

МІЖРЕГІОНАЛЬНА  
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



МАУП

**В. І. Шпак**

**РОЗВИТОК  
МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА  
В УКРАЇНІ**

(на прикладі Української  
видавничо-поліграфічної  
компанії "Експрес-Об'ява")

3-тє видання, стереотипне

МАУП

Київ 2004

ББК 65.9(4Укр)29  
Ш83

Рецензенти: *В. Б. Захожай*, д-р екон. наук, проф.  
*В. В. Осокіна*, канд. екон. наук, доц., проф. МАУП

*Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом (протокол № 3 від 30.03.04)*

### **Шпак В. І.**

Ш83     Розвиток малого підприємництва в Україні (на прикладі Української видавничо-поліграфічної компанії “Експрес-Об’ява”):  
Наук. вид. — К.: МАУП, 2004. — 3-тє вид., стереотип. — 128 с.:  
іл. — Бібліогр.: с. 118–122.

ISBN 966-608-285-3

Пропонований доробок висвітлює економічні процеси, пов’язані зі становленням та функціонуванням малого бізнесу в Україні на прикладі Української видавничо-поліграфічної компанії, показує розвиток підприємництва у видавничо-поліграфічній та рекламній сферах в умовах перехідної економіки. Тема охоплює економічні процеси в Україні на макро- і мікрорівнях, документи й матеріали, що відображають становлення й розвиток малого та середнього бізнесу на перехідному етапі економіки, кон’юнктуру й розвиток вітчизняного ринку видавничо-поліграфічних та рекламних товарів і послуг, досвід вітчизняних і зарубіжних підприємств у цій сфері.

Для студентів вищих і середніх спеціальних навчальних закладів, майбутніх підприємців, тих, хто тільки розпочинає власну справу, бізнесменів, а також для всіх, хто цікавиться проблемами розвитку підприємництва.

**ББК 65.9(4Укр)29**

© В. І. Шпак, 2003, доп. і перероб.  
© В. І. Шпак, 2004, стереотип.  
© Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП), 2004

ISBN 966-608-285-3

---

## ВСТУП

---

Структурні зміни в економіці, її соціальна й технологічна орієнтація — чи не найважливіші й водночас найскладніші стратегічні завдання розвитку суспільства.

Особливо актуальні ці питання для постсоціалістичних країн, які об'єктивно й вимушено були поставлені в умови трансформації тотальною системною кризою адміністративно-планової економіки. Однак процеси реструктуризації та стратегічної економічної переорієнтації потребують і тривалого часу, і значних інвестиційних ресурсів, і, чи не найголовніше, адекватної державної політики. При цьому, на жаль, не існує вже перевірених практикою остаточних рецептів або обґрунтованого кінцевими результатами досвіду переходу від командних до ринкових умов господарювання. Тому проблеми структурної трансформації в комплексі, як і розвитку всіх її складових, закономірно стають провідними в сучасній економічній науці.

Фундаментальні та прикладні наукові дослідження щодо впливу основних факторів зовнішнього і внутрішнього середовища насамперед необхідні для виходу національної економіки зі стану розбалансування й деформації. Лише наукова база, теоретично обґрунтована і практично апробована за кризи й відсутності можливостей для “експериментів” з правом на помилку, має стати фундаментом загальнодержавної економічної політики, визначення моделі ефективною структури трансформації “перехідної економіки” на макро- і мікрорівнях. Нарешті, досягнення збалансованої структури суспільного виробництва й поглиблення процесів його інтернаціоналізації

має обов'язково враховувати науковий аналіз наслідків структурних перетворень у зарубіжних країнах.

У загальних межах ринкової трансформації виокремлюється мале й середнє підприємництво. Воно справедливо посідає одне з чільних місць у формуванні власне механізму саморозвитку ринку. Адже в умовах дестабілізації економіки, обмеження фінансових ресурсів на-самперед суб'єкти підприємництва, які не потребують великих стартових інвестицій, спроможні за певної підтримки найшвидше і най-ефективніше розв'язати проблеми демонополізації, стимулювати розвиток економічної конкуренції.

Від розвитку підприємництва залежить відродження вітчизняного товаровиробника, створення цивілізованого внутрішнього ринку товарів і послуг. Створюючи нові робочі місця, підприємництво сприяє якісному зростанню місцевих та Державного бюджетів через збільшення податкових надходжень від розширення кола платоспроможних платників. Реагуючи на зміни економічної кон'юнктури більш ефективно, малий бізнес швидше пристосовується до нових умов, він здатний оперативнo перебудовувати виробничий процес, налагоджувати виробництво нової номенклатури продукції, заповнюючи існуючі прогалини на ринку. При цьому діяльність суб'єктів малого бізнесу зорієнтована здебільшого на задоволення місцевих потреб у товарах та послугах — соціальних потреб населення.

Загалом важливий соціальний зміст малого бізнесу переконливо доводить і світова економічна практика. Його можна вважати своєрідним “сектором виживання”, який залучає до сфери продуктивної діяльності значні соціальні верстви, включаючи тих, хто з різних причин втратив роботу, звільнених у запас військовослужбовців, молодь, жінок, працездатних пенсіонерів. Це особливо актуально за обставин перехідної економіки з її характерною особливістю — постійним зростанням кількості людей, для яких соціальна допомога край необхідна.

Позбавлені соціального захисту з боку держави, ці категорії завдяки підприємницькій діяльності можуть вирішити проблему “власного виживання”, ставши незалежними від державних структур. А це — важлива передумова становлення громадянського суспільства, а отже й побудови демократичного суспільства в цілому.

Слід наголосити, і це переконливо підтверджує світовий досвід, саме малий бізнес є головним джерелом інновацій — понад 60 % новітніх розробок здійснено незалежними винахідниками й невели-

кими компаніями. Це досягається специфічними організаційними умовами праці на малих підприємствах. При цьому власники чи керівники малих підприємств, які беруть участь у розподілі прибутків і прагнуть вистояти в конкурентній боротьбі, більше зацікавлені у нових розробках та впровадженні найновіших досягнень НТП, ніж керівники великого підприємства із значно більшою інертністю розвитку. В свою чергу, інновації — прямий шлях до відчутного зниження собівартості кінцевого продукту, а значить і підвищення його конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Тож очевидно, що підприємницька ініціатива в системі малого й середнього бізнесу здатна суттєво прискорити структурні перетворення в народному господарстві, стимулювати цивілізовану конкуренцію, додаткові надходження до бюджету. При цьому відкриваються нові робочі місця, створюються умови для підвищення соціально-економічного становища населення, отримання адекватної зарплатні, а значить — становлення середнього класу — основи стабільності демократичної держави. Отже, у процесі розвитку малого підприємництва відчутно нейтралізується низка негативних політичних і соціально-економічних наслідків, пов'язаних зі структурною кризою, зростанням безробіття, посиленням соціальної напруги в суспільстві.

Проте, на жаль, в Україні сектор малого й середнього підприємництва ще не відіграє в національній економіці такої важливої ролі, як в економічно розвинутих країнах, не розвивається достатньо енергійно для того, аби забезпечити динамічне нарощування власного потенціалу й загальне покращення економічної ситуації у країні. Тому нині вкрай важливо з'ясувати причини такої тенденції, розробити науково обґрунтовані рекомендації щодо усунення і об'єктивних, і суб'єктивних перешкод та стимулювання його розвитку.

З огляду на глибину вказаної економічної проблеми у цьому дослідженні закладено увагу на аналізі видавничо-поліграфічної та рекламної сфер у контексті розвитку малого бізнесу в Україні за перехідної економіки. На загальному тлі всіх компонентів економічної трансформації, специфіки становлення вітчизняного недержавного сектора національної економіки рекламна й видавнича галузі ризняться ще й внутрішніми особливостями, виконуючи, крім сучасних економічних, ще й інші важливі функції загальнодержавного

масштабу, що також суттєво актуалізує обраний напрям наукового дослідження.

Загальним проблемам економічної реструктуризації країн з перехідною економікою присвячені наукові дослідження українських вчених О. М. Алімова, В. Б. Гриньова, М. І. Долішнього, І. І. Лукінова, М. С. Герасимчука, Р. О. Івануха, В. К. Симоненка, Ю. Д. Костіна, Б. М. Крижановського.

Питання розвитку малого бізнесу знайшли відображення в дослідженнях А. І. Барановського, М. Д. Білика, З. С. Варналія, Л. І. Воротиної, І. Г. Ганечко, Ю. І. Єханурова, О. В. Жука, О. Є. Кузьміна, Н. Л. Лесик, Д. В. Ляпіна, С. К. Реверчука, Н. В. Савки, Н. Є. Кубай, О. В. Титаренко, В. К. Черняка, Ю. Ю. Юрченко, інших відомих вітчизняних науковців та економістів.

