

ринок, вирішити питання щодо залучення ресурсів та зміцнити національну конкурентоспроможність у довгостроковій перспективі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Черненко В.М. Стадії становлення фондового ринку України та парадигма його успішного реформування. // Вчені записки Університету «КРОК». – 2011. – Випуск 27: у 2-х т. – Т. 2. – с. 115-120.
2. Поплавська М.В. Особливості формування фондового ринку України. // Економіка та держава. - 2011. - №2. - с. 79-81
3. Проект розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Програми розвитку фондового ринку на 2011- 2015 роки», схвалений рішенням Комісії від 21.09.2010 року № 1478 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ssmsc.odessa.gov.ua/>
4. Жилякова О.В., Поставний А.О. Проблеми розвитку фондового ринку України. // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі і послуг. – 2010. – Випуск 2 (12). – с. 485 – 490.
5. Закон України “Про цінні папери та фондовий ринок”. 23 лютого 2006 р. № 3480 - IV із змінами і допов.
6. Діденко В. М., Олійник В. В. Тенденції, проблеми та перспективи діяльності фондового ринку в Україні/ В.М. Діденко, В.В. Олійник //Наук. вісник БДФА. Економічні науки: зб. наук. праць/Міністерство фінансів України, БДФА. – Чернівці: Технодрук, 2009. – Вип. 2. – С. 168 – 180.

УДК 330.113: 334.758

АНАЛІЗ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ ДЛЯ ВИЯВЛЕННЯ ЗАКОНОМІРНОСТЕЙ ЕВОЛЮЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ І СОЦІАЛЬНИХ АСПЕКТІВ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ І СЕРЕДНІХ ФІРМ, ЩО ДІЮТЬ В УКРАЇНІ

Морозова О.Г. – к.е.н., доцент, Херсонський НТУ

Постановка проблеми. Аналізуючи суспільний розвиток України з позицій економічних (продуктивність праці, технологічність і рентабельність виробництва) і соціальних (стан соціальної справедливості, рівень тінізації економіки) показників, експерти відзначають їх яскраво виражену нерівномірність. Ситуація найближчими роками лише посилиться: очікується, що рівень економічної ефективності 2008 р. буде досягнутий лише в 2015 р. Рівень же соціальної справедливості до 2017 р. знижуватиметься, про що свідчать зниження долі оплати праці у вартості продукції, що випускається, і зростання тіньової економіки. Як відзначає В. Мандибура, інституціоналізація економіки можлива лише за рахунок достатньо щільної правової інфраструктури, оптимально поєднуючої норми приватного і суспільного права, розвитку інститутів державного контролю, ефективної взаємодії приватного і державного секторів, пробудження суспільної свідомості і зростання право-

вої культури населення. [1, с.94]. Стимулювати розвиток соціально відповідальної індивідуальної підприємницької діяльності, може цілеспрямоване, продумане, комплексне використання інструментів економічної політики держави. Прагнення до індивідуального інтересу повинне супроводжуватися пошаною до інтересів інших, заповзятливість і ініціативність – пошаною до законів і суспільних норм, а культура вжитку – пошаною до праці і його носія – людини. Для інституційної мотивації підприємництва і належного розвитку в Україні необхідно сформувати його повноцінний інституційний базис [2, с.12]. Світовий досвід свідчить, що великим, потенціалом у напрямі соціалізації господарської діяльності володіє малий бізнес. Виникнувши тисячі років назад, він став історичним передвісником індустріалізації і сучасної промисловості. Перетворюючись з мануфактури у фабрики і заводи, малий бізнес демонстрував унікальні здібності самозбереження [3, с.183]. Саме до потенціалу малого бізнесу в ході сучасного реформування економіки України, апелюють громадські і політичні діячі. Особливо важлива роль малого бізнесу в реалізації соціальної функції. Забезпечуючи робочі місця для різних верств населення, він виступає амортизатором в знятті соціальної напруженості. Благополуччя, що створюється своєю працею, робить людину гідною, відповідальною. У малій фірмі працедавець і найнятий робітник максимально наближені один до одного, дистанція між ними мінімальна.

