

- взаємодія / А. А. Шубин // Вісник економічної науки України. – 2009. – № 1. – С. 171–174.
9. Raza A. P. Management by Objective in Theory and Practice // Southern Journal of Business. – 1968. – Vol. 2 – P. 11–20.
10. Управление по результатам / [Т. Сайталайнен, Э. Воутилайнен, П. Порене, И.Х. Ниссинен] ; пер. с финского Боровков Г. А. и др. ; общ. ред. и предисл. Я. А. Лейманна. – М. : Прогресс, 1991. – 319 с.
11. Манн Р. Контроллинг для начинающих / Р. Манн, Э. Майер ; [пер. с нем. Ю. Г. Жукова] ; под ред. и с предисл. В. Б. Ивашкевича. – М. : Финансы и статистика, 1992. – 208 с.
12. Петренко С. Н. Контроллинг : [учебное пособие] / С. Н. Петренко. – К. : Ника-Центр, 2003 – 328 с.
13. Пич Г. Уточнение содержания контроллинга как функции управления и его поддержки / Г. Пич, Э. Шерм // Проблемы теории и практики управления. – 2001. – № 3.
14. Концепция контроллинга: Управленческий учет. Система отчетности. Бюджетирование / Hogvath & Partners ; [пер. с нем. В. Толкач]. – М. : Альбина Бизнес Букс, 2005. – 269 с.
15. Хан Д. Пик. Стоимостно-ориентированная концепция контроллинга / Д. Хан, Х. Хунгенберг ; [пер. с нем. М. Л. Лукашевича, Е. Н. Тихоненковой, Г. В. Уваровой, А. Г. Чермошнюка]. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 928 с.
16. Чумаченко Н. Г. Планирование деятельности предприятий и система контроллинга / Н. Г. Чумаченко // Вісник Хмельницького національного університету. – Хмельницький, 2005. – Т.1, № 5. – С. 10–16.

Надійшла 07.03.2011

УДК 658.1:65.016

Т. В. КУКЛІНОВА

Одеський державний економічний університет

ВНУТРІШНЄ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ

Розглянуто особливості стимулювання розвитку малих та середніх підприємств на внутрішньому рівні. Запропоновані основні важелі щодо створення механізму стимулювання розвитку малих та середніх підприємств на внутрішньому рівні.

The peculiarities of stimulation development of small and middle-sized enterprises were defined on internal level. The main ways of creation of stimulation of small and middle-sized enterprises were suggest.

Ключові слова: стимулювання розвитку, малі і середні підприємства.

Значна увага до малих і середніх підприємств, їх успіхи й поширення в більшості країн світу пов'язані зі своєрідністю їх ролі. Завдяки своїй функціональній ролі, своїм властивостям і перевагам малі і середні підприємства вносять істотний внесок у розвиток економіки, що свідчить про необхідність стимулювання їх подальшого розвитку.

Аналіз кількості малих і середніх підприємств у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення за період 2000–2009 рр. в Україні свідчить про те, що в їх кількість збільшується, але не такими темпами, як у розвинутих країнах. Підкреслимо, що саме по собі зростання кількості малих і середніх підприємств не означає, що вони ефективно працюють, частина з них існує лише формально на папері. Тоді як їх фінансові показники мають негативні тенденції, що відображається на їх функціонуванні та можливостях розвитку. Так, у 2009 р. в Україні фінансовий результат діяльності малих підприємств є негативним, а саме: він становив 37482,2 млн грн збитків. Аналогічні негативні тенденції наявні також і у Одеському регіоні. В Одеському регіоні збитково у 2009р. спрацювало 41,6% малих підприємств [1]. Усе ще зберігаються головні негативні моменти, серед яких слід зазначити такі: їх інвестиційна непривабливість, незадовільна галузева структура, незадовільний фінансовий стан, нерівномірний розвиток по регіонах, зношеність основних фондів, використання відсталих технологій тощо. Отже, досягнутий рівень розвитку малих та середніх підприємств в Україні недостатній для виконання тієї ролі, яку вони повинні виконувати.