Серед російських дослідників проблем малого підприємництва варто назвати В. С. Афанасьєва, А. О. Блінова, В. Н. Ічитовкіна, П. О. Мягкова, В. А. Рубе, В. Е. Савченка, А. А. Шулуса. Їхні праці — вагомий внесок у теорію та практику економічної думки. При цьому досвід Росії в економічній трансформації дуже важливий для України не лише з огляду на подібність проблем на шляху ринкових перетворень нашого стратегічного партнера, а й у зв'язку з практичною потребою знання російського ринку і перспектив його розвитку.

Серед досліджень західної економічної думки, присвячених підприємству, насамперед відзначимо праці П. Бернса, Й. Ворста, П. Друкера, П. Ровантлоу, Д. Сторєя, П. Хейне, Г. Хостінга, Й. Шумпетера.

У теорію наукового вирішення проблеми економічних трансформацій вагомий внесок зробили відомі західноєвропейські й північноамериканські наукові центри й дослідні групи. Світове визнання отримали наукові дослідження К. Оппенлендера (Мюнхенський інститут економічних досліджень), І. Морвана (Рейнський університет), С. Ландайна (Прінстонський університет), Дж. Адамса (Пенсільванський університет) тощо. Проте вони торкаються переважно структурної політики країн з розвинутою ринковою економікою, а також змісту, концепцій та механізмів реалізації економічної політики.

Пропонований доробок висвітлює економічні процеси, пов'язані зі становленням та функціонуванням малого бізнесу в Україні на прикладі конкретного підприємства, показує розвиток підприємництва

у видавничо-поліграфічній та рекламній сферах в умовах перехідної економіки. Тема охоплює економічні процеси в Україні на макро- і мікрорівнях, документи й матеріали, що відображають становлення й розвиток малого та середнього бізнесу на перехідному етапі економіки, кон'юнктуру й розвиток вітчизняного ринку видавничо-поліграфічних та рекламних товарів і послуг, досвід вітчизняних і зарубіжних підприємств у цій сфері.

У цій книжці показано проблеми і перспективи становлення й розвитку малого та середнього бізнесу у видавничій і рекламній сферах діяльності в перехідний період економіки України; проаналізовано становище й основні тенденції економічного розвитку України в перехідний період, розвиток малого та середнього підприємництва у структурі національної економіки; узагальнено вітчизняний і зарубіжний досвід; виявлено проблеми і перспективи розвитку малого й середнього бізнесу в Україні; досліджено особливості й проблеми розвитку вітчизняного ринку видавничо-поліграфічних та рекламних послуг; на основі аналізу рекламної та видавничої діяльності Української видавничо-поліграфічної компанії "ЕксОб" виявлено закономірності, особливості та проблеми розвитку малого та середнього бізнесу в зазначених сферах на перехідному етапі національної економіки; розроблено конкретні пропозиції щодо усунення перешкод на шляху розвитку малого та середнього підприємництва у рекламній та видавничій сферах діяльності в Україні, загального поліпшення ситуації в галузі.

Теоретико-методологічна база книжки являє собою загальнонаукові положення економічної теорії про об'єктивні економічні закони та категорії, праці українських і зарубіжних учених та економістів з досліджуваної проблеми, законодавчі й нормативні акти, матеріали наукових форумів, інформаційні дані Держкомстату України, Мінекономіки України, міжнародних та вітчизняних фондів, організацій, які підтримують мале підприємництво.

У процесі підготовки видання було застосовано методи системного аналізу та наукової абстракції. За допомогою порівняльного методу здійснювався аналіз елементів державної підтримки малого бізнесу в різних країнах. При дослідженні досвіду становлення підприємництва в інших країнах використовувався метод аналогії.

Особливо слід відзначити історичний підхід до аналізу становлення підприємництва в Україні, тобто вивчення досліджуваної проблеми впродовж тривалого часового інтервалу, що дало змогу виокремити

як закономірності розвитку вітчизняного малого бізнесу, так і його особливості на сучасному етапі, з'ясувати зміст, критерії, основні тенденції розвитку малого бізнесу, особливості та проблеми його розвитку на фоні динаміки політичних, соціально-економічних реалій перехідного періоду України; дослідити традиції, специфіку й проблеми розвитку вітчизняного ринку рекламних і видавничо-поліграфічних товарів і послуг; науково систематизувати власний досвід управління УВПК “ЕксОб” в умовах перехідної економіки. На основі аналізу рекламної та видавничої діяльності УВПК “ЕксОб” виявлено закономірності, особливості та проблеми розвитку малого й середнього бізнесу в зазначених сферах на перехідному етапі національної економіки; розроблено пропозиції щодо усунення перешкод на шляху розвитку малого і середнього підприємництва в рекламній та видавничій сферах діяльності в Україні та загального поліпшення ситуації в галузі; розроблено рекомендації щодо усунення перешкод на шляху розвитку малого бізнесу в Україні загалом та у видавничо-поліграфічній і рекламній її сферах зокрема.

МАУП



# Малий бізнес: теоретичні основи і специфіка розвитку в перехідній економіці України

## 1.1. Зміст, критерії, основні тенденції розвитку малого підприємництва

Малий бізнес в останній чверті ХХ ст. стає дедалі вагомішим чинником повноцінного функціонування ринкових економічних систем. Автоматично зростає й актуалізується його місце в теорії економічного пізнання в тих чи інших проявах як об'єкта наукового дослідження. Однак в економічній літературі часто простежується неадекватне смислове навантаження окремих термінів і понять у галузі малого бізнесу, що інколи без вагомих підстав ототожнюються або застосовуються для аналізу процесів і явищ з різними смисловими відтінками. Отже, для забезпечення розуміння викладених у книжці матеріалів ефективності результатів дослідження насамперед потрібно чітко розставити смислові акценти в понятійному апараті особливо щодо тих його аспектів, які характеризуються різними підходами у визначеннях.

Так, певною мірою дискусійними можна вважати поняття “бізнес” і “підприємство”.

Як наукове поняття “бізнес” було введене дещо раніше французьким економістом Р. Кантільйоном. Французького походження також поняття “підприємець”. Воно застосовується до особи, яка з метою здійснення певної справи (отримання певної вигоди, доходу, психологічного задоволення) мобілізує різноманітні ресурси, засоби, матеріали, робочу силу<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> *Walton G. M., Wykoff F. C. Understanding Economics Today. — Boston: Irwin, 1994. — P. 110.*

Однією з найсуттєвіших рис підприємництва французький економіст Дж. Сей називає насамперед ефективний перерозподіл ресурсів в економічній системі — від нижчої до вищої сфери продуктивності та виробітку<sup>2</sup>.

Найпоширеніша точка зору серед економістів ототожнює поняття “бізнес” і “підприємство”, трактуючи останнє як інноваційну і ризиковану діяльність окремих індивідів з метою отримання прибутку за створені (надані) блага.

Не існує також єдиної думки щодо понять “мале підприємство” і “малий бізнес”. Так, ряд вітчизняних економістів, зокрема С. К. Реверчук, Н. В. Савка, Н. Є. Кубай<sup>3</sup>, у своїх наукових дослідженнях наголошують на доцільності їх ототожнення. В той час як, наприклад В. Є. Савченко, розуміючи під “малим бізнесом” лише малі (або малі та середні) підприємства в цілому, наголошує, що “мале підприємство” характеризується не стільки порівняно невеликими розмірами чи масштабами господарської діяльності, як її якістю — обов’язковим базуванням на ризикованій та інноваційній основі, повній економічній відповідальності, персоніфікованому і гнучкому управлінні та відповідній організації відтворення, спрямованих на отримання з одиниці затраченого капіталу максимального прибутку<sup>4</sup>.

Деякою відносністю характеризуються поняття “мале приватне підприємство” — недержавна структура, заснована на приватному капіталі, яка перебуває у власності однієї чи кількох осіб-партнерів. Адже частка приватної участі, достатньої для зарахування до господарської одиниці чи розряду приватних, може коливатися. Наприклад, в окремих країнах за рівної пропорції (50 × 50 %) приватного й

<sup>2</sup> *Hisrich R., Peters M. Entrepreneurship.* — Homewood, Ill. Richard D. Irwin, 1989. — Р. 9.

<sup>3</sup> *Реверчук С. К.* Мале підприємство в перехідній економіці України (Макро- і мікроаспекти): Дис... д. е. н.: 08.01.02 / Львівський державний ун-т ім. І. Франка. — Львів, 1996; *Савка Н. В.* Макроекономічні проблеми розвитку підприємництва у перехідній економіці України: Дис... к. е. н.: 08.01.02 / Львівський державний ун-т ім. І. Франка. — Львів, 1997; Львівський державний ун-т ім. І. Франка. — Львів, 1996; *Кубай Н. Є.* Становлення і розвиток приватного підприємництва в перехідній економіці (на прикладі малих підприємств України): Дис... к. е. н.: 08.01.01 / Львівський державний ун-т ім. І. Франка. — Львів, 1999.

<sup>4</sup> *Савченко В. Е.* Феномен предпринимательства (экспериментальный спецкурс) // Рос. экон. журн. — 1995. — № 10. — С. 59.

державного капіталу підприємство вже вважається приватним, проте в більшості країн для статусу приватного необхідна частка недержавного капіталу понад 50 %<sup>5</sup>.