Стан вивчення проблеми. У контексті виявлення закономірностей еволюції розвитку малого і середнього бізнесу, що діють, важливими є дослідження зарубіжних учених А.Алчиана, У.Баумоля, Х.Демсеца, Р.Коуза, А.Маршалла, Д.Норта, Дж. Робінсон, П.Самуельсона, О.Уїльямсона, Дж. Хикса, Е.Чемберліна, інших авторів. А також в працях учених пострадянського простору: Т.Артемової, В.Баліцкої, А.Гальчинського, В.Гончарук, О.Горняк, А.Гріценко, В.Дементьєва, Т.Долгопятової, Л.Доленко, Г.Клейнера, К.Максимової, Н.Розанової, Л.Федулової, Л.Щинкарук, М.Якубовського, О.Яременко і інших. В той же час системне теоретичне дослідження еволюції фірми, започатковане представниками неоінституціонального напрямку в економічній науці, залишається далеко незавершеним. Це створює значні перешкоди для концептуального усвідомлення і обґрунтування шляхів становлення інформаційного суспільства в Україні, ускладнює процеси реформування підприємницького сектора економіки у напрямі зміцнення його конкурентоспроможності в умовах посилення глобальних соціально-економічних викликів.

Завдання і методика дослідження. Головним завданням даної статті є аналіз розвитку бізнесу зарубіжних країн для виявлення закономірностей еволюції економічних і соціальних аспектів діяльності малих і середніх фірм, що діють, в Україні.

Методологічне забезпечення дослідження базується на системному підході до вивчення досліджуваних процесів. Теоретична база ґрунтується на фундаментальних положеннях сучасної економічної теорії, теорії фірми, теорії управління, працях провідних вітчизняних і зарубіжних учених.

Результати дослідження. Для виявлення закономірностей еволюції, що діють, цікавий зарубіжний досвід розвитку малого бізнесу, доля якого у ВВП найбільших країн складає більше 50 % [4, С.183]. У Європейському союзі налічується понад 20 млн. суб'єктів малого і середнього бізнесу, які забезпечують

більше половини загального товарно-грошового обігу і доданої вартості, близько 70% зайнятості. Як локомотив соціально-економічного розвитку, ці фірми отримують відчутну допомогу від держави у формі податкових пільг і інфраструктури. Унікальна система підтримки малого бізнесу в Європі сформувалася в 1970-х рр., унаслідок усунення адміністративних бар'єрів і проведення соціальних реформ [5]. Сьогодні підтримка малого бізнесу в ЄС має форму податкових, амортизаційних, кредитних, інвестиційних, консультативних, інфраструктурних, тарифних пільг. Малі фірми стали займати ніші, у сфері обслуговування, у фінансовій, виробничій і науковій інфраструктурі. На перший погляд, малі фірми спочатку програють великим – більше платять за кредит, сировину і енергію; не контролюють ринок; не здійснюють лобіювання; «за визначенням є жертвою бюрократії» [6, с.249]. Подібні висновки, проте, спростовує досвід Італії, де на початку XXI ст. середній розмір фірми склав 3,9 зайнятого. Таке домінування дрібних фірм (95-97 % їх загального числа) не має аналогів в світі. Причиною економічного успіху італійського бізнесу є промислові округи – однорідні місцеві виробничі системи із значною концентрацією високоспеціалізованих дрібних і середніх фірм [7, с.32]. Дж. Бекаттіні ввів нову одиницю аналізу – промоколо або дискрит, що позначає господарську територію зі всією багатозначністю її зв'язків, а також розвинув поняття зовнішньої економії і індустріальної атмосфери, свого часу запропоновані А. Маршаллом.

Економія від масштабу в промоколі, внутрішня для крупної фірми і для території, є зовнішньою для окремих виробників. Індустріальна атмосфера означає зв'язки фірм з традиціями, минулим досвідом, що покращує якість робочої сили, сприяє обміну інформацією і інноваціям, ослабляє соціальну напруженість. Ринок праці в окрузі, як правило, багатий людьми, готовими почати власну справу, «промоколо виробляє не товар, а підприємця». Симбіоз конкуренції і кооперації додає дискритам їх рідку життєздатність. Навіть кризи вони переносять краще ніж крупні корпорації. Сьогодні в Італії близько 200 промислових округів, де живе близько 25% населення і працюють 10% зайнятих, які дають 46 % експорту країни. Фірми, аби користуватися перевагами участі в окрузі, повинні відповідати умовам укоріненості в місцевому соціумі і володіти здатністю «виділяти речовину соціального склеювання». Сильною стороною промокол є їх інституційна специфіка і облік соціальних чинників розвитку. Так, Р. Херрігел вказує на широкий розвиток допоміжних інститутів – профучилищ, банків, програм галузевих досліджень, які укріплюють соціальну структуру промокола, стимулюють кооперацію, пом'якшують конкуренцію [8, с.47].

