

УДК 338.9:658

Заровна Н.П.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри суспільно-гуманітарних наук
Української академії друкарства

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК СКЛАДНИК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СТАБІЛІЗАЦІЇ

COMPETITIVENESS OF SMALL ENTERPRISES AS A COMPONENT OF SOCIAL AND ECONOMIC STABILIZATION

АНОТАЦІЯ

Визначено роль малого бізнесу у стабілізації розвитку національної економіки. Проведено аналіз діяльності малих підприємств в Україні за останні п'ять років. Досліджена суть поняття «конкурентоспроможність». Окреслені фактори, які впливають на рівень конкурентоспроможності малих підприємств. Запропоновано рішення виходу на краудфандингові платформи з метою пошуку нових інвестицій.

Ключові слова: мале підприємство, конкурентоспроможність, підтримка малих підприємств, краудфандинг, краудфандингові платформи.

АННОТАЦИЯ

Определена роль малого бизнеса в стабилизации развития национальной экономики. Проведен анализ деятельности малых предприятий в Украине за последние пять лет. Исследована сущность понятия «конкурентоспособность». Указаны факторы, влияющие на уровень конкурентоспособности малых предприятий. Предложено решение выхода на краудфандинговые платформы с целью поиска новых инвестиций.

Ключевые слова: малое предприятие, конкурентоспособность, поддержка малых предприятий, краудфандинг, краудфандинговые платформы.

ANNOTATION

The role of small businesses for the stabilization of the national economy. The analysis of small enterprises in Ukraine over the past five years. The essence of the concept of competitiveness. Designated factors affecting the competitiveness of small businesses. A decision to enter the crowdfunding platform for sourcing new investment.

Keywords: small business competitiveness, support for small businesses, crowdfunding, crowdfunding platforms.

Постановка проблеми. Конкуренція є потужною рушійною силою соціально-економічного руху і розвитку. Конкуренція як економічне суперництво слугує підвищенню ефективності економіки, покращенню якості продукту, зниженню витрат виробництва, запровадженню досягнень НТП тощо. Конкурентну спроможність агентів відносин забезпечує набуття і використання ними переваг щодо своїх конкурентів.

У середовищі монополістичної конкуренції функціонують конкурентоспроможні великі, середні і малі підприємства. Великі підприємства виростають із середніх і малих за умови успішного розвитку останніх. Оскільки у процесі конкуренції найменш захищеними є малі підприємства, насамперед новостворені, у провідних країнах світу застосовуються максимально комфортні умови для їх функціонування. Ці умови є складником конкурентної політики держави, стратегічною метою якої є

державна підтримка ефективності конкуренції та створення однакових «правил гри» для всіх суб'єктів ринкових відносин, у тому числі малих підприємств з урахуванням їхніх особливостей. В Україні цей сектор економіки перебуває у стані очікування позитивних змін щодо запровадження таких умов. Існує потреба в модернізації економіки загалом та малого бізнесу зокрема. Її реалізація залежить від політичної волі влади, яка на цьому етапі не готова до активних дій.

Тому, на нашу думку, актуальним у цій ситуації є пошук шляхів та інструментів підвищення конкурентоспроможності малих підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблематики розвитку малих підприємств в умовах жорсткої конкуренції займалися такі науковці, як І Бланк, І. Висоцька, Т. Гончарук, В. Онищенко, Л. Лігоненко, П. Саблук, О. Силкін, О. Тимченко, В. Ткачук, Н. Шлафман та інші. Хочеться також відзначити, що суттєвий вклад у розвиток малого підприємництва у світі зробили такі міжнародні організації, як Міжнародна фінансова корпорація та Європейський банк реконструкції та розвитку.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. У монополістичному конкурентному середовищі невирішеним залишається питання створення умов для підвищення конкурентоспроможності малих підприємств як складника стабілізації соціально-економічної ситуації в країні, зокрема, через пошук та застосування нових шляхів залучення інвестицій в малий бізнес.

Виклад основного матеріалу дослідження. Малі підприємства відіграють вагомий роль у розвитку економіки. Вони є основою формування середнього класу і потужним джерелом самозабезпечення зайнятих у малому бізнесі та поповнення бюджетних надходжень. Міжнародна практика свідчить, що збільшення їх частки в економіці зміцнює соціально-економічну стабільність країни.

Малі підприємства законодавчо найчастіше визначаються чисельністю зайнятих на них працівників та обсягом валового доходу від реалізації продукції за звітний період з урахуван-

ням специфіки сфер, галузей та видів економічної діяльності [1].

