

*Н. А. ТІТОВА, д-р екон. наук, проф.*

*Ю. І. ТАРАСЕНКО, докторант*

*(Міжрегіональна Академія управління персоналом, м. Київ)*

## **ПРІОРИТЕТНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА — ПЕРЕДУМОВА ЕФЕКТИВНОГО ЗРОСТАННЯ ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ**

Наукові праці МАУП, 2003, вип. 8, с. 14–16

Україна обрала еволюційний шлях розвитку, будуючи відкрите суспільство і соціально орієнтовану ринкову економіку, що передбачає її корінну трансформацію шляхом створення господарського механізму нового типу. Саме на першому, перехідному етапі економічна стратегія держави повинна передбачати розробку механізму, здатного замінити державне адміністрування в економіці. Однак економічна система, яка трансформується від командно-адміністративних до ринкових відносин, має особливі риси, що ускладнюють перехідний етап.

Трансформаційні процеси в економічному і соціальному розвитку нічого спільного не мають з явищами економічного хаосу. Руйнуванню діючих господарсько-ринкових структур повинно передувати створення нових, ефективніших і конкурентоздатніших. Трансформації повинні здійснюватися на новітніх наукових засадах і досягненнях під чітким законодавчим і виконавчим контролем державних і господарських органів, у надійній системі організації і управління. Це має принципове значення, тому що стратегії структурної перебудови економіки повинні ґрунтуватися на принципах самоорганізації, а не зростання ентропії економічних процесів. Оскільки відповідальність за економічний розвиток країни в кінцевому підсумку несуть державні органи законодавчої і виконавчої влади, ці органи і повинні використовувати всі можливі важелі впливу на економіку, ефективно реформуючи її.

Ринкова модель економічного розвитку України повинна передбачати чітку систему управлін-

ня і регулювання процесів стабільного розвитку макро- і мікроекономіки, грошового обігу, валютно-фінансового та кредитного обслуговування в жорстких правових обмеженнях і вільній ринковій кон'юнктурі; орієнтацію на науково-технічний прогрес та інтелектуальний потенціал держави; взаємовигідні й паритетні зв'язки в системі світового співтовариства; соціальну орієнтацію економічного розвитку на забезпечення гідного життя людини і суспільства, нормального процесу відтворення населення; структурну і якісну збалансованість ринкового попиту та пропозиції в широкому розумінні функціонування всіх видів ринків зі стабільними цінами.

До найважливіших складових економічних реформ належать антиінфляційна політика; конвертована грошова одиниця; ефективна приватизація; активне ринкове середовище з розвинутою інфраструктурою. Перебороти гостру й затяжну економічну кризу, перейти у фазу стабілізації і зростання суспільного виробництва неможливо без цілеспрямованої державної політики антиінфляційного творчого напрямку, розвитку цивілізованих відносин з активною мотивацією підприємництва й праці, інвестиційної та інноваційної діяльності.

Саме розвиток підприємництва потребує більше уваги з боку держави, оскільки наявна значна недосконалість ринкового середовища в перехідний період, яка становить перешкоду на шляху формування економічних відносин, адекватних національним інтересам. Одні суб'єкти підприємницької діяльності, відчуваючи податковий прес, зменшення місткості вітчизняного ринку, дефіцит

інформації для побудови власних ефективних маркетингових стратегій, починають так зване зрощування з владними структурами з метою одержання пільг або послаблень вимог до них. Інші перетворюються на політичних ворогів держави, переміщуючись у "тіньовий сектор". Тому вкрай необхідно здійснювати державне регулювання підприємницької діяльності.

Таку думку було висловлено на засіданні круглого столу "Безпека економічних трансформацій", що відбулось у квітні 2002 р. в Національному інституті стратегічних досліджень. В аналітичній доповіді зазначалося: "...суттєво підвищуються вимоги до побудови ієрархії завдань стратегії й тактики державної економічної політики, яка повинна поєднувати максимальне стимулювання розвитку незалежних суб'єктів підприємництва зі спрямуванням їх діяльності в руслі загальної стратегії економічного розвитку".

Як свідчить досвід розвинених країн, необхідною умовою існування, життєстійкості й удосконалення ринкової економіки є сектор малого і середнього підприємництва, що органічно вписується в її структуру. В умовах, що склалися в Україні, цей сектор має ще більше значення, оскільки є реальним джерелом утворення здорового, легального приватного сектора й рушійною силою відродження і розвитку національної економіки. Він здатний істотно впливати на політичний розвиток України шляхом створення могутнього середнього класу, що усвідомлює важливість демократичних перетворень і дотримання закону як способу особистого економічного процвітання. Цей сектор може стати основним джерелом політичної підтримки ринкових реформ і демократизації, будівельником найбільш прогресивної форми ринкової економіки — економіки підприємницької.

Розвиток підприємництва в умовах відкритої економіки сприятиме насиченню споживчого ринку товарами й послугами, структурній перебудові економіки, підвищенню ефективності виробництва. Формування й розвиток малих і середніх підприємств повинні регулюватися та стимулюватися відповідним законодавством. У країнах з розвинутою ринковою економікою існує розгалужена система державного регулювання малого й середнього бізнесу, основними елементами якої є антимонопольне законодавство; фінансова, технічна і консультаційна підтримка; податкова політика; регулювання контрактних і субконтрактних відносин.