Знову ж таки не зовсім логічним постає застосування однакових підходів до малих підприємств аграрної та інших сфер економіки. Окрім специфічних особливостей аграрного виробництва — його сезонного характеру, вразливості й безпосередньої залежності від природнокліматичних чинників, в Україні ще, наприклад, далеко не вирішено “земельне” питання.

Не можна також однозначно підходити до кооперативів з позиції критеріїв підприємницьких структур. З одного боку, хоч “класичний” кооперативний рух і містить у собі підприємницьку діяльність (якщо брати до уваги її спрямованість на отримання прибутку), основною його метою, передусім, виступає реалізація спільних інтересів. Відтак дохід уже стає скоріше засобом, а не основною метою. Проте поняття “класичний кооператив” нині здебільшого є анахронізмом, а його відмінності від підприємництва стираються. Щодо кооперативного буму наприкінці 80-х років в СРСР, то його взагалі важко зіставити з класичним еталоном. Як доречно зауважує Н. Є. Кубай, це був “вихід на поверхню тіньових бізнес-елементів”, які не могли себе реалізувати в умовах адміністративної економіки і прагнули отримати найбільший прибуток<sup>6</sup>.

Немає серед науковців і спільної думки щодо змісту основних суб'єктів підприємницької діяльності — підприємств, фірм та компаній.

Наприклад, “Великий економічний словник” трактує фірму як структуру, що займається виробництвом товарів або наданням послуг, а підприємництво — як самостійний господарський суб'єкт з правами юридичної особи, який виробляє і реалізовує продукцію, виконує роботи, надає послуги<sup>7</sup>. Отже, тут ці категорії ототожнюються.

“Великий комерційний словник” визначає фірму як організацію, що “володіє й управляє одним чи більше підприємством (...), об'єднання підприємств переважно однієї галузі промисловості, що пов'язані

<sup>5</sup> Кубай Н. Є. Становлення і розвиток приватного підприємництва в перехідній економіці. — С. 22–23.

<sup>6</sup> Кубай Н. Є. Там само. — С. 23.

<sup>7</sup> Большой экономический словарь / Ред. А. М. Азраэлян. — М.: ИНФРА-М, 2000. — С. 501; 781.

між собою послідовністю технологічних процесів для виробництва однорідних виробів”<sup>8</sup>.

К. Макконнелл і С. Брю визначають фірму як організацію, що використовує ресурси для виробництва товару або послуги з метою вилучення прибутку і володіє та управляє одним або кількома підприємствами. Отже, фірма “вживається з метою виділення суб’єкта права власності щодо даного підприємства і є найменуванням юридичного самостійного комерсанта, під яким він проводить свою діяльність і яким підписує договори”. Отже, фірма виступає організацією, яка володіє господарськими суб’єктами — підприємствами<sup>9</sup>.

Під терміном “компанія” найчастіше розуміють або окрему господарську одиницю, яка продукує певну продукцію, або структуру, до складу якої входить кілька підприємств.

Не вступаючи в полеміку з приводу окремих смислових відтінків зазначених економічних категорій та беручи до уваги дещо інший характер поставлених у книжці завдань, категорії “бізнес” — “підприємництво”, “малий бізнес” — “мале підприємництво”, “підприємство” — “фірма” — “компанія” розглядатимуться як синоніми.

Ще однією з важливих проблем економічної теорії, якій приділяється особлива увага науковців упродовж останніх півтора десятиріччя у зв’язку з “бумом МП” в економічно розвинутих країнах, є визначення критеріїв малого бізнесу.

Кожна країна користується власним набором визначень, який відповідає її економічній системі та особливостям розвитку підприємництва. Лише близько 50 визначень малого бізнесу існує, за оцінками експертів Світового банку, у країнах, що розвиваються.

Початково для характеристики підприємництва було введено в практику його кількісні показники — чисельність зайнятих; обсяг витрат (оборот); балансова вартість активів тощо. І нині вони є найпоширенішими. Законодавство більшості країн передбачає використання кількох подібних характеристик залежно від сфери діяльності підприємств чи інших вагомих факторів.

<sup>8</sup> *Большой коммерческий словарь* / Ред. Т. Ф. Рябова. — М.: АСТ, 2000. — С. 311.

<sup>9</sup> *Кемпбелл Р. Макконнелл, Стенлі Л. Брю. Макроекономіка: Пер. з англ.* — Львів: Просвіта, 1997. — С. 664.

Але хоча ці критерії зручні через точність, будучи тільки абсолютними величинами, вони не можуть враховувати всіх особливостей малого підприємництва. У зв'язку з цим в економічній науці використовуються також якісні характеристики.

У розвинутих країнах головними критеріями виступає чисельність персоналу та обсяг річного обороту<sup>10</sup>. У світовій практиці всі підприємства з кількістю працюючих до 500 чоловік зараховують до категорії малих та середніх підприємств. Наприклад, у США малим вважається підприємство з чисельністю персоналу 500 чоловік, хоча процес визначення критеріїв триває з моменту, коли вперше було підняте питання про статус і роль малого бізнесу в економіці. Зазначимо, що на урядовому рівні обговорення оптимальних характеристик МП триває з 1953 року, після прийняття федерального закону про малий бізнес, і продовжуються до сьогодні<sup>11</sup>.

У країнах Європи критерії визначення МП дещо інші. Наприклад, у Німеччині та Франції малим підприємством вважається компанія з працюючим персоналом до 50 чоловік. В Італії використовується розподіл на мікропідприємства (до 20 чоловік працюючих) і малі підприємства (до 100 чоловік)<sup>12</sup>. У країнах Центральної та Східної Європи ці характеристики складають від 30 до 50 чоловік<sup>13</sup>.

Загалом для вдосконалення існуючих визначень Європейський Союз розробив шкалу критеріїв МП за кількістю працюючих:

- мікропідприємства — 1–9;
- мале підприємство — 10–99;
- середнє — 100–499;
- велике — понад 500<sup>14</sup>.

У країнах ЄС 99 % підприємств мають число зайнятих не більше 250 чоловік. Понад 90 % від загального числа підприємств країн — членів ЄС (близько 15 млн одиниць) попадають у розряд мікропідприємств. На кожному з них працює близько 10 чоловік.

<sup>10</sup> Катинюс Р. Малый бизнес в мировой экономике и экономике Украины // Бизнес-информ. — 1995. — № 27–28. — С. 28.

<sup>11</sup> Зяблюк Н. Г. Государство и малый бизнес США. — М.: Наука, 1987. — С. 29–43.

<sup>12</sup> Евенко Д. Мелкий бизнес в Западной Европе. — М., 1991. — С. 6.

<sup>13</sup> Иванова Н. Ю. Малый инновационный бизнес в странах развитой рыночной экономики // Рос. экон. журн. — 1995. — № 12. — С. 6.

<sup>14</sup> Storey D. Understanding the Small Business Sector. — London: Routledge, 1995. — P. 13.

Половина підприємств у ЄС відносяться до так званого класу one-man businesses, де працює тільки власник і, можливо, деякі члени його родини. Ще 43 % підприємств мають число працюючих не більше 10 чоловік. Узяті разом, мікропідприємства надають третину робочих місць у країнах ЄС і забезпечують чверть сукупного обороту. Поле діяльності цих підприємств — будівництво, торгівля, бізнес-послуги. Понад 70 % працюючих на них зайняті в торгівлі і послугах.

Приблизно у 1,1 млн підприємств число працюючих коливається в межах від 10 до 249 чоловік. Ці підприємства відносяться до розряду малих і середніх. Вони забезпечують зайнятість третини працюючого населення і виробляють майже 40 % від сумарного обороту.

Близько 1 млн підприємств відносяться до категорії малих (10–49 чол. працюючих). Вони надають близько 119 млн робочих місць. У середньому на одному підприємстві цього класу працює 20 чоловік. Більшість працівників на малих підприємствах (55 %) зайняті в торгівлі і послугах. Інші 45 % — у будівництві і різних галузях промисловості.

Середніми підприємствами вважаються ті, на яких працює від 50 до 249 працівників. Під це визначення підпадає близько 1 % підприємств Західної Європи. На середніх підприємствах зареєстровано близько 15 % усіх зайнятих в економіці, вони забезпечують п'яту частину загального обороту. Середній розмір підприємства даного класу — 100 чоловік.

До великих підприємств належать ті, на яких зайнято 250 і більше людей. До категорії великих входить всього 30 000 підприємств, що надають 34 млн робочих місць. Їхня частка від загального числа підприємств Західної Європи складає близько 0,2 %. На великих підприємствах працює третина всіх зайнятих у країнах — членах ЄС, вони виробляють третину від загального обороту.

У середньому на одному великому підприємстві зайнято 1000 працівників. Великі підприємства домінують у секторах економіки, де виробництво товарів і послуг вимагає значних капіталовкладень: у ряді галузей промисловості, у банківській діяльності, у страхуванні, на транспорті.

