Ірина КОРОГОД

Î Ö² Í ÊÀ Ð Î ÇÂÈÒÊÓ ÑÅÐÅÄ Î ÂÈ Ù À Ì ÀË Î Ã Î Á²Ç Í ÅÑÓ Â ÐÅà² Î Í ²

Досліджено стан та перспективи діяльності малого бізнесу в регіоні на прикладі Чернігівської області. Проаналізовано основні сильні та слабкі сторони розвитку сфери малого підприємництва, виявлені загрози і можливості для подальшого його функціонування.

Малий бізнес відіграє роль своєрідного рушія в процесі оптимізації структури регіональної економіки, здійснює суттєвий вплив на структурні трансформації господарського комплексу регіону. Для регіонів України, які не володіють значним виробничим потенціалом, розвиток малого бізнесу може сприяти економічному зростанню та вирішенню соціальних проблем. Саме тому оцінка факторів, що мають негативний влив на функціонування малого підприємництва, визначення пріоритетних напрямків та перспектив його розвитку *мають важливе значення* в сучасних економічних умовах.

Вагомий внесок у дослідження стану малого підприємництва, проблемні аспекти його розвитку та державного регулювання зробили вітчизняні і зарубіжні науковці, серед яких: А. М. Асаул, І. Г. Брітченко, М. П. Бутко, З. С. Варналій, Л. І. Вороніна, В. М. Геєць, В. В. Девятка, О. В. Долгальова, Г. В. Козаченко, Е. М. Коротков, І. Ю. Купріянова, В. Ю. Медяник, Т. В. Пепа, Н. І. Полтарак, Г. М. Рижакова, В. П. Удовиченко, Г. М. Франовська, А. Хоскинг, А. В. Череп, Л. Г. Чернюк, С. М. Шкарлет та ін. У наукових працях цих вчених відображено теоретичні та практичні аспекти розвитку і функціонування малого бізнесу, висвітлено його проблеми і окреслено можливі шляхи їх вирішення.

Зважаючи на те, що комплексне дослідження стану функціонування малого бізнесу Чернігівщини за допомогою СТЕП та SWOT-аналізів з подальшою побудовою матриці стратегічних цілей не проводилось, та враховуючи вирішальну роль малого бізнесу для розвитку регіонів, вивчення внутрішнього та зовнішнього середовища цієї сфери діяльності потребують поглибленого дослідження.

Мета статті – проаналізувати і систематизувати фактори впливу на малий бізнес, визначити основні стратегічні орієнтири та заходи для мінімізації негативного впливу зовнішніх та внутрішніх факторів для розвитку малого бізнесу в конкретному регіоні.

Протягом останніх років у Чернігівській області спостерігаються неоднозначні тенденції розвитку малого бізнесу. На фоні різкого зменшення кількості малих підприємств на 10 тис. населення (37 од. у 2010 р. та 52 од. у 2009 р.) [1], чисельності зайнятих працівників (на 1,3 тис. менше, ніж у 2009 р.) спостерігаються збільшення обсягів реалізованої продукції (5354,1 млн. грн. у 2010 р. проти 4794,4 млн. грн. у 2009 р.), а також зменшення розміру чистого збитку від діяльності суб'єктів малого бізнесу (на 4,5 млн. грн. у 2010 р. менше, ніж у 2009 р.).

Враховуючи вищезазначене, подальше визначення стратегії розвитку малого бізнесу Чернігівщини повинно будуватися з урахуванням множини всіх факторів, які безпосередньо чи опосередковано впливають на цю сферу економіки.

© ²ðèíà Êîðîâîä, 2012.

Для досягнення визначеної мети проаналізуємо спочатку зовнішнє середовище підприємництва за допомогою СТЕП-аналізу [2]. Застосуємо видозмінений метод: замість політичних чинників розглянемо інституційні та додатково проаналізуємо екологічні чинники. Зовнішнє середовище малого бізнесу представлене 5 групами чинників, структурованими за їх значимістю (табл. 1).