Проблемам підвищення ефективності стимулювання розвитку малих і середніх підприємств в економічній науці присвячені праці А. О. Блінова, З. С. Варналія, В. Г. Герасимчука, В. П. Грузінова, С. Ф. Покропівного та багатьох інших. Проте невирішеною залишається низка теоретико-методологічних питань щодо особливостей підвищення ефективності стимулювання розвитку малих та середніх підприємств у реальному секторі в умовах загострення кризових явищ.

Метою нашого дослідження є визначення основних організаційно-економічних важелів стимулювання розвитку малих і середніх підприємств.

На нашу думку, під розвитком підприємства розуміється процес змін, які відбуваються під впливом внутрішніх та зовнішніх факторів внаслідок адаптації підприємства до вимог зовнішнього середовища шляхом цілеспрямованих внутрішніх змін, протягом якого воно змінює свій стан і характеристики які

приводять до якісних перетворень у цілому з появою якісно нових елементів і властивостей. Перелік засобів стимулювання розвитку малих і середніх підприємств не має вичерпного характеру, оскільки ці засоби не виключають усього різноманіття інструментів впливу на їх розвиток. Сформувавши єдиний механізм стимулювання їх розвитку досить важко, тому що кожен механізм вирішує певні проблеми малих і середніх підприємств. З одного боку, пряме стимулювання малих і середніх підприємств сприяє їх розвитку, а з іншого – цей варіант знижує стимули до розвитку, прояви ініціативи й самостійності, на відміну від непрямой підтримки, що зміцнює їх економічну волю, і це більше сприятливим в умовах ринкової економіки [2 с. 195].

На нашу думку, заходи щодо стимулювання розвитку малих і середніх підприємств повинні спрямовуватися на пом'якшення або усунення об'єктивних ринкових перешкод, які знижують їхню життєздатність, отримання очікуваних результатів праці та досягнення цілей, прибутку, інвестицій, мінімізації ризику тощо. Реалізація зазначених цілей стимулювання їх розвитку повинна забезпечуватися як на зовнішньому, так і на внутрішньому рівнях. На наш погляд, зовнішнє середовище підприємства постійно змінюється, тому найважливішим завданням підприємства є забезпечення його адаптації до його змін [3 с. 297]. Підвищення ефективності стимулювання розвитку малих і середніх підприємств вимагає системного підходу до вирішення цієї проблеми в контексті управління стимулюванням розвитку малих і середніх підприємств як на зовнішньому, так і на внутрішньому рівнях. Розглянемо окремі організаційно-економічні важелі підвищення ефективності стимулювання розвитку малих і середніх підприємств.

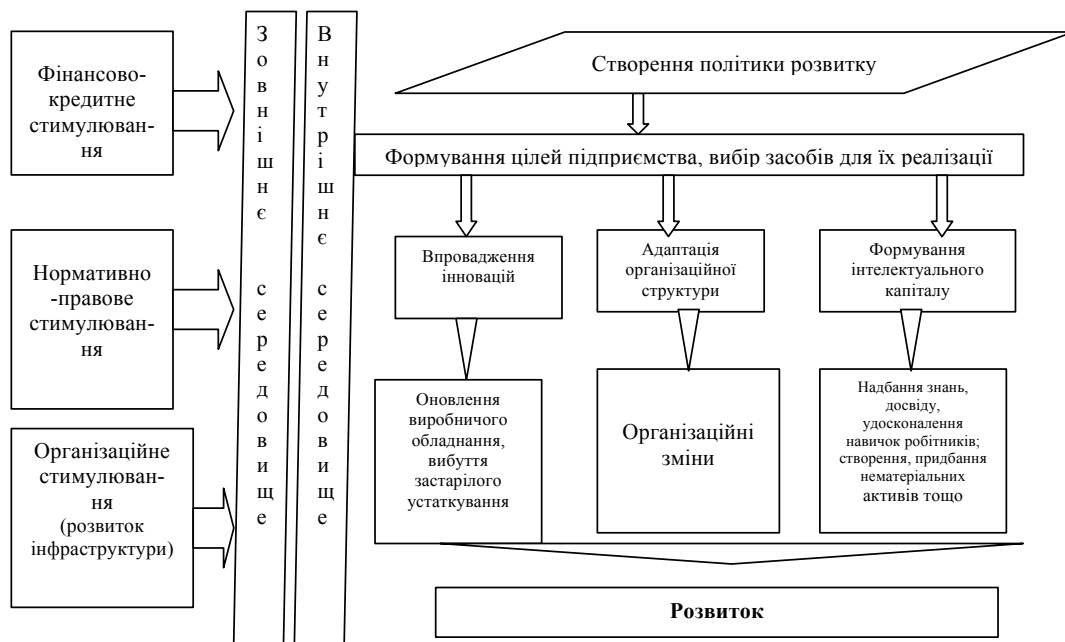


Рис. 1. Організаційно-економічні важелі підвищення ефективності стимулювання розвитку малих і середніх підприємств