Таким чином, розподіл підприємств у країнах ЄС дуже нерівномірний: 1 % підприємств (середні і великі) нараховують більшість зайнятих і забезпечують понад 50 % сумарного обороту. Малі підприємства, завдяки своїй чисельності, а також тому, що надають близько

половини загального числа робочих місць, мають значну вагу в економіці.

Малі підприємства присутні в усіх секторах економіки. Середні підприємства — опора обробної промисловості. Великі підприємства домінують у капіталомістких виробництвах і “великих” послугах (big service suppliers).

Наприклад, у Японії для класифікації підприємства як малого визначено штат працюючих до 300 робітників (у промисловості, будівництві, транспорті); до 100 чоловік (оптова торгівля); 50 (роздрібна торгівля) або капітал понад 100 млн єн (близько \$790 тис.), а для підприємств торгівлі — не більше 10 млн єн<sup>15</sup>. У Південній Кореї критеріями МП визначено чисельність працівників, суму активів та обсяг річних продаж. В Індії, відповідно, — чисельність працівників та рівень використання енергії<sup>16</sup>.

У Росії Законом “Про державну підтримку малого підприємництва в Російській Федерації” встановлено критерії за кількістю працівників: промисловість, будівництво, транспорт — 100; сільське господарство — 60; науково-технічна сфера — 60; оптова торгівля — 50; роздрібна торгівля, побутове обслуговування — 30; інші галузі — 50<sup>17</sup>.

Як бачимо, поділ на малі, середні та великі підприємства дещо умовний, він залежить від критеріїв, якими послуговуються в тій чи іншій країні відповідно до її економічної системи й особливостей розвитку підприємницького сектора.

Таким чином, чітке й обґрунтоване визначення критеріїв МСБ для країни має дуже важливе значення, адже на їх основі уряди розробляють головні напрями соціально-економічної політики, визначають, власне, суб’єктів державної підтримки малого бізнесу.

Фактична чисельність працівників на малих підприємствах України на початок 1996 р. у цьому секторі становила в середньому 11 чоловік (у промисловості — 17; будівництві — 20; науці й науковому обслуговуванні — 10; транспорті — 14; побутовому обслуговуван-

<sup>15</sup> *Малий бізнес у світі та в Україні // Економіка України. — 1995. — № 7. — С. 36.*

<sup>16</sup> *Кашинс Р. Малий бізнес в мировій економіці та економіці України // Бизнес-информ. — 1995. — № 27–28. — С. 28.*

<sup>17</sup> *Иванова Н. Ю. Малий інноваційний бізнес в країнах розвинутої ринкової економіки // Рос. экон. журн. — 1995. — № 12. — С. 6.*



ні — 11; торгівлі — 8)<sup>18</sup>. Проте критерії визначення МП, які містилися в Законі України “Про підприємництво в Україні”, не відповідали життєвим реаліям. Для промисловості та будівництва визначалася кількість персоналу до 200 чоловік, для науки й науково-технічного обслуговування — до 100 чоловік, інших галузей виробничої сфери — до 50, невиробничої — до 25, роздрібною торгівлі, відповідно, до 15 чоловік. Відтак вітчизняні та міжнародні структури, які працювали у сфері малого бізнесу або займалися його підтримкою, змушені були і здебільшого використовували на практиці власні критерії, відмінні від прийнятих законодавчо.

У зв’язку з цим Указом Президента України “Про державну підтримку малого підприємництва” було введено нові критерії, які передбачали виокремлення мікропідприємств з персоналом до 10 чоловік та обсягом річної реалізації продукції (послуг) на суму до 250 тис. грн, а також малих підприємств (до 50 осіб працюючих та річний вииторг — до 1 млн грн.).

У цілому дискусійність багатьох теоретичних аспектів розвитку підприємництва очевидна. Водночас вона є зрозумілою, закономірною і має об’єктивне підґрунтя. Адже підприємництво — не величина-константа, а динамічне економічне явище. В окремих країнах на характер функціонування бізнесу впливають і загальні особливості соціально-економічного розвитку, і специфіка економічної моделі. А вони, в свою чергу, визначаються ментальністю народу, формуються еволюційно, під впливом тих чи інших факторів економічного розвитку.

З іншого боку, світовий досвід переконливо свідчить, що повноцінне функціонування ринкової економіки неможливе без розвинутих секторів як великого, так і малого й середнього бізнесу.

На запитання, чому існують різні за масштабами господарські структури — підприємства, на наш погляд, дуже влучно відповідає Дж. Валтон: “Основою їх існування (МП) є діяльність, яка не може бути ефективною у великомасштабній діяльності економічної організації”<sup>19</sup>.

<sup>18</sup> Варналій З. С., Лукашенко А. М. Моніторинг малого підприємництва України (економічні та правові аспекти). — К.: Ін-т приватного права і підприємництва, 1998. — С. 5.

<sup>19</sup> Walton G. M., Wykoff F. C. Understanding Economics Today. — Boston: Irwin, 1994. — P. 110.



І справді, традиційною сферою діяльності МП є оптова та роздрібна торгівля, громадське харчування, будівництво, виробництво товарів народного споживання, різні види обслуговування, зокрема побутового, де яскраво простежуються гнучкість малого бізнесу та інші його переваги над великим. Отже, саме в цьому полягає одна з багатьох функцій малого підприємництва — ефективне забезпечення гармонійного розвитку економічної структури в цілому.

Водночас, окрім наявності в суспільстві конкретних економічних завдань — потенційної передумови розвитку малого підприємництва, його реальне становище визначається низкою різнобічних факторів, які так чи інакше можуть гальмувати чи стимулювати цей процес.

Як правило, фактори, що впливають на розвиток підприємницької діяльності, дослідники традиційно класифікують:

- за сферою впливу (фактори макросередовища та мікросередовища);
- за характером впливу (фінансово-економічні, організаційно-правові, соціально-психологічні);
- залежно від ступеня дії (прямої та непрямої);
- залежно від ролі факторів у створенні підприємницького клімату (стимулюючі та стримувальні).

Серед вказаних факторів одними з найважливіших економісти здебільшого називають фінансово-економічні, а також якість державної підтримки підприємництва за всіма напрямками.

Наприклад, к. е. н. З. В. Герасимчук наголошує на найбільшому впливові на розвиток і ефективність діяльності МП фінансово-економічних чинників. Він систематизує їх у такому порядку: фінансово-економічні; економічні; фінансові; ресурсні; загальна макроекономічна стабільність у державі; стан економіки країни; рівень інфляції; стан грошового обігу й надійність національної грошової одиниці; рівень стабільності економічної кон'юнктури; механізм роздержавлення та приватизації власності, монополізації виробництва; система фінансування, кредитування; система оподаткування, податкові пільги; види державної фінансової підтримки; фінансова підтримка від спілок, рад, асамблей та інших громадських об'єднань підприємців; фінансова допомога від спонсорів; способи залучення початкового капіталу; система доступу до матеріально-технічних ресурсів; спосо-

би отримання виробничих площ, приміщень для офісу фірми; система доступу до природних ресурсів, земельних ділянок тощо<sup>20</sup>.

Цей перелік можна продовжувати чи, використовуючи інші критерії, підходи або враховуючи особливості конкретного МП чи малого бізнесу в конкретній сфері діяльності, вносити корективи. Однак у цілому запропонована схема, на наш погляд, є достатньо обґрунтованою. Власне сприятливі фінансово-економічні показники стали підґрунтям бурхливого розвитку малого та середнього бізнесу в економічно розвинутих країнах, які в останні 15–20 років переживають справжній “бум” підприємницької ініціативи.

У свою чергу, вплив фінансово-економічних чинників на МП тісно пов'язаний з адекватністю державної політики в галузі. Адже саме держава має бути гарантом насамперед можливостей для реалізації “підприємницьких ініціатив”, створення економічно вигідних умов з матеріально-технічного забезпечення, становлення атмосфери терпимості в суспільстві до комерційних невдач, підтримки конкуренції в усіх сферах економіки, формування законодавчого поля, прийняттого для ринкової системи господарювання в цілому, тощо.

Як показує досвід, нова хвиля малого підприємництва охопила передусім США, потім поширилася на Західну Європу, Японію, інші індустріальні країни. Серед найважливіших причин піднесення підприємницької діяльності на якісно новий рівень стали: зняття накопичених за кілька десятиліть адміністративно-законодавчих обмежень (дерегулювання), активізація політики податкового та фінансового стимулювання підприємництва, нова урядова лінія щодо міжфірмових зв'язків (заохочення науково-виробничої кооперації, відкриття національних господарств для проникнення іноземного бізнесу та ін.), податкова й адміністративна реформи — усе це відкрило малому бізнесу нові галузі й можливості застосування підприємницької ініціативи. І не лише для малих компаній нині існують сприятливі можливості розвитку на всіх етапах їх життєвого циклу, а й у світі великого бізнесу бурхливо розвивається стратегічне управління, що має підприємницький характер<sup>21</sup>.

<sup>20</sup> Герасимчук З. В. Проблеми розвитку малого бізнесу в Україні // Фінанси України. — 1998. — № 9. — С. 110–113.