Таблиця 1

STEP-аналіз зовнішнього середовища малого бізнесу

Інституційні чинники		***Економічні чинники***	
Негативні	*Позитивні*	*Негативні*	*Позитивні*
1. Недосконалість нормативно-правової бази в сфері регулювання підприємницької діяльності.	1. Значний масив законодавчих актів, що регулюють діяльність у сфері підприємництва.	1. Кон'юнктурні коливання ринку. Низька платоспроможність ринку.	1. Протягом останніх років спостерігається тенденція до збільшення рівня ВВП.
2. Велика кількість регуляторних актів місцевих органів влади	2. Наявність національної та регіональних програм підтримки підприємництва. 3. Розгалужена управлінська структура підприємницької діяльності.	2. Погіршення інвестиційного клімату. 3. Збільшення вартості енергоносіїв. 4. Високі відсоткові ставки за користування кредитами.	2. Зниження зареєстрованого рівня безробіття. 3. Відносно низький рівень інфляції. 4. Стабільний протягом кількох років курс валют.
Соціальні чинники		***Науково-технічні чинники***	
Негативні	*Позитивні*	*Негативні*	*Позитивні*
1. Складна демографічна ситуація. 2. Низька тривалість життя. 3. Невідповідність структури попиту і пропозиції на ринку праці. 4. Низький рівень заробітної плати в більшості областях країни.	1. Наявність висококваліфікованих кадрів. 2. Соціальна стабільність. 3. Позитивна динаміка розвитку інфраструктури.	1. Низька питома вага підприємств, що займаються інноваціями. 2. Продукція, що відноситься до 5-го та 6-го технологічного укладу, становить лише 4% від загального обсягу. 3. Недосконала структура витрат на інновації.	1. Наявність державної програми розвитку внутрішнього ринку. 2. Пріоритети в інноваціях.
Екологічні чинники			
Негативні		*Позитивні*	
1. Збільшення обсягів викидів забруднюючих речовин в атмосферне повітря стаціонарними джерелами. 2. Накопичення відходів від сільськогосподарської діяльності.		1. Значний рекреаційний потенціал, велика кількість рік, підземних вод, штучних водоймів, лісів, земель сільськогосподарського призначення. 2. Наявність перспективних родовищ корисних копалин.	

Дослідження зовнішнього середовища, не достатнє для об'єктивної оцінки сучасного стану та перспектив розвитку малого бізнесу, вимагає аналізу внутрішнього середовища. З цією метою застосуємо SWOT-аналіз діяльності малих підприємств на прикладі Чернігівської області [5]. Можливості та загрози для малого бізнесу регіону з позиції сильних і слабких сторін наведені в табл. 2.

Таблиця 2

SWOT-аналіз розвитку малого бізнесу Чернігівської області

	Позитивний вплив	***Негативний вплив***
	Сильні сторони (S)	***Слабкі сторони (W)***
ВНУТРІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ	1. Мобільність, швидка адаптивність, маневреність малого бізнесу. 2. Потужний сегмент ринку праці (більше третини від загальної кількості працюючих області зайняті у сфері малого бізнесу). 3. Наявність регіональних та місцевих програм підтримки підприємництва з обов'язковим виділенням коштів з відповідних бюджетів на реалізацію заходів програм. 4. Зростання обсягів реалізованої продукції суб'єктами малого бізнесу (за підсумками 2010 р. становить майже чверть від загального обсягу реалізації). 5. Суттєвий вплив на формування соціальної складової суспільства (створення нових робочих місць, популяризація підприємницької діяльності).	1. Низька кількість малих підприємств на 10 тис. населення (23 місце по Україні). 2. Відчутна територіальна диференціація розвитку малого бізнесу (у 2010 р. кількість малих підприємств на 10 тис. населення варіювала в межах 11 – 67 од. у районному розрізі). 3. Висока концентрація суб'єктів малого бізнесу в невиробничій сфері. 4. Низький рівень заробітної плати найманих працівників малого бізнесу (за 2010 р. середній показник по області становив 997,86 грн., що відповідає 25 місцю в загальнодержавному рейтингу). 5. Нерозвинута система елементів інфраструктури підтримки підприємництва в області (за 2010 р. діяльність здійснювало лише 4 бізнес-центри, 1 бізнес-інкубатор та 2 фонди підтримки підприємництва).
ВНУТРІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ	6. Функціонування багатовекторної "гарячої лінії", де можна отримати кваліфіковану юридичну допомогу щодо здійснення підприємницької діяльності. 7. Забезпечення суб'єктами підприємництва загальних надходжень податків і зборів до місцевого (15,6% від усіх надходжень у 2010 р.) та зведеного бюджетів.	6. Брак кваліфікованого управлінського персоналу суб'єктів малого бізнесу. 7. Низька інноваційна активність малого бізнесу та відповідно низький рівень кооперації з науково-технічним потенціалом. 8. Недостатній рівень інформаційного та методичного забезпечення з питань реалізації державних і регіональних програм підтримки підприємництва. 9. Складний доступ вітчизняного малого підприємництва до сучасних технологій, у т. ч. слабкість (порівняно з високорозвинутими країнами) розвитку інтернет-підприємництва. 10. Слабка конкурентоспроможність, у першу чергу, у високотехнологічних галузях. 11. Підвищена чутливість зростання рівня цін, умов кредитування. 12. Низький рівень міжпідприємницького співробітництва (в т. ч. щодо створення підприємницьких кластерів і мереж для обміну досвідом, технологіями між малими, середніми та великими підприємствами).