Для підвищення ефективності стимулювання малих і середніх підприємств необхідна активізація їхніх внутрішніх можливостей. На наш погляд, важливими складовими механізму стимулювання розвитку малих і середніх підприємств на внутрішньому рівні мають бути зміни в організаційній структурі підприємства, впровадження підприємством інноваційних технологій та створення політики розвитку підприємства, формування інтелектуального капіталу.

Висока динамічність зовнішньої середовища потребує швидкого реагування підприємства на постійні його зміни. Важливою складовою механізму його внутрішнього розвитку є зміна організаційної структури підприємства, яка дозволить підприємству не тільки адаптуватися до змін, що відбуваються у навколишній середовищі, але й створювати нові можливості для розвитку.

Зазначимо, що організаційна структура підприємства являє собою форму поділу, кооперації праці у сфері управління й впливає на процес функціонування підприємства. Будь-яке підприємство, у т.ч. мале й середнє, як правило, у своїй діяльності обмежене величиною виробничих і фінансових ресурсів. Отже, підприємство повинно ефективно використовувати свій персонал та обладнання. Досягнути це можна за допомогою відповідної системи організації управління виробництвом і збутом продукції підприємства. В сучасних умовах господарювання одним із головних завдань підприємства є постійне змінення організаційної структури підприємства, яка б відповідала його функціям та дозволяла з високим рівнем ефективності досягати поставлених ним цілей. Ефективне функціонування організаційної структури підприємства, яка може складатися з певної кількості рівнів, вимагає розробки правил, інструкцій і процедур, що робить структуру управління підприємством громіздкою, негнучкою, не здатною оперативно

реагувати на ситуацію. Отже, чим досконаліша організаційна структура підприємства, тим ефективніше його робота. Тобто організаційна структура підприємства повинна постійно вдосконалюватися відповідно до мінливих умов, що дозволить підприємству швидко реагувати на запити споживачів, а з іншого боку, зробити процес прийняття рішень більш діючим, допоможе створювати більш гнучкі управлінські рішення, об'єднати розрізнені ланки виробництва. На нашу думку, однозначних рекомендацій щодо використання конкретних організаційних структур немає, що визначається специфікою діяльності самого підприємства й особливостями ринку та галузі.

Розглянемо наступний блок внутрішнього механізму стимулювання розвитку малих і середніх підприємств – впровадження інновацій. Інновації є головним механізмом втілення технологічних нововведень, які забезпечують розвиток підприємства. Зазначимо, що збільшення обороту й зростання виробництва на малих і середніх підприємствах залежать саме від інновацій. Впровадження інноваційних технологій стає ключовим стратегічним параметром розвитку будь-якого підприємства й економіки в цілому. За рахунок інновацій підприємство може підвищити свою ефективність і конкурентоспроможність, впровадження інновацій сприяє одержанню більш високого прибутку. Використання більш високоєфективних компонентів чи матеріалів, часткова зміна технічних підсистем приводять до підвищення гнучкості виробництва, заміни застарілих видів продукції та поступового вдосконалення традиційних технічних засобів виробництва. Отже, малим і середнім підприємствам для свого розвитку необхідно у зв'язку з підвищенням вимог споживачів, скороченням життєвого циклу товарів і послуг, з загостренням конкурентної боротьби постійно вдосконалювати свої товари й послуги, а також розробляти нові.

Однак, впровадження інновацій підприємством вимагає досить великих коштів. Тобто впровадження інновацій передбачає визначення необхідного обсягу коштів, пошук їхніх джерел та обґрунтований розподіл цих коштів за такими напрямками: оновлення виробничого парку, поліпшення існуючого устаткування, автоматизація виробничих процесів, впровадження нових та сучасних технологій з забезпеченням норм екологічної безпеки, що, у свою чергу, призведе до створення нових видів продукції, удосконалення вже існуючих видів продукції, поліпшення якості та розширення асортименту продукції, зростання обсягів виробництва, скорочення виробничих площ тощо.