Повчальний досвід розвитку малого бізнесу у Фінляндії. Чесність і прозорість – визначальні риси етичного підприємництва – є компонентами життя і правилом ведення бізнесу в країні з найнижчим рівнем корупції. Динамізм економіки обумовлений гнучкістю системи державно-суспільної і приватної підтримки малих фірм, що включає гарантування, мікрокредитування, венчурне фінансування. Успішним стало перетворення малих міст і сіл на інноваційні бізнес-інкубатори. Зміцнення економічного і інноваційного потенціалу сприяє зростанню добробуту людей і авторитету країни в світі. У Великобританії малі і середні фірми забезпечують 58% зайнятості і 52% національного обігу. Законодавство передбачає спрощену реєстрацію індивідуальних підприємців. Для ма-

лих фірм найпривабливішими видами діяльності є операції з нерухомістю, НІ-ОКР, торгівля, побутові послуги, виробництво і ін. [9, с.94-95]. У Германії уряд здійснює фінансову і технологічну підтримку малого підприємництва. Існують спеціально розроблені програми для його розвитку у сфері науки [10]. У Іспанії активізація малого бізнесу почалася в 70-х рр. ХХ ст, і сприяла подоланню безробіття, поліпшенню економічної ситуації в цілому. Успіхи малого бізнесу і його соціальну спрямованість забезпечує увага уряду до тих його суб'єктів, які беруть участь в соціальній політиці, створюють додаткові робочі місця для студентів, жінок, іммігрантів і розвивають економічно відсталі регіони. Держава створює суспільства взаємного гарантування і взаємного фінансування, організації по захисту інтересів малого підприємництва; реєстрація фірми і здобуття ліцензії займає не більше 24 годин.

Успішний досвід розвитку малого бізнесу в Китаї. Урядом було прийнято рішення про переорієнтацію економіки з ресурсоемних виробництв на підприємства малого бізнесу. В результаті – магазини більшості країн світу заповнені дешевими товарами, виробленими малими фірмами Китаю. Уряд стимулює приватні фірми, що працюють у сфері електроніки і ПЗ. У країні максимально понижені бюрократичні і податкові бар'єри для відкриття фірм. Як результат – малого бізнесу припадає на частку до 50% податкових вступів і до 60 % об'єму експорту. У Південній Кореї малий бізнес зіграв ключову роль у відновленні економіки після фінансової кризи 1997-1998 рр.

У Японії малий і середній бізнес складає 99,7% всіх національних компаній. Так звана «японська модель» взаємодії крупного і малого бізнесу передбачає, що малі фірми виступають субпідрядниками великих. Оскільки малі фірми не мають засобів для підвищення кваліфікації співробітників, їх додаткова освіта фінансує уряд. Для подолання наслідків кризи вводяться нові форми допомоги, наприклад, скорочення податків на соціальні витрати малих і середніх фірм.

Безумовно, все це говорить, що, з одного боку, інституційне середовище перерахованих країн досить сприятливе для розвитку фірми, і багато в чому сприяє реалізації національним бізнес-сектором принципу соціальної відповідальності. З іншого боку, малий бізнес, через різні причини сам по собі орієнтований на соціалізацію економіки. Відмічені ефекти один одного підсилюють: інституційні умови сприяють розвитку малого бізнесу, він, у свою чергу, реалізує соціальну функцію в сприятливому йому зовнішньому середовищі. Так, держава, усвідомлюючи важливість інституту фірми для економічного і соціального прогресу, створює необхідні умови для його розвитку. Сьогодні, проте, не малий бізнес, а ТНК визначають внутрішню і зовнішню політику держав, законотворчість, ідеологію, все агресивніше захоплюють економічний і інформаційний простір. Тотальний корпоративний глобалізм ТНК розцінюється як реальна загроза розвитку світової спільноти. Сьогодні від наслідків діяльності ТНК страждають і країни третього світу, і процвітаючий Захід. Корпорації одна за одною скорочують персонал в Європі. У 2005 р. International Business Machines оголосила про 10 тис. звільнень в Німеччині, Франції і Італії. У Європі General Motors скоротила 12 тис. чол., а Electrolux закрав 27 фабрик: через дорогу робочу силу виробництва були перенесені до Східної Європи і Мексики. Sony закрила фабрику по виробни-

цтву телевізорів в Уельсі. Варто відзначити дію корпорацій на довкілля, здатну привести до техногенної катастрофи.