Продовження таблиці 2

	Можливості (О)	***Загрози (Т)***
	1. Створення на території області вільної економічної зони.	1. Політична нестабільність. 2. Демографічна криза.
ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ	2. Активне використання для розвитку бізнесу потенціалу: природного, географічного, трудового, промислового, інвестиційного, науково-технічного, рекреаційного. 3. Кластеризація суміжних регіонів. 4. Співпраця з суб'єктами підприємництва країн-учасниць "Єврорегіону "Дніпро". 5. Наявність вільних ринкових ніш, широке поле діяльності для розвитку бізнесу, в тому числі збільшення частки малого підприємництва виробничого спрямування. 6. Удосконалення процедур отримання адміністративних послуг за принципом "єдиного вікна". 7. Створення умов для сприяння реалізації підприємницької ініціативи сільським населенням. 1. Проведення семінарів, тренінгів, навчальних програм з питань започаткування власної справи. 2. Наявна "Програма перепідготовки управлінських кадрів для сфери підприємництва" з подальшим стажуванням на підприємствах країн (Німеччина, Швеція). 3. Проведення конкурсів бізнес-планів, ярмарок, виставок, визначення кращих підприємців області.	3. Недосконалість законодавчої бази у сфері підприємництва. 4. Погіршення економічної ситуації в країні. 5. Низький рівень безпеки бізнесу (рейдерство). 6. Недоброякісна конкуренція. 7. Коливання курсів валют, інфляція, зростання вартості енергоносіїв. 8. Брак державних та регіональних коштів для забезпечення фінансової підтримки суб'єктів підприємницької діяльності. 9. Доволі висока вартість та орендна плата на об'єкти нерухомості. 10. Відсутність статистичного обліку показників діяльності фізичних осіб-підприємців та деяких показників функціонування малих підприємств. 11. Посилення адміністративного та регуляторного тиску на сферу підприємництва. 12. Індустріальний (переважно сировинний) тип розвитку промислового сектору і суспільства.

На основі співвідношення сильних та слабких сторін, можливостей і загроз для малого бізнесу побудуємо розширену SWOT-матрицю, мета якої полягає в тому, щоб розробити чотири групи стратегічних цілей (табл. 3). Кожна стратегічна ціль використовує певну парну комбінацію внутрішніх і зовнішніх чинників: сильні сторони – можливості (SO), сильні сторони – загрози (ST), слабкі сторони – можливості (WO), слабкі сторони – загрози (WT).