Зазначимо, що основними джерелами впровадження інновацій є власні та залучені кошти. Так, у структурі власних коштів головну роль відіграє прибуток, який лишається після сплати податків та інших обов'язкових платежів. Однак, зазначимо, що станом на 01.01.2010 р. більше 60% малих і середніх підприємств були збитковими. Отже, більшість малих і середніх підприємств не має змоги використовувати впровадження інновацій. Основне джерело – чистий прибуток, оскільки не всі прибуткові малі і середні підприємства мають певний рівень чистого прибутку, достатній для впровадження інновацій. Також до таких джерел можна віднести поряд з амортизаційними відрахуваннями іммобілізацію в інвестиції частини зайвих оборотних активів, реінвестування шляхом продажу частини зайвих надлишкових основних фондів, довгострокові вкладення минулих періодів, строк погашення яких закінчується цього року, страхові суми відшкодування збитків, викликаних втратою майна. Однак, їхня частка в загальному обсязі та джерелах формування власних коштів невелика.

Здатність підприємства до впровадження інновацій залежить від прибутковості роботи самого підприємства, наявності власних фінансових ресурсів та можливості використати позичені кошти. Отже, підприємству треба оптимально використовувати необхідні ресурси. Підкреслимо, що пільгова амортизаційна політика в поєднанні з політикою кредитної експансії дозволить підтримувати нормальний рівень фінансування. Держава може лише встановити граничні нормативи, які не можна перевищувати. Отже, використання невеликих норм амортизації дасть змогу малим і середнім підприємствам вкладати свої кошти у проекти, які мають низьку норму прибутку.

Для забезпечення інноваційного процесу розвитку підприємству також необхідний і інтелектуальний капітал, який в сучасних умовах стає поряд з виробничим і фінансовим одним з найважливіших стратегічних ресурсів організації та визначальною передумовою реалізації інновацій. Метою впровадження інновацій на підприємстві є створення довгострокових конкурентних переваг, тобто інноваційна діяльність повинна розглядатися як здатність підприємства та її персоналу до постійної адаптації до вимог ринку. А це означає необхідність формування інтелектуального капіталу підприємства.

Зазначимо, що нова економіка характеризується виділенням нових ресурсів підприємства – інтелектуальних. Інтелектуальний капітал є основним капіталом, який відіграє провідну роль в постіндустріальній економіці, одночасно виконуючи роль генератора нових знань. Інтелектуальний капітал формується інформацією та знаннями і володіє особливою властивістю – здатністю до самозростання у процесі використання.

Інтелектуальний капітал має різноманітні форми прояву: покращання обслуговування, здібності працівників, вміння вирішувати певні проблеми, позиція підприємства на ринку, технологій тощо. Формування інтелектуального капіталу малих і середніх підприємств можна розділити на три складові: людський, організаційний, інтерфейсний капітали. Людський, організаційний та інтерфейсний капітали постійно взаємодіють один з одним. Така взаємодія сприяє формуванню та збільшенню інтелектуального капіталу.

На наш погляд, розвиток людського капіталу є необхідною умовою розвитку підприємства. До людського капіталу, як правило відносяться знання, навички, кваліфікація, досвід, творчі здібності працівників тощо. Для успішної реалізації політики розвитку підприємства необхідне створення ефективної системи розвитку персоналу підприємства, зокрема своєчасне й ефективне проведення навчання та підвищення кваліфікації працівників. Так, розвиток підприємства вимагає підготовку працівників до виконання нових функцій, займання нових посад, розв'язання нових завдань. Потреба підприємства в підвищенні кваліфікації її працівників може бути зумовлена змінами внутрішнього та зовнішнього середовища, вдосконаленням процесу управління, освоєнням нових видів і сфер діяльності. Зазначимо, що підвищення кваліфікації спрямоване на підтримку і вдосконалення професійного рівня персоналу. Підвищення кваліфікації менш тривале і значно дешевше, ніж підготовка нового працівника. Також зазначимо, що працівники мають змогу здобути і післядипломну освіту на базі університетів та консалтингових компаній. Підкреслимо, що центром управління людським капіталом на більшості підприємств є відділ кадрів, але не на всіх малих підприємствах є відділ кадрів. Ця функція, як правило, покладена на керівників самих підприємств, які діють інтуїтивно. Зазначимо, що багато керівників не мають фінансових можливостей вирішувати питання розвитку свого персоналу. На наш погляд, керівництву малих і середніх підприємств потрібно будувати спеціальні мотиваційні механізми персоналу за успішне навчання та залучати їх до творчої діяльності.