<sup>21</sup> Черниш О. В. Міжнародний досвід підтримки й розвитку малого бізнесу // Фінанси України. — 1999. — № 1. — С. 114.

Посилена інформатизація суспільного життя дає поштовх зростанню малих фірм, які надають бізнесові й інформаційні послуги (особливо комп'ютерні). Вона супроводжується появою нових галузей з вузькоспеціалізованим виробничим процесом, який може бути забезпечений лише на невеликих підприємствах. Загалом НТП вимагає постійного оновлення номенклатури, що оптимально можливе на підприємствах, здатних динамічно міняти технологію чи її параметри.

Спостерігається поступове переміщення попиту від реальних товарів до різних послуг, з'являються нові послуги й потреби в них — бізнес-консультування, інформаційне (комп'ютерне) забезпечення, нові види побутового обслуговування, медичні, освітні та соціальні послуги, що завжди було традиційним полем діяльності малих підприємств.

У 80-х — першій половині 90-х років слідом за Великобританією більш ніж у 100 країнах світу було приватизовано понад 100 тис. державних підприємств, не враховуючи сотні тисяч дрібних магазинів, компаній сфери послуг та сільськогосподарських ферм.

У Західній Європі цей процес особливо активно відбувається у Франції, Німеччині, Австрії, Італії, Швеції, Греції, Португалії, Іспанії тощо<sup>22</sup>. Зараз приватизація, особливо мала, стала одним з головних чинників становлення й зростання малого бізнесу в Центральній та Східній Європі.

Останні півтора-два десятиліття свідчать про найвищу в історії розвинутих країн їх підготовленість та орієнтованість на сучасні форми малого бізнесу. З кінця 70-х років тут почала розгортатися могутня мережа підприємницької освіти, пропаганди малого бізнесу.

Піднесення малого бізнесу найінтенсивніше відбувалося в галузях новітніх техніко-технологічних зрушень, пов'язаних з інноваційною діяльністю й інформаційними технологіями.

У цілому з кінця 80-х у розвинутих країнах чітко простежується швидке зростання ринку венчурного капіталу, зростає диверсифікація фінансових інститутів, що розширює можливості фінансування нового виду, венчурного бізнесу. Так, за даними “Наукових індикаторів”, які публікуються Національним дослідницьким бюро США, малі фірми за 20 років створили в 4 рази більше науково-технічних нововведень на 1 долар, витрачений на науково-дослідні й дослід-

<sup>22</sup> *Виноградов В. А.* Приватизация: опыт Франции на фоне глобальных тенденций // Мировая экономика и международные отношения. — 1996. — № 10. — С. 29–30.

но-конструкторські роботи, ніж великі фірми. При цьому витрати спеціалістів на малих інноваційних фірмах удвічі менші, а в розрахунок на 1 працівника — виробляють у 4 рази більше нововведень, ніж великі корпорації<sup>23</sup>.

Важливим моментом є розвиток інформаційної інфраструктури малого бізнесу шляхом розширення доступу громадян та організацій до інформації у державних органах, зміцнення патентно-ліцензійної системи, розвиток мережі банків даних. Спостерігається поява і швидке розгалуження мережі організацій, що, власне, спеціалізуються на продукуванні нового бізнесу (інкубатори, інноваційні центри) та обслуговуванні ринкової інфраструктури.

У світовій практиці більшість малих компаній так чи інакше пов'язана з великим бізнесом, а зростання співпраці малих, середніх та великих підприємств — характерна тенденція сучасного розвитку економіки.

Переважна більшість МСП працює “під замовлення великої компанії”. Тобто йдеться про так званих сателітів — МП, підпорядковані в діяльності ВП, які, в свою чергу, поділяються на дилерів (реалізаторів продукції великих фірм) та субпідрядників (виробників продукції для великих фірм). Отже, таким чином децентралізується виробничий процес, окремі його фази передаються МП на основі субконтрактів.

Наприклад, з 50 тис. постачальників концерну “Сіменс” дві третини — малі та середні фірми<sup>24</sup>.

Найпоширенішою сучасною формою інтеграції великого і малого бізнесу вважається франчайзинг. Така форма дозволяє МП функціонувати як окремій незалежній одиниці, але за обумовленими правилами. “Франчайзі”, як правило, отримує право на виробництво продукції під маркою “Франчайзора”, його ноу-хау, зобов'язується дотримуватися встановлених стандартів на виробництво й реалізацію товарів (послуг). Наприклад, у США за останні 30 років таких фірм зросло на 41 %, а сума продаж — майже в 6 разів. Подібна тенденція спостерігається і в інших країнах Заходу<sup>25</sup>.

<sup>23</sup> Черниш О. В. Міжнародний досвід підтримки й розвитку малого бізнесу. — С. 115.

<sup>24</sup> Иорданская Э. Н. Мелкие и средние предприятия в Германии // Мировая экономика и международные отношения. — 1993. — № 9. — С. 131.

<sup>25</sup> Кубай Н. С. Становлення і розвиток приватного підприємництва в перехідній економіці. — С. 58.

Франчайзинг в умовах окремої галузі щодо дій малих підприємств може бути реалізований як:

- обмежена форма створення малих підприємств для реалізації товарів від імені підприємства, об'єднання;
- корпоративна форма — підключення малого підприємства до повного циклу фінансово-господарської дії великої фірми.

З розширенням і розвитком своєї особистої матеріальної бази, удосконаленням виробництва МП можуть виходити із системи франчайзинга і ставати самостійними.

Окрім цього, за своїм статусом МП можуть бути й цілком незалежними. Але в такому випадку вони функціонують, як правило, у вузькоспеціалізованих галузях і володіють значною часткою ринку тієї чи іншої специфічної продукції. Великі підприємства з ними не конкурують, оскільки їм не вигідно діяти на ринках з обсягом продажу менше 20 млн доларів<sup>26</sup>.

Малий бізнес — важливий чинник реформування й демократизації у перехідних економіках. Дослідники відзначають його провідну роль у побудові ринкового господарства та підвищенні життєвого рівня населення. Водночас малий бізнес — вагомий чинник структурної перебудови господарства, розвитку нових його галузей, школа підприємництва, яка дає навички ефективного менеджменту, формує творців нового бізнесу і нових ідей, він є серцевиною процесу демократизації суспільства.

Розвиваючи цивілізовану конкуренцію, сприяючи якісному зростанню технологічного рівня в ході трансформації суспільно-економічних систем, малий бізнес засвідчив свою важливу соціальну роль, ставши, зокрема, джерелом зайнятості для вивільненої під час реструктуризації неефективних національних економік. Наприклад, у Чехії середини 90-х років близько 23 % працездатного населення було зареєстровано підприємцями, а загалом одна його третина працювала в секторі малого бізнесу<sup>27</sup>.

Малий бізнес може дати поштовх розвитку нових форм господарювання, наприклад, лізингу та франчайзингу, адже малі підприємства є традиційними їх учасниками та суб'єктами. Хоч, зокрема,

<sup>26</sup> Реверчук С. К., Крупка М. І. *Анатомія малого бізнесу*. — Львів: Діалог, 1996. — С. 17.

<sup>27</sup> Defillippi R. *Small Business Development in the Czech Republic // Review of Business*. — 1995. — № 3. — Р. 4.

франчайзинг ще залишається новим явищем для перехідної економіки, позаяк його повноцінний розвиток можливий за достатньої стабільності й сформованості ринку.

У країнах Центральної та Східної Європи малий бізнес продемонстрував свою важливу роль у подоланні кризових явищ, насамперед у припиненні падіння ВВП і забезпеченні його зростання.

Наприклад, за десять перебудовчих років у Польщі частка приватного сектора у ВВП зростає з 25 до 55 %, в Угорщині — з 7 до 55 %, у Чехії — з 0,5 до 60 %<sup>28</sup>.

Під час структурної перебудови, коли вражаючими темпами скорочувалося державне виробництво, приватне підприємництво виступило єдиною зростаючою сферою економік Центральної і Східної Європи. Так, з 1990 по 1999 р. його відсоток, наприклад у Чехії, зріс із 12,3 до 54,9. Із кількох тисяч у 1990 р. їх чисельність збільшилася до 1 млн уже на початок 1995 р. Спостерігається також небувале зростання підприємців — з 17 тис. чол. у 1990 р. до 124 тис. у 1991 р. і понад 1 млн чол. у 2000 р.

Однак слід вказати також й на окремі аспекти малого бізнесу, в яких він програє порівняно з великими компаніями.

Так, обсяг бізнесу лімітує можливості МП щодо здійснення інвестицій. У зв'язку з цим для реалізації інноваційних ідей фірми змушені незрідка продавати свою справу великим підприємствам.