В Україні економічні реформи в напрямку розвитку підприємництва мають окремі недоліки,

зокрема високий рівень фіскального стягування податків з доходів малих і середніх підприємств, у результаті чого зникають стимули до збільшення обсягу виробництва; обмеження платоспроможного попиту таких підприємств; складність отримання кредиту; проблеми у формуванні стартового капіталу для створення приватних підприємств; спроби уряду забезпечити перехід до ринку адміністративними методами; відсутність комплексної цілеспрямованої державної політики підтримки підприємництва.

Крім того, необхідно зазначити ще один аспект підтримки підприємництва, особливо малого і середнього бізнесу, на який не часто звертають увагу автори проблемних публікацій із загальноекономічних питань, але розуміють маркетингологи. Це маркетингові дослідження ринку, які є необхідними в умовах ринкової економіки. Проте для більшості підприємців вони залишаються недосяжними через їх високу вартість. Однак відсутність достовірної інформації про ринок, його суб'єктів (покупців, конкурентів, постачальників, посередників, контактних аудиторій) не дає змоги приймати раціональні управлінські рішення, розробляти ефективну маркетингову стратегію. Консалтингові фірми, які здійснюють маркетингові дослідження ринку на замовлення підприємств, вимагають повної оплати з кожного замовника навіть тоді, коли підприємства-замовники працюють на одному цільовому ринку.

На наш погляд, розв'язання цієї проблеми можливе за умови, що регіональні (місцеві) органи влади ініціюватимуть створення на місцях спеціального фонду, з якого відраховуватимуться кошти консалтинговим фірмам за дослідницьку роботу (вивчення цільових ринків). Об'єктивні результати таких маркетингових досліджень будуть доступні всім учасникам фонду, що перерахували в нього певні кошти. Крім того, маркетингова діяльність будь-якого підприємства не може бути тільки його власною проблемою. Виходячи на ринок, підприємець включається у розв'язання багатьох соціальних і економічних проблем країни.

Підприємництво визначають з різних позицій: як діяльність, спрямовану на максимізацію прибутку; специфічний вид діяльності, спрямований на постійний пошук змін в існуючих формах життя підприємств і суспільства, постійну реалізацію цих змін; ініціативну діяльність громадян, що полягає у виробленні товарів і послуг, з метою одержання прибутку; пряму функцію реалізації власності, основну її виробничу функцію; процес

організаційної новації з метою одержання прибутку; дії, спрямовані на збільшення капіталу, розвитку виробництва і одержання прибутку [1; 2].

Більшість дослідників і практиків у цих визначеннях зосереджують увагу на одержанні прибутку, розглядаючи його як кінцеву мету підприємства. Однак підприємство кінцевою метою має не так прибуток, як безперервність відтворювального процесу, пов'язаного з відтворенням попиту і задоволенням постійно мінливих, зростаючих потреб членів суспільства. Це маркетингове тлумачення підприємства правильніше визначає його як процес безупинного пошуку змін у потребах, попиті кінцевого споживача на продукцію і послуги, задоволенні цієї потреби шляхом організації виробництва, збуту, маркетингу, логістики, менеджменту, орієнтованих на найкращі новації, що сприяють підвищенню продуктивності на кожній стадії відтворювального процесу. У цьому визначенні акцент робиться не на максимізації прибутку, а на споживачі, його потребах, задоволення яких може забезпечити максимальний прибуток.

Саме цей аспект важливої проблеми у ринковій економіці ще раз підтверджує необхідність відповідальності держави за розвиток підприємництва в Україні, що сприятиме розв'язанню складних економічних і соціальних проблем у суспільстві.

Таким чином, важливими факторами подальшого розвитку підприємництва слід вважати вдосконалення податкового законодавства й забезпечення його стабільності; відмову від суто фіскального підходу до встановлення податків, зменшення податкового тиску; трансформацію податкової системи в інвестиційно-стимулюючу; розширення бази оподаткування; спрощення процедури нарахування і сплати податків для малих і середніх підприємств; розробку податкових важелів для стимулювання розвитку підприємництва, а також

надання фінансової та консультативної допомоги малим і середнім підприємствам у проведенні маркетингових досліджень мікро- і макросередовища.

Реалізація перелічених та інших проблем, що перешкоджають інтенсивному розвитку малого і середнього бізнесу в Україні, сприятиме реалізації комплексної державної програми підтримки підприємництва.

Однак розробка державних програм підтримки підприємництва не є самоціллю. Відомо, що більшість підприємців недостатньо інформовані про такі програми, про дії влади щодо підтримки підприємництва. Про ефективність таких заходів підприємці можуть знати лише з реальних змін, що відбуваються в умовах їх діяльності, змін чисельності малих підприємств і результативності малого бізнесу. Як свідчать опитування підприємців, на емоційному рівні зміни у сфері малого і середнього бізнесу вони пов'язують з недосконалим впровадженням у життя державних програм підтримки підприємництва.

Дослідження засвідчують, що необхідно посилювати роль громадських об'єднань підприємців, які краще знають проблеми підприємницької діяльності і зможуть брати участь у розробці й реалізації державної політики щодо розвитку малого та середнього бізнесу.



### Література

1. Закон України "Про державну підтримку малого підприємництва" від 19 жовтня 2000 р.
2. Основні економічні показники діяльності малих підприємств за 2000 рік // Стат. бюл. — К., 2001.
3. Малий і середній бізнес у пошуках місця в стратегії економічного зростання в Україні: Анал. доп. // Національний ін-т стратегічних досліджень. Центр антикризових досліджень. — К., 2002.