У зв'язку з цим необхідна відмова від пропонованої ТНК моделі переспоживання, яка стала не стільки економічною, скільки індустріально-культурною формою життя. Відновлення рівнозначності економічної ефективності і соціальної справедливості в трансформаційній економіці можливо лише через дотримання етичних принципів господарюючими суб'єктами, через ухвалення економічних рішень виходячи з моральних норм. Будь-яка фірма є відкритою системою, існує в суспільстві, завдяки суспільству, використовуючи ресурси суспільства, що вимагає вибудовування гармонійних стосунків з довколишньою дійсністю. Розуміння і перейняття на себе соціальної відповідальності повинні стати для представників бізнесу життєво необхідною потребою, як і дотримання цілям економічної раціональності. Значення соціальної відповідальності бізнесу як важеля відновлення рівноваги на мікро- і макрорівні особливо велике в трансформаційній економіці, оскільки він, володіючи величезними фінансовими і матеріальними ресурсами, в змозі сприяти вирішенню великомасштабних соціальних проблем і кардинально вплинути на якість життя як в окремому місті і регіоні, так і в країні в цілому. Теоретичним фундаментом корпоративної соціальної відповідальності поняття екстерналий, тобто зовнішніх ефектів від основної діяльності економічного агента (фірми), що впливає на треті обличчя. Негативний зовнішній ефект має місце при виробництві благ з істотним забрудненням довкілля, що обертається для населення високою захворюваністю і скороченням тривалості життя. Подібні ефекти зазвичай не відбиті в цінах і завданого збитку стейкхолдерам не компенсується. Скоротити виробництво з негативними зовнішніми ефектами дозволяє трансформація зовнішніх ефектів у внутрішні за рахунок: приватного, державного і судового врегулювання (наприклад, за допомогою запропонованих А. Пігу податків, що корегують). Крайнім засобом може бути навіть націоналізація проблемних сфер діяльності. Корпоративна соціальна відповідальність виступає формою приватного врегулювання конфлікту інтересів компанії і суспільства, яке здійснюється в результаті переговорів між суспільством і бізнесом. Ці переговори рідко приймають явні форми, хоча в розвинених країнах практикуються «круглі столи», суспільні дискусії, кампанії в пресі. Так набирає сили «суспільна ліцензія» компанії, тобто згода суспільства. При цьому компанія або утримується від дій, що порушують екологічні, соціальні, економічні і інші права стейкхолдерів, або компенсує збиток за рахунок соціальних інвестицій.

Таким чином, соціальна відповідальність фірми є альтернативою державному регулюванню у вирішенні проблеми екстерналий. Проте в соціальній відповідальності є серйозні переваги, і саме тому це явище прийняло настільки широкі масштаби. Чим вище централізація державних ресурсів і повноважень, тим вище і потреба в соціальній відповідальності бізнесу. Так, якщо податкова і бюджетна сфери сильно централізовані, регіони позбавлені «своїх» грошей, але обтяжені зобов'язаннями і проблемами, місцеве співтовариство шукає допомоги в бізнесу. У Росії навіть виник феномен, коли компанії «вибачають» ухилення від податків в обмін на соціальні інвестиції до місцевих бюджетів. Важливою і незрідка неврахованою умовою ефективнос-

ті соціальної відповідальності фірм є наявність соціального капіталу. При його дефіциті можливість досягнення ефективних угод між фірмами і суспільством сумнівна. Якщо громадяни не інформовані і не готові до колективних дій – вони ніколи не зможуть відстояти свої інтереси. Навпаки, в разі браку соціального капіталу суспільство слабо представлене в діалозі з компаніями, виникають вузькі групи інтересів, вигідні «сепаратні» угоди, що укладають з компаніями. При цьому для суспільства позитивна дія соціальної відповідальності буде нульовою тобто економічної сили відносно інших учасників і можна говорити про так звані «пануючі фірми». Нав'язати такій фірмі принцип соціальної відповідальності ззовні украй складно. Володіючи цією владою, наприклад, монополізуючи ринок, фірма може змусити своїх контрагентів відмовитися від їх очікувань.