Малі підприємства України створюються на основі приватної або колективної форм власності, що визначає особливості управління та розподілу прибутку тощо.

Аналіз кількості малих підприємств України за 2011–2015 рр. представлено на рис. 1.

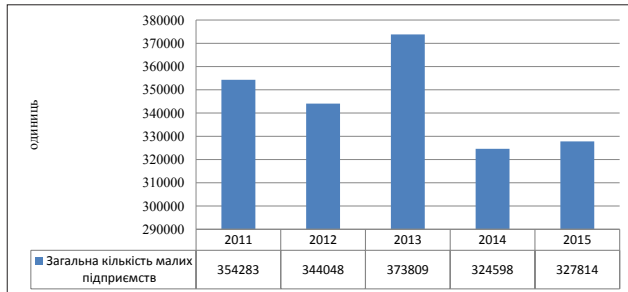


Рис.1. Динаміка кількості малих підприємств України за 2011–2015 рр., од.

Джерело: складено за даними [2]

Як видно з рис. 1, найбільша кількість малих підприємств за досліджуваний період припадає на 2013 рік (373 809 одиниць). На жаль, за 2014–2015 роки їх кількість знизилась до 327 814 одиниць, або на 12,3%. Причиною може бути погіршення умов для входження у ринок, нестабільна політико-економічна ситуація та ін.

Заслужує уваги показник зайнятості на малих підприємствах України. Кількість зайнятих працівників поступово знижувалась із 2164,6 тис. осіб в 2010 році до 1576,4 тис. осіб у 2015 році [2]. За вказаний період втратили робочі місця і доходи понад 27% людей, при цьому скорочення зайнятості в рази перевищує зменшення кількості малих підприємств. Можна стверджувати, що малі підприємства в Україні неспроможні реалізувати одну із особливо важливих функцій – забезпечення зайнятості населення. Результати аналітичного дослідження засвідчують, що закриття малих підприємств та звільнення працівників відбувається через збитковість господарської діяльності.

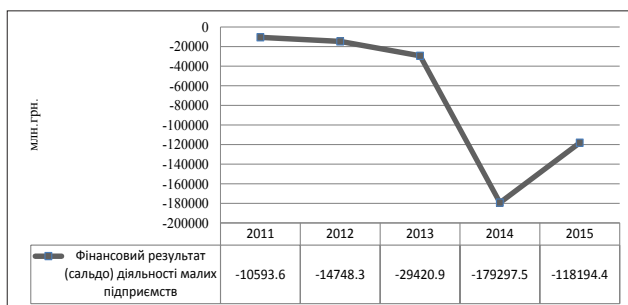


Рис. 2. Динаміка фінансового результату (сальдо) діяльності малих підприємств України за 2011–2015 рр., млн. грн.

Джерело: складено за даними джерела [2]

Аналіз фінансово-господарської діяльності дає змогу охарактеризувати динаміку кінцевого фінансового результату функціонування малих підприємств в Україні сьогодні (рис. 2).

Чистий прибуток як показник конкурентоспроможності завжди відігравав важливу роль у залученні нових інвесторів. За даними Державної служби статистики України прибуткових малих підприємств за 2011–2015 рр. було менше, ніж збиткових. Зазначене пояснюється складними умовами функціонування малого бізнесу. Для прикладу, за результатами аналітичного дослідження керівники новостворених малих підприємств хочуть запропонувати споживачу новий інноваційний продукт, для реалізації якого необхідно закупити сучасне обладнання за кордоном, але через, наприклад, зростання валютного курсу зростають і витрати, що стане бар'єром для впровадження інновацій. Якщо ж керівництво хоче змінити вид діяльності через явну збитковість, а коштів також не вистачає – вони закриваються.

Одним із відносних показників, що характеризують ефективність господарської діяльності суб'єктів економіки в Україні, є рентабельність малих підприємств, динаміка якої в межах досліджуваного періоду представлена на рис. 3.

Узагальнюючи інформацію про високий рівень збитковості малих підприємств, можна констатувати низьку ефективність функціонування цього типу суб'єктів господарювання, що вказує на їх слабку адаптованість до поточних умов національної економіки, зокрема, через недостатній рівень конкурентоспроможності.