Через відсутність достатніх ресурсів (фінансових, матеріальних, людських) МП часто неспроможні вирішувати масштабні технічні завдання. У сфері малого бізнесу активніше проявляється нестійкість у кризових ситуаціях. Наприклад, у США 65 % підприємств з працюючим персоналом до 20 чол. зникає в перші чотири роки існування, а кожна четверта фірма — банкрутує на першому році діяльності. Через десятиліття на ринку залишається не більше 5 % МП. Для порівняння: у сфері великого бізнесу цей показник становить лише 37 %<sup>29</sup>. Однак при цьому варто зазначити, що збанкрутілі підприємства не зникають безслідно, їх капітал здебільшого спрямовується в інші сфери діяльності.

Дещо програє мале підприємництво і в соціальному відношенні. Наприклад, в економічно розвинутих країнах на МП дещо нижчий рівень зарплатні, менше фінансове забезпечення, суми страхування

<sup>28</sup> Півнев Є. Зовсім маленький бізнес // Закон і бізнес. — 1996. — № 51. — С. 2.

<sup>29</sup> Савченко В. Е. Феномен підприємництва. — С. 59.



у зв'язку з хворобою, значно нижчий рівень захисту виробничих інтересів через профспілки тощо.

Так, порівняльні дані щодо малих і великих фірм США у процентному відношенні показують, що робітники, які отримують зарплатню в розмірі, меншому ніж 5 доларів за годину, становлять 59 % проти 38 %, наявність пенсійного забезпечення відповідно становить 29 проти 85, страхування через хворобу — 46 проти 84, членів профспілок — 9 проти 30 %<sup>30</sup>.

## **1.2. Умови становлення малого бізнесу в контексті соціально-економічних реалій України на етапі економічної трансформації**

Становлення в Україні малого й середнього бізнесу — необхідного елемента повноцінного ринку й механізму його саморозвитку — процес складний і суперечливий. З одного боку, він визначається широким спектром факторів, насамперед економічного й політичного характеру, які до того ж самі зазнають змін у процесі суспільної трансформації, залежить від загальних тенденцій її соціально-економічних складових. При цьому сама національна економіка перебуває у процесі становлення, адже до 90-х років її можна розглядати лише в контексті “єдиного народногосподарського комплексу СРСР”, а не як окрему господарську одиницю.

З іншого боку, наслідки економічних перетворень, і це характерно для всіх постсоціалістичних країн, адекватні глибині політичних перетворень. Вони залежать від якісних показників становлення демократичних інститутів — громадянського суспільства, правової захищеності громадян і усіх форм власності тощо, адже за своєю суттю ринкові механізми є демократичні й повноцінно можуть функціонувати лише за демократичного політичного режиму.

Сфера малого бізнесу є насамперед “народна сфера”. Адже більшість населення країни тією чи іншою мірою до неї причетна. Можна стверджувати, що він і найтриваліший у часі, адже підприємницька ініціатива потенційно відкладалася у генетичному коді

<sup>30</sup> Реверчук С. К., Крупка М. І. *Фінанси малого бізнесу.* — Львів: Діалог, 1996. — С. 44.

індивідуально-групової ментальності українського народу впродовж багатьох століть<sup>31</sup>.

Під ментальністю традиційно розуміють стійкі структури глибинного рівня колективної та індивідуальної свідомості й підсвідомості, що визначають устремління, нахили, орієнтири людей, прояви їх національного характеру, загально визнані цінності. Таким чином, ментальність визначається тим спільним, що служить основою свідомого й підсвідомого, логічного й емоційного, є глибинним джерелом мислення, ідеології та віри, почуттів та емоцій<sup>32</sup>. Формуючись у конкретному географічному середовищі, її якісні ознаки кристалізують наявні політичні інститути, соціальні структури суспільства, культура, традиції. Водночас ментальність сама є активним фактором суспільного розвитку.

Суттєво деформувала український національний характер багатовікова відсутність власної держави, зумовивши насамперед гіперболізацію зовнішніх чинників у соціальній психології. Звідси — примирення з повсякденними негативними явищами, надтерпеливість, відсутність здорових амбіцій, дистанціювання від особистої відповідальності.

Відчутно негативний відбиток на культуру, традиції й побут українців наклала тривала роз'єднаність українських земель, що означило таку болючу рису національного характеру, як відсутність почуття національної єдності, регіональну психологічно-ціннісну строкатість. При цьому цілеспрямоване нищення й денационалізація української еліти, її домінуючий конформізм суттєво звужували коло генераторів національних філософських ідей, творців самобутньої української культури, політичних лідерів та народних провідників. Все це посилювало консервативність української ментальності як своєрідний засіб захисту набутих національних цінностей від насаджуваних зовнішніх впливів, проте поглиблювало й недовіру до власної еліти.

Тривале функціонування в Україні господарської системи на основі кріпосної повинності згуртовувало людей для відстоювання своїх прав, прив'язувало їх до конкретної місцевості, формувало цінності домінування колективних інтересів, непротиставлення себе

<sup>31</sup> *Гаврилюшин Б.* Дороговкази в майбутнє. — К.: Основи, 1993. — С. 13–15.

<sup>32</sup> *Бойко О. Д.* Історія України. — К.: Видавничий центр “Академія”, 1999. — С. 522–525.



іншим. Але, у свою чергу, кріпосництво, поєднане з іншими факторами, спричинило повільні темпи економічного розвитку, відставання від Заходу, переважання аграрного виробництва, концентрацію українського населення в сільській місцевості. Все це об'єктивно сіло зерна деякої меншовартості в соціальній свідомості.

Відчутні корективи в українську ментальність привнесла радянська дійсність. Десятиліттями тоталітарна економічна і політична централізація вибивала з генетичної свідомості у більшості співгромадян поняття й традиції ринкового устрою, відкритого суспільства та демократії взагалі. Вчені Національного інституту стратегічних досліджень при виявленні основних рис ментальності “радянської людини” в першу чергу акцентують увагу на пасивності особи, відсутності волі останньої до поліпшення життя власними силами (а саме це — основа так званої американської мрії, яка так переконливо реалізується нині на практиці, виступаючи стимулюючим фактором економічного процвітання США. — *Прим. авт.*); відчутті власної неспроможності до активної діяльності через некомпетентність та непрофесіоналізм, зворотним боком чого виступає невмотивована амбіційність та хамство; наголошують на патерналізмі — звичці перекладати на владу вирішення проблем; на безпорадності — надії на зовнішню допомогу у їх вирішенні<sup>33</sup>.

Реформування суспільства — процес завжди складний. Запорука успіху модернізації, як показує світова практика, криється у спроможності народу синтезувати чужі здобутки з власними традиціями. Тобто, новітні ідеї повинні легко і безболісно усвідомлюватися в суспільстві, органічно продовжувати і розвивати віками усталені національні традиції.

Повертаючись до малого бізнесу, слід зазначити, що його елементи завжди існували і в умовах радянської економіки. Згадаймо невеличкі чоботарські “курятнички”, чи кузні, чи “шабашки”, чи “фермерів” присадибних ділянок... — всі вони були на той час сферою малого бізнесу, що просто танув порівняно з величиною народної власності на засоби виробництва і розподілу.

Цікаво розглянути ставлення звичайних людей до такого виду бізнесу. Якщо не бути заангажованими, то ми маємо визнати, що із задоволенням несли свої черевики до “будки дядька Ізі” і були впев-

<sup>33</sup> Власик О., Парахонський Б., Пирожков С. Людський вимір: реалії та перспективи України // Політика і час. — 1995. — № 2. — С. 35.

нені, що робота буде виконана вчасно і якісно — і це за умови достатньо розгалуженої системи державних майстерень.

Або згадаймо недільні “походи” по картоплю на базар, а не до державного овочевого магазину, хоча в ньому все було дешевше. От тільки смаженої картоплі з кілограма базарної виходило значно більше, ніж з магазинної.

У людей, особливо в молоді, протягом тривалого часу формується подвійний стандарт: з одного боку — домінуюча розбуджена генетична колективістська солідарна свідомість, з іншого — абсолют-но кулуарна, сімейна, індивідуалістська.

Пізніше саме молодь, часто через своїх не завжди регресивних комсомольських діячів започатковує і реалізує на початку 80-х ідею комсомольських молодіжних колективів, молодіжних творчих колективів, що пізніше спричинилося кооперативному рухові.

Узаконені ТМК (тимчасові молодіжні колективи) — це ще не підприємства з приватною власністю, це колективні об’єднання, що створюються для втілення певних програм, вирішення конкретних завдань.

Єдина відмінність — зароблені спільно гроші розподіляються без втручання держави.

Виникають посередницькі організації, які займають нішу між замовником і виконавцем. Ці організації нічого не виробляють, але отримують гроші. Класичний елемент “радянських часів”, коли будь-який перепродаж називали спекуляцією і карали за законами, що діяли, послуговуючи системі, її традиціям.

І тут слід додати, що така схема правил, традицій, законів підтримувалася більшістю населення і глибоко укорінювалася у свідомості як реалізований елемент генетичних звичаїв.

Спекулянт — одне з найобразливіших слів того часу.

У цілому початковим періодом поступової легалізації підприємництва і створення правової бази його становлення можна вважати перебудовчий період.