Таблиця 3

Вибір стратегії для подальшого розвитку малого бізнесу Чернігівської області

	"Сильні сторони" (S)	**"Слабкі сторони" (W)**
	Стратегія "SO"	**Стратегія "WO"**
Можливості	Вихід на рівень великого бізнесу	Створення міцної та дієвої регіональної інфраструктури підтримки малого бізнесу
Загрози (Т)	**Стратегія "ST"**	**Стратегія "WT"**
	Залучення представників малого бізнесу до спільної роботи з великим бізнесом на умовах аутсорсингу чи створення кластерів взаємопов'язаних підприємств	Оптимізація системи державної та регіональної підтримки малого підприємництва

Для кожного регіону визначимо прийнятну стратегічну ціль. Механізм визначення стратегічної цілі полягатиме в групуванні регіонів за рівнем показників внутрішнього середовища (кількість малих підприємств на 10 тис. населення) і зовнішнього середовища (валовий регіональний продукт). Кожний показник розіб'ємо на 2 підгрупи значень: нижче середнього і вище середнього. На основі їх комбінування отримаємо 4 групи показників і відповідні до них стратегічні цілі:

1) вище-вище (високі показники внутрішнього і зовнішнього середовища) – стратегічна ціль "Вихід на рівень великого бізнесу";

2) нижче-вище (низькі показники внутрішнього середовища, високі показники зовнішнього середовища) – стратегічна ціль "Створення міцної та дієвої регіональної інфраструктури підтримки малого бізнесу";

3) вище-нижче (високі показники внутрішнього середовища, низькі показники зовнішнього середовища) – стратегічна ціль "Залучення представників малого бізнесу до спільної роботи з великим бізнесом на умовах аутсорсингу чи створення кластерів взаємопов'язаних підприємств";

4) нижче-нижче (низькі показники внутрішнього і зовнішнього середовища) – стратегічна ціль "Оптимізація системи державної та регіональної підтримки малого підприємництва".

Реалізація кожної стратегічної цілі потребує вирішення конкретних завдань. Так, для стратегічної цілі "Вихід на рівень великого бізнесу" необхідно розв'язати такі завдання:

1) виробництво конкурентоздатної чи інноваційної продукції, яка відповідатиме міжнародним стандартам якості, розширення її асортименту та номенклатури;

2) розширення існуючої мережі збуту продукції, територіальна експансія (впровадження в інші регіони країни або інші країни);

3) зменшення собівартості продукції за рахунок зростаючої віддачі від масштабу;

4) підбір висококваліфікованих управлінських та виробничих кадрів;

5) впровадження у виробництво нових технологій (ресурсозберігаючих, технологій глибокої переробки), нових матеріалів і джерел енергії; покращення використання сировини, його комплексна переробка.

Зазначена стратегічна ціль буде прийнятною для малих підприємств Автономної Республіки Крим, м. Києва, Дніпропетровської, Донецької, Запорізької, Київської, Львівської, Одеської та Харківської областей.

Для стратегічної цілі "Залучення представників малого бізнесу до спільної роботи з великим бізнесом на умовах аутсорсингу чи створення кластерів взаємопов'язаних підприємств" необхідними умовами є:

1) наявність підприємств-замовників, які хочуть делегувати ряд функцій зовнішнім виконавцям на умовах аутсорсингу, в тому числі субконтрактації;

2) здатність, досвід та відповідна кваліфікація аутсорсера для виконання покладених функцій (виробничий, ІТ-аутсорсинг, аутсорсинг бізнес-процесів, аутсорсинг управління знаннями та ін.).

Аутсорсинг корисний тим, що дозволяє значно скоротити витрати та трудоємність виробництва, зменшення впливу негативних чинників зовнішнього середовища та сконцентруватися на основних бізнес-процесах, не витрачаючи зусилля на допоміжні. Проте необхідно зважати на те, що є і ризики від такого співробітництва.

Також важливим є створення кластерів взаємопов'язаних підприємств, яке передбачає ефективне використання можливостей партнерів, розумне поєднання кооперації, спеціалізації та конкуренції. Завдяки цьому можна досягнути синергетичного

ефекту, оскільки кожний учасник від такої взаємодії отримує: досвід, спільну науково-дослідну роботу, зниження витрат, знаходження нових каналів збуту та постачальників сировини, підвищення конкурентоздатності продукції, нівелювання зовнішніх ризиків, підвищення рентабельності виробництва тощо.

Наведену стратегічну ціль можна застосувати для малого бізнесу у м. Севастополі, Івано-Франківській, Миколаївській та Чернівецькій областях.