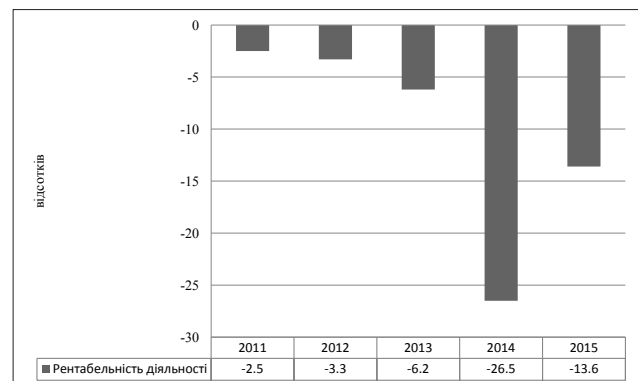


Рис. 3. Динаміка рентабельності малих підприємств України за 2011–2015 рр., %

Джерело: складено за даними джерела [2]

Спираючись на результати узагальнення офіційної статистичної інформації, можна стверджувати, що ключовою умовою виживання малих підприємств в Україні є підвищення їх конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність, як і будь-яке інше наукове поняття, має низку різних трактувань. Багато науковців у тлумаченні цього терміну спираються на макроекономічні чинники (державна підтримка, рівень інфляції тощо), окремі – лише на мікроекономічні (пра-

цівники, інноваційні ідеї, керівництво тощо). Проведене теоретичне дослідження дало змогу виділити визначення, які, на нашу думку, найкраще розкривають зміст цієї категорії. Так, трактування поняття «конкурентоспроможність» Б. Райзбергом найбільш детально розкриває процес набуття підприємством конкурентоспроможності. Автор стверджує, що конкурентоспроможність – це реальна та потенційна можливість фірм проектувати, виготовляти та збувати товари, що за ціновими та неціновими характеристиками є більш привабливими для споживачів, ніж товари їхніх конкурентів [3, с. 89].

М. Єрмолов під конкурентоспроможністю розуміє відносну характеристику, яка відображає відмінності у процесі розвитку певного виробника від виробника-конкурента як за ступенем задоволення власними товарами, так і за ефективністю виробничої діяльності [4, с. 40].

В. Хруцький та І. Корєєва вважають, що конкурентоспроможність – це стабільна можливість задовольняти певні потреби покупців краще, ніж конкуренти, та завдяки цьому вдало продавати продукцію з прийнятними фінансовими результатами для виробника [5, с. 32].

Отже, виходячи з аналізу різних тлумачень поняття, можна стверджувати, що ця категорія містить багато чинників, у тому числі потенціал і можливості підприємства, демонструє рівень виробництва та задоволення товаром тощо.

Рівень конкурентоспроможності підприємства можна розглядати як за його економічною діяльністю, так і за його розміром. Останнім часом все більшу увагу приділяють саме проблематиці конкурентоспроможності малих підприємств, оскільки їм найважче пристосуватися до ринкових умов та знаходити інвесторів.

Якщо звернутися до досвіду закордонних науковців, то вони характеризують малі підприємства як такі, що найкраще розвивають конкуренцію на ринку і протистоять утворенню монополій. Високий рівень конкурентоспроможності малих підприємств виконує низку важливих функцій, які покращують загальний економічний стан на ринку [6]:

- швидко насичують ринок товарами та послугами;
- зменшують рівень безробіття в країні шляхом надання нових робочих місць;
- врегульовують попит і пропозицію на ринку;
- задовольняють потребу в індивідуальному попиті;
- прискорюють появу інноваційних ідей.

Важливо підкреслити, що діяльність малих підприємств сприяє вирішенню проблеми зайнятості через створення нових робочих місць. У багатьох країнах світу в середньому 50% усіх зайнятих припадає на малий бізнес [9]. Окрім того, завдяки успішній діяльності малих підприємств відбувається підвищення

доходів населення та поповнення бюджетних надходжень (через сплату податків), а це зменшує рівень соціального напруження в суспільстві і соціального навантаження на державу.

Отже, малі форми бізнесу відіграють важливу роль у покращенні соціально-економічного становища в країні. Водночас потрібно констатувати факт, що в Україні склалася дещо відмінна ситуація, оскільки для малих підприємств характерне:

- технологічне оснащення, яке суттєво знижує інвестиційну привабливість;
- низький рівень знань керівництва в управлінні;
- недостатній досвід функціонування в ринкових умовах;
- високий рівень залежності від позикових коштів;
- постійна обмеженість у використанні ресурсів.

Через вищевказані відмінності заходи щодо покращення умов розвитку малих підприємств повинні мати дещо інший характер, максимально адаптований до специфіки національної економіки.