Висновки. Соціальна орієнтація фірми визначається співвідношенням владного потенціалу фірми і її зовнішніх агентів. Розподіл ресурсів між різними цілями залежить не від міри їх соціальної значущості, а від співвідношення владного потенціалу їх носіїв. Даний підхід пояснює, чому теорія соціальної справедливості реалізується українськими фірмами украй неохоче. Причина пасивності фірм – у відсутності владного потенціалу стейкхолдерів. Сьогодні в Україні інститут держави і інститут фірми доки не знайшли прийнятної для суспільства моделі взаємин. Умови для розвитку соціальної відповідальності фірм формуються повільно і суперечливо, переважно прямими методами; система корпоративної соціальної відповідальності, учасниками якої є бізнес, держава і суспільство, фактично відсутня. Це робить актуальним дослідження досвіду економічно розвинених європейських країн по регулюванню соціальної відповідальності бізнесу за допомогою:

- надання соціальних послуг;
- спонсорства і добродійності;
- спільного використання соціально значимих об'єктів державної власності;
- залучення компаній до альянсів і партнерств для участі в державних, регіональних і муніципальних програмах, взаємодія з місцевим співтовариством і місцевою владою;
- забезпечення безпеки праці і справедливих трудових доходів;
- створення робочих місць і підвищення їх якості, розвиток людських ресурсів і системи безперервної освіти працівників;
- участь працівників в управлінні компанією, пенсійне забезпечення, підтримка сімей працівників і надання ним соціальних послуг;
- вирішення екологічних і соціальних проблем, розвиток виробництва товарів громадського вжитку і відповідальність перед споживачами.

Проте вживання досвіду європейських країн в Україні вимагає урахування специфіки моделі соціальної відповідальності фірм; пріоритетна увага працівникам, спрощене розуміння концепції соціальної відповідальності, головна роль держави, переважання прямих методів регулювання і ін. Це передбачає критичне осмислення і адаптацію світового досвіду регулювання соціальної відповідальності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Мандибура В.О. Інституційні чинники забезпечення функціонування державної форми власності в умовах транзитивної економіки [Текст] / Мандибура В.О. // Вісник КНУ ім. Т.Шевченка. – 2005. - №7. –С.8-12.
2. Післякризовий розвиток економіки України: засади стратегії модернізації [Текст]. - К.: НІСД, 2011. – 66 с.
3. Адамов Б.И. Малый бизнес как трудовая экономика и функция власти [Текст] / Адамов Б.И. // Економіка промисловості –2010.–№1.–С.183-190.
4. Малый бизнес в развитых странах. От 29.05.2010 [Текст]. – [Електронний ресурс]. – Доступен с: <<http://www.kreditbusiness.ru/foreignbusiness.html>>.
5. Малый бизнес в Европе. От 11.10.2009 [Текст]. – [Електронний ресурс]. – Доступен с: <<http://www.kreditbusiness.ru/foreignbusiness/-biznes-v-evrope.html>>.
6. Becattini G. Il calabrone Italia / Becattini G. – Bologna, "Mulino", 2008. 272 p.
7. Сорокин Д.А. Пути и механизмы взаимодействия малого и крупного бизнеса: зарубежный опыт [Текст] / Сорокин Д.А. // Актуальные проблемы современной науки. –2003.–№ 6. –С.31-39.
8. Herrigel, Gary. Industrial Organization and the Politics of Industry: Centralized Decentralize Production in Germany / G.Herrigel. Ph.D.diss., Department of Political Sciencet, MIT, 1990. –142 p.
9. Дьячкина Л. Малый и средний бизнес Великобритании [Текст] / Дьячкина Л. // Проблемы теории и практики управления.– 2006.–№5.– С.92-102.
10. Малое предпринимательство в Германии: торгово-промышленные палаты 27.02.2009 [Текст]. – [Електронний ресурс]. – Доступен с: <<http://www.kreditbusiness.ru/foreignbusiness>>.

УДК 330.322:330.341.1:330:628.1

**УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ
ПІДПРИЄМСТВ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА**

Непом'яца О.В. - аспірант, Херсонський ДАУ

Постановка проблеми. Управління інвестиційною діяльністю підприємства – це комплекс методів розробки й реалізації управлінських рішень, пов'язаних зі здійсненням інвестиційної діяльності підприємства. Управління інвестиційною діяльністю підприємства виділяють наступні види: державне регулювання інвестиційної діяльності, регіональне управління інвестиційною діяльністю та управління інвестиційною діяльністю на підприємстві.

Стан вивчення проблеми. Огляд економічної літератури показав, що для характеристики інвестиційної діяльності достатньо часто вживаються наступні поняття “інвестиційний розвиток”, “інвестиційна модель розвитку”. Висвітленню цих питань приділено увагу в працях таких фахівців, як І.В. Космидайло, О.І. Амоша, В.М. Гейець, Ж.А. Говоруха, О.І. Волков, Т.О. Скрипко,
