація інновацій; 9) допомога в адаптації до технологічних змін і протистоянні екологічним викликам; 10) підтримка діяльності МБ на нових, швидкозростаючих ринках, у тому числі у галузях інфраструктури; 11) залучення висококваліфікованих людей і молоді у підприємницький сектор. За кожним напрямом має формуватися відповідна комбінація методів стимулювання, яка створює специфічні стимули. Стимулювання розвитку МБ може (а в умовах транзитивних економік навіть повинне) забезпечуватися у контексті проведення економічних реформ, у тому числі тих, що орієнтовані на перетворення підприємницького середовища. Важливо також урахувувати загальні політичні умови ефективного стимулювання, у тому числі: ставлення влади до МБ, реальне усвідомлення його ролі і значущості; відкритість влади для бізнесу; діяльність політичних сил і громадських організацій щодо захисту інтересів бізнесу; створення ефективних інституціональних структур, пов'язаних з підприємництвом тощо.

В Україні дотепер не сформовано системи стимулювання розвитку МБ, на практиці створені лише окремі умови для сприяння малим підприємствам. У цілому ж їх можливості (діяльності і залучення капіталу) залишаються досить обмеженими. На тлі падіння попиту існують реальні загрози згортання сектора МБ, особливо на ринках, де найбільшою мірою зосереджені малі підприємства. Тому об'єктивно необхідно спрямувати їх активність у нові сфери, підтримуючи ініціативу і новаторство. Це вимагає запровадження нового підходу до розвитку МБ.

Висновки. Таким чином, важливим завданням економічної політики держави є забезпечення розвитку МБ. Тому, окрім традиційної державної підтримки, необхідним є додаткове стимулювання, яке виявляється у зміні характеру, збільшенні масштабу допомоги малим підприємствам, а також здійсненні певного регулюючого впливу. Створення стимулів розвитку МБ передбачає використання цілого комплексу методів, який є більш різноманітним порівняно з інструментарієм традиційної підтримки. Напрями стимулювання розвитку враховують сутнісні особливості підприємництва у сучасній ринковій економіці та актуальні проблеми прогресу сектора МБ. У перспективних дослідженнях за цим напрямом передбачається розробити методологічні засади оцінки умов розвитку МБ.

Список використаної літератури

1. Isenberg D.J. How to start an entrepreneurial revolution / D.J. Isenberg // Harvard business rev. — Boston, 2010. — Vol. 88. — № 6. — P. 41–50.
2. Sammut S. Comment aider les petites entreprises jeune? / S. Sammut // Rev. fr. de gestion. — P., 1998. — № 121. — P. 28–41.
3. Смирнов М. Кредитование малого предпринимательства / М. Смирнов, О. Шестоперов, А. Шестоперов, А. Шамрай // Общество и экономика. — 2010. — № 6. — С. 49–65.
4. Ивантер А. Не роскошь, а средство развития / А. Ивантер // Эксперт. — М., 2003. — № 12. — С. 50.
5. Аккерман Е. Мозги за прилавок / Е. Аккерман // Экономика и жизнь. — М., 2003. — № 16. — С. 1.
6. Зойдов К.Х. Особенности эволюции малого и среднего инновационного предпринимательства кризисной экономики в постсоветском

пространстве: монографія / К.Х. Зоидов, Е.В. Моргунов, К.В. Биджамова. — М.: ЦЭМИ РАН, 2009. — 152 с.

7. Розвиток малих підприємств (статистичне оцінювання впливу на економічне зростання та конкурентоспроможність країни): монографія / І.Г. Манцуров, С.С. Ващаєв, С.Г. Дрига та ін.; за наук. ред. І.Г. Манцура. — К.: КНЕУ, 2009. — 181 с.

Обоснована необходимость и определены особенности стимулирования развития малого бизнеса. Выделены меры и направления стимулирующего влияния государства при учете условий функционирования малых предприятий.

Ключевые слова: *малый бизнес, государственная поддержка, меры стимулирования.*

In the article was justified the necessity and defined features of stimulate small business development. Selected measures and directions of the stimulating effect of the state taking into account the conditions of small businesses.

Key words: *small business, government support, measures of stimulation.*

Надійшло 15.09.2011.

УДК 339.16:006.83

В.А. Павлова

О КАЧЕСТВЕ ПРОДУКЦИИ В КОНТЕКСТЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

В статье обобщены проблемы формирования и государственного регулирования продовольственной безопасности Украины, направления и условия ее достижения, обоснования проверки качества пищевых продуктов как основы безопасности их потребления.

Ключевые слова: *продовольственная безопасность, качество, пищевые продукты, объекты и субъекты продовольственной безопасности, безопасность потребления.*

Продовольственная безопасность играет важную роль в обеспечении жизненно важных интересов любого государства. Создание развитого и соответствующего цивилизованному обществу продовольственного рынка является обязательным условием развития общества и государства.

Этот постулат особенно важен в современных условиях, когда безопасность продуктов питания становится одним из наиболее значимых факторов обеспечения жизнедеятельности человека и его здоровья. Исходя из этого, вопросы производства качественной продукции и сохранения ее свойств являются актуальной проблемой современного этапа развития экономики.

Это связано с тем, что товарное предложение из-за роста удельного веса некачественных товаров и услуг становится небезопасным и таким образом влияет на здоровье нации, а потому проблема приобретет государственное значение. Решение проблемы может происходить как путем повышения требований со стороны государства к производителям и по-