Так, при вдосконаленні інтелектуального капіталу необхідно підвищувати не тільки рівень освіти і кваліфікацію персоналу, а й здатність працівників мислити креативно, генерувати нові ідеї, готовність сприймати ці ідеї, посилити зацікавленість самих працівників у результатах навчання.

До організаційного капіталу підприємства відносяться патенти, ліцензії, ноу-хау, комп'ютерні програми, бази даних, технологічні карти, інструкції працівників, товарні знаки тощо. Конструкторська, технологічна, експлуатаційна, ремонтна та інша документація, якою володіє підприємство, наявність сертифікатів відповідності стандартів якості та системи управління якістю вимогам екологічної безпеки свідчать про високий рівень організаційного капіталу і ступінь його правової захищеності.

Інтерфейсний капітал включає в себе зв'язки з економічними контрагентами, інформацію про них та історію відносин з ними, наявність постійних покупців, торговельну марку (бренд), імідж, ділову репутацію. Так, наявність сталих налагоджених зв'язків з контрагентами підприємства свідчить про високий рівень інтерфейсного капіталу і здатність до його реалізації. Також особливо важливими є імідж та репутація компанії, наявність добре налагодженої збутової мережі та системи товароруку. Отже, підприємству необхідна добре налагоджена система взаємозв'язків і взаємодій підприємства з економічними контрагентами, яка підвищить його конкурентоспроможність та буде сприяти його розвитку.

Як зазначалось вище, зовнішнє середовище підприємства перебуває у стані змінюваності та динаміки, що вимагає створення політики розвитку підприємства. У свою чергу, створення політики розвитку підприємства передбачає формулювання цілей підприємства й вибір засобів для їхньої реалізації. Досягнення балансу між і короткостроковими результатами (обсягом продукції, що реалізується продуктивністю праці, прибутковістю бізнесу підприємства) повинно погоджуватися з розвитком підприємства за рахунок створення політики розвитку підприємства, зміни організаційної структури, впровадження інноваційних технологій.

На макрорівні стимулювання розвитку малих і середніх підприємств повинне вдосконалюватися в наступних напрямках: нормативно-правове, фінансово-кредитне, організаційне. В умовах кризи для підвищення ефективності стимулювання розвитку малих і середніх підприємств особливу увагу треба приділити заходам фінансово-кредитної підтримки малих і середніх підприємств, а саме: створенню сприятливих умов для їх доступу до фінансово-кредитних ресурсів [4 с. 210].

Шляхом вдосконалення нормативно-правового стимулювання розвитку малих і середніх підприємств повинне бути спрощення довгострокових і дорогих дозвільних процедур, що регулюють діяльність суб'єктів малого підприємництва. Також запропоновано змінити систему контролю над діяльністю малих і середніх підприємств: встановити регламентні строки, періодичність і послідовність контрольних перевірок різними органами, виключити практику дублювання перевірок різними підрозділами однієї й тієї ж структури.

Дієвим елементом інфраструктури підтримки малих і середніх підприємств має бути створення розгалуженої системи інститутів, що забезпечують потреби малих і середніх підприємств у ресурсах (фінансових, майнових, технологічних, кадрових, інформаційних тощо) за рахунок держави із залученням коштів, об'єднань підприємців, з приватних джерел на некомерційній основі (субсидування, гранти, добродійність та ін.). Запропоновано створення постійно діючого виставкового комплексу для малих і середніх підприємств, у рамках якого будуть активно забезпечуватися відповідною інформацією вітчизняні та закордонні організації.

Отже, планомірний організаційний розвиток підприємства, впровадження ним інноваційних технологій повинні здійснюватися на підставі політики розвитку підприємства, що передбачає наявність сукупності цілей, принципів, правил, завдань, реалізація яких дозволить досягти підприємству бажаного результату, спираючись на кредитну політику підприємства та саме фінансування.