Системна криза так званої системи соціалізму, безпосереднім результатом якої став і розпад СРСР, мала насамперед економічні передумови. Тому не випадково, що одним з перших гасел перебудови стало “прискорення”, тобто, в першу чергу, прискорення економічного розвитку. Однак намагання покращити економічну ситуацію, не міняючи самої суті планового командно-адміністративного господарювання, непридатного до саморозвитку і пристосування до ре-

альної дійсності, було приречене. Повзуча криза все глибше охоплювала господарський організм велетенської наддержави. Попри всі намагання офіційної статистики виявити позитивні зрушення, економічні показники дедалі погіршувалися.

Аналізуючи урядову економічну політику перебудовчого періоду, слід відзначити її непослідовність і навіть, певною мірою, суперечливість, що також відіграло не останню роль у подальшому поглибленні кризових тенденцій в економіці.

Наприклад, у травні 1985 р. розпочинається реалізація постанови ЦК КПРС “Про заходи щодо подолання пияцтва та алкоголізму”. Її результати — вирубка виноградників, у тому числі унікальних сортів, на Закарпатті й у Криму, поширення наркотиків, токсикоманія, самогонування, смерть тисяч людей через вживання сурогатів, мільярдні втрати бюджету тощо.

У травні 1986 р. ЦК КПРС посилює боротьбу з так званими нетрудовими доходами — перемирювання будівель на дачних ділянках і руйнування приміщень, що перевищили нормативи; переслідування людей, які “підзаробляли”, пропонуючи іншим свої послуги; накладання штрафів на бабусь, які продавали результати своєї праці на овочевому ринку, тощо.

Проте вже через півроку, у листопаді 1986 р. ухвалюється протилежний за змістом Закон СРСР “Про індивідуальну трудову повинність”, який хоча й частково, але легалізує приватницьку ініціативу. Правда, межі легального приватного сектора охоплювали не більше трьох десятків найменувань (в основному у сфері громадського харчування) чи послуг, підприємці обкладалися 65%-ним податком, фактично була відсутня система кредитування, а приватний сектор часто слугував для відмивання “тіньового капіталу”. Це вже був реальний крок вперед, перший крок до ринку, своєрідна школа вільного підприємництва в системі командної економіки.

Так, наприкінці 80-х років у вітчизняних кооперативах працювало понад 700 тис. чол. Кооперативи виробляли товари чи надавали послуги на суму майже 5 млрд крб. Близько 70 % кооперативного обороту спрямовувалося на обслуговування потреб населення, близько 30 % — державних підприємств<sup>34</sup>.

<sup>34</sup> Алексєєв Ю. М., Кульчицький С. В., Слюсаренко А. Г. Україна на зламі історичних епох (Державотворчий процес 1985 — 1999 рр.). — К.: ЕксОб, 2000. — С. 16–20.

Але було б неправильним вважати, що розвиток нових кооперативів ішов безпроблемно. Ривок цього сектора з різким ростом обороту наявних коштів, що ідуть якоюсь мірою від контролю держави (в особі Держбанку СРСР), викликав в опонентів серед партійних функціонерів, деяких керівників уряду, офіційних фінансистів бажання обмежити, взяти під контроль доходи (прибуток) кооператорів. Більшість кооперативів (майже 80 %) було створено “усередині чи при” державних підприємствах, науково-дослідних організаціях. Значну частину своєї продукції і послуг кооперативи по договорах реалізовували державним підприємствам і установам. Останні розплачувалися зі своїх джерел (утворених за відповідною моделлю госпрозрахунку — фондів) у безготівковій формі розрахунків, не чіпаючи власного фонду оплати праці і преміювання. Природно, що кооперативи одержували за замовлену роботу реальні кошти, стимулюючи своїх працівників за якість продукції і терміновість роботи на більш високому рівні, ніж держпідприємства.

Новий етап перебудовчої економічної трансформації пов’язаний зі спробою якось вдихнути життя в державні підприємства, надавши їм можливості певних самостійних дій за збереження централізованого директивного планування. Цей поворот економічної політики отримав санкцію на червневому (1987 р.) пленумі ЦК КПРС і юридичне оформлення у Законі СРСР “Про державне підприємство”. Ступінь свободи підприємств визначався так званими трьома горбачовськими “С” — самостійність, самоврядування, самофінансування.

З часом набрали чинності й інші партійно-урядові постанови, які поряд з указаним Законом надавали право державним підприємствам самостійно планувати виробничу діяльність, хоча й у межах запропонованих, але не директивно нав’язаних галузевим міністерством цифр, а також укладати контракти з постачальниками і споживачами, прямі контакти з іншими підприємствами, в окремих випадках — з іноземними фірмами. В результаті у народному господарстві відбуваються якісні структурні зміни. Створюються асоціації, концерни, спільні з іноземними фірмами підприємства. Наприклад, якщо останніх у 1988 р. налічувалося 8, у 1989 р. — 75, то вже у 1990 р. — 156<sup>35</sup>.

<sup>35</sup> Алексеев Ю. М., Кульчицький С. В., Слюсаренко А. Г. Україна на зламі історичних епох (Державотворчий процес 1985 — 1999 рр.). — С. 21.

Однак, не дивлячись на окремі позитивні організаційні зрушення, спостерігається посилення негативних тенденцій, насамперед на товарному ринку. Так, на більшість товарів народного споживання та послуг уже в першому півріччі 1990 р. ціни зростають на 2,6 % (на непродовольчі товари — на 6 %); у стані тотального дефіциту перебуває близько 1200 асортиментних товарних груп. Інфляція сягнула 11 %. Водночас, отримавши деяку самостійність, держпідприємства ухиляються від виробництва “нерентабельної” продукції, що для планової економіки стає катастрофою, поглиблює процеси розбалансування народного господарства, дефіциту держбюджету, неконтрольованого зростання незабезпеченої товарами та послугами зарплатні.

Усередині 1989 р., коли очевидним стало, що реформа 1987 р. є лише каталізатором кризи, з’являються спроби економічного реформування — курс на роздержавлення економіки, плюралізм форм власності, перехід до ринку.

Спеціальна урядова комісія з реформи на чолі з академіком Л. Абалкіним розробляє програму поступового переходу до ринку під жорстким контролем держави, проте Верховна Рада СРСР її відкидає як неприйнятну у зв’язку з необхідністю підвищення цін. Паралельно з урядовою комісією діє група економістів під керівництвом академіка С. Шаталіна, яка готує альтернативний, ще радикальніший варіант програми переходу до ринкових відносин за 500 днів, яку, однак, не підтримує М. Горбачов. Тим часом уряд М. Рижкова, припинивши будь-які реформаторські зусилля, розробляє п’ятирічний план на 1991–1995 рр. на традиційних планово-директивних засадах.

Кінцевий (компромісний) варіант узгодженого документа<sup>36</sup> — і це здебільшого притаманне для компромісів — виявився неефективним, являючи собою своєрідний симбіоз попередніх варіантів з переважанням директивних методів.

В умовах розвалу командної економіки директиви центральних господарських органів уже не діяли. Державний план втратив значення директивного документа. Наддержаву, яка прогресуюче розколювалася по кордонах союзних республік, охопив економічний параліч.

<sup>36</sup> Постанова Верховної Ради СРСР від 13.06.90 № 1558-I “Про концепцію переходу до регульованої ринкової економіки в СРСР”.

Знецінення рубля призвело до істотного падіння реальної заробітної плати, стипендій і пенсій. Деформувався весь виробничий цикл, в економіці домінують бартерні відносини.

Незважаючи, проте, на досить очевидний негативний соціально-економічний фон, саме в перебудовчий період було закладено фундамент правової бази підприємництва. Закони 1988 р. “Про кооперацію в СРСР”, “Про індивідуальну трудову діяльність” поклали початок кооперативному рухові, реалізації підприємницької ініціативи. Постанова Ради Міністрів СРСР 1990 р. “Про заходи по створенню та розвитку малих підприємств” вперше дозволяла юридичним і фізичним особам створювати приватні фірми з використанням найманої праці.

Держава змінює систему права, а отже, змінює й межі свободи кожного, визначає кордони ліберального втручання в певні економічні сфери (перш за все у сфери малого бізнесу).

Переміни у Західній Європі, “відкриття” кордонів СРСР, можливість практично вільних поїздок до найближчих сусідів, країн колишнього соцтабору надихає пересічних громадян, спонукає до вигідної торгівлі з іноземцями, до так званого човникового бізнесу, що, безумовно, також сприяє посиленню розриву з етикою солідарності, із загальними цілями і колективізмом. Молоді “бізнесмени” створюють свої угруповання, свої мережі взаємодії, розгалуження яких відбувається по всій країні.

Сукупність дій людей, які виривались зі звичної системи, зробила внесок, хоча й несвідомо, в розбудову більш складного і більш суцільного порядку, що вийшов за рамки її власного світогляду або світогляду сучасників.