Стратегічна ціль "Створення міцної та дієвої регіональної інфраструктури підтримки малого бізнесу" передбачає створення технополісів, технопарків і бізнес-інкубаторів на базі ВНЗ або великих підприємств, лізингових, страхових, кредитних компаній тощо. По-перше, це стимулюватиме розвиток малого бізнесу в області, по-друге, нові підприємства зможуть більш ефективно запроваджувати інноваційну продукцію. Дана стратегія підійде для малого бізнесу в Луганській і Полтавській областях.

В ситуації, коли поєднуються слабкі сторони та загрози, неможливо обійтися без ефективної системи державної та регіональної підтримки підприємництва. Стратегічна ціль "Оптимізація системи державної та регіональної підтримки малого підприємництва" реалізується наступними заходами:

1) вдосконалення діючої нормативної бази у сфері підприємництва, особливо в частині фіскальної та монетарної політики, реєстраційно-дозвільних процедур, нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності;

2) зменшення регуляторного тиску на суб'єкти бізнесу з боку місцевої влади;

3) надання фінансово-кредитної підтримки суб'єктам малого підприємництва у формі часткового відшкодування відсоткових ставок за кредитами та у формі фінансового кредиту найбільш ефективних інвестиційних проектів;

4) сприяння подоланню територіальних диспропорцій у розміщенні суб'єктів малого бізнесу;

5) створення єдиної системи інформаційно-консультативного забезпечення суб'єктів підприємницької діяльності, в тому числі проведення семінарів, тренінгів з питань підприємництва: основ ведення, змін у нормативній базі.

Наведену стратегічну ціль необхідно реалізувати в більшості областей України: Вінницькій, Волинській, Житомирській, Закарпатській, Кіровоградській, Рівненській, Сумській, Тернопільській, Херсонській, Хмельницькій, Черкаській та Чернігівській.

Таким чином, до негативних факторів впливу зовнішнього середовища малого бізнесу можна віднести: недосконалість нормативно-правової бази у сфері підприємницької діяльності, низьку платоспроможність ринку, погіршення інвестиційного клімату, складну демографічну ситуацію, погіршення екологічного становища та ін. Поряд з цим, є значна кількість позитивних чинників, а саме: наявність національної та регіональних програм підтримки підприємництва, стала тенденція до збільшення рівня ВВП, соціальна стабільність, значний рекреаційний потенціал та ін.

Крім того, використовуючи SWOT-аналіз, було досліджено внутрішнє середовище на прикладі Чернігівської області. Встановлено, що, незважаючи на низькі кількісні та якісні показники стану розвитку малого бізнесу Чернігівщини, регіон має достатньо сильних сторін, які можна використати в подальшому для успішного функціонування зазначеної сфери діяльності.

Ґрунтуючись на аналізі зовнішніх та внутрішніх чинників впливу на малий бізнес, а також ймовірних загроз і можливостей, було визначено основні стратегічні цілі та завдання, які необхідно реалізувати малому бізнесу кожної області України для подальшого розвитку.

В *наступних дослідженнях* будуть розраховані інтегральні показники, визначені рейтингові місця регіонів України за станом розвитку малого бізнесу та відповідно до них для кожної області України будуть запропоновані заходи для покращення стану функціонування бізнесу.

Література

1. *Діяльність малих підприємств Чернігівської області : Стат. зб. – Чернігів : Голов. управ. стат. у Чернігів. обл., 2011. – 164 с.*
2. *Агеєва І. STEP-аналіз як складова частина стратегічного аналізу [Електронний ресурс] / І. Агеєва, В. Чеглатонєв. – Режим доступу : http://econa.at.ua/publ/vipuski_za_porjadkovim_nomerom/vipusk1/step_analiz_jak_skladova_chastina_strategichnogo_analizu/17-1-0-218 .*
3. *Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/ .*
4. *Офіційний сайт Головного управління статистики у Чернігівській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://chernigivstat.gov.ua/.*
5. *Череп А. В. SWOT-аналіз діяльності малого підприємництва у період економічної кризи [Електронний ресурс] / А. В. Череп, І. Ю. Нагаєць // Економічний простір. – 2009. – № 25. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2009_25/cherep.htm .*

Редакція отримала матеріал 24 вересня 2012 р.