В Україні прийняті нормативно-правові документи, які призначені для покращення розвитку малого підприємництва. Вагомим є Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» [7]. Він визначає правові та економічні засади державної політики, передбачає створення програм розвитку, реалізацію яких покладено на Український фонд підтримки підприємництва.

Український фонд підтримки підприємства за державні кошти впроваджує затверджені урядом заходи та програми, спрямовані на забезпечення суб'єктам малого і середнього бізнесу можливостей отримати освітню, консультаційну, гарантійну і, зокрема, пільгову фінансово-кредитну підтримку. Але, на жаль, протягом тривалого періоду заплановані Кабінетом Міністрів України заходи частково не були реалізовані, причина проста – відсутність коштів (так, на сайті Українського фонду підтримки підприємства можна знайти саме таке пояснення щодо невиконання низки запланованих заходів) [8].

Внаслідок недовіди державних програм щодо підтримки малого бізнесу доцільно дослідити фактори (табл. 1), які знижують рівень конкурентоспроможності малих підприємств та спричиняють збитковість господарської діяльності, з метою їх використання як основи для подальшого розроблення необхідного методичного забезпечення.

Проведений аналіз показав, що низькі фінансові результати та скорочення персоналу малих підприємств найбільшою мірою пов'язані з дефіцитом капіталу: як оборотних коштів для поточної діяльності, так і фінансових ресурсів для реальних інвестицій. На нашу думку, на сучасному етапі саме дефіцит капіталу домінує

серед інших чинників щодо впливу на рівень конкурентоспроможності малих підприємств. Причинами дефіциту коштів на малих підприємствах України є зниження курсу національної валюти, висока вартість позикових коштів, низьке фінансове планування на підприємствах, зниження обсягів продаж, зростання собівартості продукції, зростання вартості технічного оснащення.

Вирішити проблему дефіциту коштів малих підприємств допоможе удосконалення механізму інвестування. Інвестиції є вагомим інструментом не тільки для «виживання на ринку», але й для перетворення підприємства в ефективного конкурентоспроможного учасника ринку.

Сьогодні, щоб бути інвестиційно привабливим і в подальшому конкурентоспроможним, не обов'язково мати найновітніші технічні засоби або модернізовані приміщення, можна отримати гроші на розвиток свого бізнесу лише якщо в тебе є хороша інноваційна ідея.

Будь-який запропонований раніше науковцями механізм інвестування включає в себе джерело інвестицій. Інвестиції можуть прийти з різноманітних джерел, у тому числі і від населення. Сьогодні, на нашу думку, до загального списку джерел інвестицій, які застосовуються в механізмі інвестування, варто додати краудфандингові платформи.

Термін «краудфандинг» розуміють по-різному, але, на нашу думку, трактування, подане С.О. Кушніром, є найбільш доцільним. Так, він вважає, що краудфандинг – це співпраця людей, які добровільно об'єднують свої гроші або інші ресурси разом, як правило, через Інтернет, щоб підтримати зусилля інших людей або організацій [12].

Краудфандингові платформи у світі існують давно. Серед популярних краудфандингових платформ найбільш успішними є «Joby», «Kickstarter», «Peerbackers», «Startup Addict», «New Jelly» та інші.

Якщо в Україні і використовують краудфандингові платформи, то лише закордонні. Так, наприклад, українська компанія «Smart Atoms» виставила для збору коштів на сайті «Kickstarter» свій проект виробництва «розумного» світлодіодного дисплею «LaMetric» та отримала близько 258 тис. дол. США [12].

Найбільшою українською краудфандинговою платформою є «Спільнокошт/BigIdea». Сьогодні там зареєстровано близько 12 000 користувачів і профінансовано понад 50 проектів [13].

Варто зауважити, що усі створені в Україні краудфандингові платформи орієнтовані лише на соціальні, екологічні та культурні проекти, вартість фінансування яких є низькою. Причиною є те, що українці більше схильні фінансувати благодійні проекти і не довіряють «новоствореному бізнесу».

Недовіра населення до інноваційних ідей малих підприємств – це не єдина проблема. Макроекономічною проблемою є державна політика і соціально-економічна ситуація в країні, які суттєво впливають на спроможність українців фінансувати сьогодні «стартап» і нові малі підприємства.