Література

1. Офіційний веб-сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Куклінова Т. В. Розвиток малих та середніх підприємств: проблеми аналізу та ефективності / Т. В. Куклінова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2007. – № 4, Т.1(94) – С. 193–196 (0,36 д.а.).
3. Куклінова Т. В. Ефективність діяльності та стимулювання розвитку малих та середніх підприємств : [монографія] / Т. В. Куклінова // Ефективність реструктурованих господарських систем: проблеми і фактори підвищення ; [за заг. ред. В. І. Осипова]. – Одеса : Атлант, 2008.
4. Куклінова Т. В. Особливості фінансово-кредитної підтримки малих і середніх підприємств в умовах кризи : [монографія] // Економіка підприємства в умовах ринкових перетворень ; [за заг. ред. О. Г. Янкового]. – Одеса : Атлант, 2010.

Надійшла 11.03.2011

УДК 338.332

Ю. В. ЛИСЕНКО

Обласний комунальний вищий навчальний заклад «Інститут підприємництва «Стратегія», м. Жовті Води

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ІНВЕСТИВАННЯ ЯК ФАКТОРА ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

У статті розглянутий методологічний підхід до визначення термінологічної основи інвестування як фактора економічного розвитку. Побудована термінологічна модель інвестиційної системи. Розкриті змістовні рівні базових понять інвестування.

In the article the methodological going is considered near determination of terminology basis of investing as factor of economic development. The terminology model of the investment system is built. The rich in content levels of base concepts of investing are exposed.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційний процес, інвестиційна діяльність, управління, підприємство, модель, інвестиційна система.

Вступ

Економіка країни знаходиться на такому етапі розвитку, коли проблеми досягнення стабільного економічного зростання стають ключовими. Реалізація завдань розвитку ринкової економіки України, особливо у виробничій сфері, не призвела до очікуваного значного зростання ефективності виробництва як на мікро-, так і на макрорівні.

Більшість вітчизняних підприємств не має достатнього обсягу ресурсів навіть для забезпечення простого відтворення, триває фізичний і моральний знос виробничого потенціалу. Отже, в таких умовах інвестування в розвиток підприємства є однією з головних умов його життєдіяльності.

На сьогодні вітчизняні підприємства не мають потрібного теоретичного підґрунтя та методичного інструментарію щодо розробки ефективної інвестиційної політики. Негативні наслідки має недооцінка багатьма підприємцями теоретичного обґрунтування практичних інвестиційних рішень. Розвиток реформаційних процесів підтвердив неможливість такого підходу до вирішення завдань розвитку ринкових відносин. Разом з тим стає очевидною необхідність глибоких наукових досліджень усього комплексу проблем інвестиційної діяльності підприємств України [3].

Науковий аналіз проблем інвестиційної діяльності здійснений у працях багатьох українських науковців: О. Амоші, М. Білик, І. Бланка, Б. Букринського, М. Герасимчука, Н. Дацій, В. Демидовича, М. Корецького, А. Мерзляк, А. Пересади, П. Рогожина, М. Чумаченка, В. Федоренка, В. Шевчука, О. Ястремської та зарубіжних – Л. Гітмана, М. Джонка, Дж. Кейнса, Д. Норткотта, У. Шарпа [1, 3, 6, 8]. Не заперечуючи значимість результатів проведених даними авторами досліджень, необхідно відмітити, що понятійні основи інвестиційної проблематики потребують обов'язкового доопрацювання з метою впровадження теоретичних основ в практику управління підприємствами.

Метою статті є уточнення понятійної бази інвестиційної проблематики в рамках функціонування підприємств. Основним завданням є побудова послідовної термінологічної бази інвестування.

Основний розділ

В сучасних економічних умовах для керівника любого рівня (державних органів, комерційних фірм, інвесторів, кредитних установ) всю більшу значущість набуває застосування ефективних методів аналітичних досліджень і управління в області інвестиційної діяльності [2].

Інвестування як самостійна наука сформувалася відносно недавно і до тепер в економічній літературі немає єдиного розуміння й тлумачення таких основних моментів для прийняття управлінських рішень із питань інвестицій, як інвестиційний процес, сутність і структура інвестиційного ринку,