Проблемою керівників малих новостворених підприємств є фінансова підтримка реалізації нових ідей. Не можна, «виклавши» інформацію про ідею в мережу Інтернет і попросивши гроші, розраховувати на позитивний результат. За кордоном виставлення такої інформації супроводжується суттєвими маркетинговими кроками:

Таблиця 1

Фактори, які впливають на рівень конкурентоспроможності малих підприємств

№	Вид групи факторів	Фактори
1	Економічні	Місткість ринку
		Економічний потенціал
		Джерела фінансування (дефіцит коштів)
2	Нормативно-правові	Пільги, надані регіону, підприємству Монопольні позиції на ринку
3	Фактори структурного характеру	Рівень інтеграції процесу виробництва
4	Адміністративні	Обмеження діяльності виробників
5	Інфраструктура ринку	Відкритість ринку праці Розвиток дистрибуторської мережі
6	Технічні	Рівень розвитку науки Технологічні особливості матеріалів
7	Інформаційні	База даних про виробників, покупців та інфраструктуру ринку
8	Географічні	Розташування підприємства відносно ресурсів Межі ринків
9	Демографічні	Чисельність населення Зростання міграції населення
10	Неправові	Нечесна конкуренція Бюрократизм

Джерело: складено за даними [10; 11]

публікуються відео і статті, які інформують зацікавлених у проекті, на якому етапі він перебуває; проводяться конкурси серед «стартап-організацій» та ін. Якщо б українські керівники підприємств застосовували ці маркетингові дії, то зросла б вірогідність залучення інвестицій.

На нашу думку, краудфандинг не варто вважати повноцінною заміною інвестування в мале підприємництво, але це буде першим кроком для вирішення такої глобальної для науковців проблеми, як покращення інвестування в інноваційні проекти та малий бізнес в Україні. Сьогодні мережа Інтернету відкриває для малих новостворених підприємств велику кількість можливостей і водночас додає перешкод, найбільшою з яких є недовіра людей. У країнах світу вона вирішилась завдяки формуванню у населення певної філософії бізнесу щодо готовності довіритись і допомогти хорошим та ефективним ідеям.

Висновки. Конкуренція – унікальний чинник руху і розвитку підприємництва, який поширюється і на малі підприємства. Можна стверджувати, що рівень конкурентоспроможності малих підприємств залежить від двох чинників: державної підтримки та інвестицій. Якщо вплив першого чинника – це віддалена перспектива, то пошук інвесторів та інвестиції можна забезпечити значно швидше. Інвесторами можуть стати будь-хто, і для цього навіть не потрібно виходити з дому. Новостворені малі підприємства повинні здолати замкнутість і залежність від певного кола джерел та демонструвати свій продукт на краудфандингових платформах. На жаль, в Україні ці платформи ще не достатньо розвинуті, але закордонні – відкриті для всіх. Іншою проблемою є філософія ведення бізнесу в Україні, але завдяки використанню зарубіжного досвіду, маркетинговим крокам керівників підприємств та державній підтримці можна побудувати цю філософію і тим самим збільшити довіру до фінансування нових малих підприємств.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Господарський кодекс України від 16.01.03 р. 436-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>.
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Райзберг Б.А. Сучасний економічний словник: 5 вид. / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – М. Інфо-М, 2009. – 536 с.
4. Ермолов М.О. Чем отличается конкурентоспособность фирмы от конкурентоспособности товара / М.О. Ермолов // Как продать ваш товар на рынке? : Справочник. – М.: Мысль, 1990. – 364 с.
5. Хруцкий В.С. Сучасний маркетинг / В.С. Хруцкий, І.В. Корнєєва, Є.Е. Автухова. – М.: Фінанси та статистика, 1999. – 356 с.
6. Солоїд О.В. Підвищення конкурентних позицій малих підприємств за умов розвитку глобалізації / О.В. Солоїд // Вісник Хмельницького національного університету 2013, №4, Т. 2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://elar.khnu.km.ua>.
7. Україна. Закон. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>.
8. Український фонд підтримки підприємництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ufpp.gov.ua/>.
9. Federal Economic Statistics Advisory Committee [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bls.gov/home.htm/>.
10. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков – М. : ОАО Типография «Новости», 2000. – 256 с.
11. Мілевський С.В. Моделі аналізу та управління конкурентоспроможністю промислових підприємств. Наукове видання / С.В. Мілевський, О.В. Мілов. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2007. – 156 с.
12. Кушнір С.О. Краудфандинг як одна з реальних можливостей фінансування стартапів та перспективи його розвитку в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ej.kherson.ua>.
13. Спільнокошт – краудфандинг в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://biggggidea.com/>.