Колективістські звичаї стали на заваді, ввійшли у протиріччя з цілями індивідуалістів або малих груп. Створюється система приватних підприємств, товариств з обмеженою відповідальністю, акціонерних товариств тощо. На початку 90-х країна офіційно проголошує курс на ринковий характер побудови економіки. Але ринок — це теж система спонтанно упорядкованих правил, елементами якого є окремі господарства як індивідуумів, так і свідомо керованих організацій. Розвиток приватного права полягає значною мірою в наданні можливостей для створення добровільних асоціацій. Однак із загальним розширенням спонтанного порядку зростають і масштаби його складових: господарств, що належать не індивідам,



але таким організаціям, як фірми й асоціації, а також державні установи. Деякі з правил поведінки, що забезпечують можливість формування спонтанних проявів, одночасно полегшують появу свідомо керованих організацій, придатних для функціонування в середині більш широких, розгалужених систем. Однак чимало цих великих, свідомо керованих організацій різного типу фактично знаходять своє місце тільки у рамках всеохоплюючого спонтанного порядку і не змогли б діяти у рамках будь-якого загального порядку, котрий був би сам свідомо організований. Це принципово важливі питання для подальшого аналізу теми, що розглядається.

Перші рішучі кроки держави на шляху до відкритого суспільства на базі ринкової економіки стали відчутним поштовхом для створення малих підприємств, розвитку малого бізнесу.

Прості схеми утворення підприємств, зрозуміле спрощене оподаткування, практична відсутність конкуренції тощо сприяють цьому процесу. Потік заяв на створення підприємств такий, що виконавчій владі доводиться створювати спеціальні підрозділи для реєстрації нових організацій.

Найпоширеніші напрями діяльності — торгівля, посередництво. Йде процес накопичення капіталу. Виникає конкуренція. Створюються виробничі приватні колективи, що інстинктивно заповнюють слабкі місця колишньої економіки.

Людські знання, як було відомо ще А. Сміту, розпорошені. Він писав: “Зрозуміло, що кожна людина, відповідно до місцевих умов, може набагато краще, ніж це зробив би замість неї будь-який державний діяч, розсудити про те, у яку саме галузь вітчизняної промисловості вкласти свій капітал і продукт якої галузі може мати найбільшу вартість<sup>37</sup>. Або, за висловом іншого мислителя-економіста ХІХ ст., економічне підприємництво вимагає досконалого знання тисяч дрібниць, в які ніхто інший не стане вникати, окрім зацікавленого в подібному знанні<sup>38</sup>.

Окремим етапом становлення підприємництва в Україні можна вважати першу половину 90-х років. Це — період створення вітчиз-

<sup>37</sup> *Смитт А.* Исследование о природе и причинах богатства народов. — М.: Соцэ-гиз, 1962. — С. 487.

<sup>38</sup> *Bailey S.* Defence of Joint-Stock Banks and Country Issues (London James Ridgeway), переклад видавництва “Новости”, Москва.

няної законодавчої бази, проведення малої приватизації, конституювання організацій державної підтримки, відкриття міжнародних фондів допомоги та ін. Саме в ці роки було прийнято Закони України “Про підприємництво”, “Про власність”, “Про господарські товариства”, “Про селянське (фермерське) господарство”, “Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції” тощо. Але якісні зрушення у сфері малого бізнесу виявилися вкрай незначними, що знову ж таки було спричинене широким спектром і політичних, і соціально-економічних чинників.

Як відомо, 3 серпня 1990 р. Верховною Радою УРСР ухвалюється Закон “Про економічну самостійність Української РСР”. Основні його принципи проголошували: власність народу України на її національні багатства та національний доход; різноманітність і рівноправність форм власності та їх державний захист; децентралізація власності і роздержавлення економіки; повна економічна самостійність і свобода підприємництва всіх юридичних і фізичних осіб у межах дії законів України; самостійність регулювання грошового обігу; захист внутрішнього обігу тощо<sup>39</sup>. Проте втілити на практиці економічний суверенітет виявилось дуже непросто.

З одного боку, перебуваючи в складі єдиного народногосподарського комплексу СРСР, Республіка досягла істотних результатів у своєму економічному розвитку. Посідаючи п'яте місце в Європі за чисельністю населення, володіючи 2,7 % земельної території, 18 % населення, 15,5 % основних виробничих фондів Радянського Союзу, Україна виробляла близько 17,5 % промислової і 22 % сільськогосподарської продукції СРСР. Станом на 1988 р. питома вага України в загальносоюзному видобутку залізної руди досягла 46,4 %, виплавці чавуну — 41,1 %, випуску сталі, готового прокату та сталевих труб — 35 %, вироблялося більше 25 % багатьох видів машин і устаткування, понад 50 % цукру, більше третини олії. Станом на 1990 р. спостерігаються навіть певні позитивні зрушення в макроекономічних показниках. Так, у першому півріччі валовий внутрішній продукт (ВВП) збільшився порівняно з попереднім роком на 1,7 %, національний доход (НД) — на 0,9 %, обсяг промислової продукції — на 0,7 %, продуктивність праці — на 1,9 %. Якщо порівняти ці ж показники з початком п'ятирічки, ситуація, за офіційними дани-

<sup>39</sup> Закон УРСР “Про економічну самостійність Української РСР” від 03.08.90 № 142-ХІІ.



ми, виглядає ще переконливіше: зростання національного прибутку на 13,3 %, продуктивності суспільної праці — на 16 %<sup>40</sup>.

За даними експертів ООН, у 1991 р., тобто коли криза ще не набула стадії економічної катастрофи, ВВП дорівнював 166,9 млрд доларів США, або 3,2 тис. доларів на кожного жителя<sup>41</sup>. За абсолютною величиною ВВП Україна займала в Європі 11 місце, поступаючись таким країнам, як Німеччина (1886 млрд дол.), Франція (1199 млрд), Італія (1150,5 млрд), Великобританія (978,2 млрд), Росія (745,5 млрд), Іспанія (527,3 млрд), Голландія (290 млрд), Швеція (236,9 млрд), Швейцарія (231,3 млрд), Бельгія (196,8 млрд), випереджаючи Австрію (164,0 млрд)<sup>42</sup>.

За рівнем виробництва з розрахунку на душу населення Україна знаходилася в останній десятці в Європі, при цьому поступалася і майже всім європейським країнам — колишнім республікам СРСР (крім Молдови). Наприклад, рівень виробництва на одного жителя у нас складав приблизно 64 % від російського, 72 % — від білоруського, 50 % — від естонського. За цими ж критеріями економіка України у світовому масштабі перебувала на 22 місці. Крім згаданих європейських країн, її випереджали США, Канада, Японія, Китай, Бразилія, Австралія, Мексика, Південна Корея, Індія та Аргентина<sup>43</sup>. Таким чином, і за абсолютними виробничими показниками, і за рівнем виробництва на душу населення Україну можна було віднести до розвинутих країн світу.

Однак реальний, якісний стан речей носив зовсім інший характер.

Україна успадкувала від колишнього СРСР деформовану структуру виробництва з переважним розвитком важкої промисловості та низькою питомою вагою споживчого сектора. Частка споживчих товарів у промисловому виробництві України складає близько третини, в той час як в індустріально розвинутих країнах — близько 60 %. Така структура виробництва склалася внаслідок відповідної політики центру колишнього СРСР, вкрай низького технічного рівня виробничого ресурсоспоживання. Витрати основних і оборотних

<sup>40</sup> Алексєєв Ю. М., Кульчицький С. В., Слюсаренко А. Г. Україна на зламі історичних епох (Державотворчий процес 1985 — 1999 рр.). — С. 21–23.

<sup>41</sup> *Statistical Yearbook*. U. N., N. Y., 1994. — P. 191–215.

<sup>42</sup> Там само. — С. 200.

<sup>43</sup> Врублевський В. К., Хорошковський В. І. Український шлях: Начерки: геополітичне становище України та її національні інтереси. — К., 1997. — С. 105.

фондів на одиницю кінцевого продукту в Україні в 4–6 разів вищі, ніж в економічно розвинутих країнах.

За час існування України як незалежної держави відбулося поглиблення структурної кризи в економіці, спричинене дією зовнішніх (насамперед постійне зростання цін на енергоносії та інші матеріально-технічні ресурси, що ввозяться з країн СНД, і, як наслідок, прискорене зростання цін на сировину й матеріали) і внутрішніх (насамперед відсутність активних урядових дій щодо структурної перебудови економіки і приватизації, отже, стихійність реструктуризації) факторів.

У 1992–1995 рр. під впливом нерівномірного зростання цін у галузях народного господарства та спаду виробництва відбулися суттєві зміни в галузевій структурі національного доходу — підвищення частки продукції промисловості, транспорту, зв'язку, а також міжгалузеві структурні зрушення на користь галузей, які виробляють проміжну продукцію. При цьому структура вітчизняного промислового комплексу в цілому — неефективна, екологічно небезпечна, призводить до перевитрат природних ресурсів і водночас не задовольняє основних потреб економіки. Вона не інтегрована у світові процеси економічного, технологічного і науково-технічного розвитку. Для національної індустрії характерний низький рівень переробки сировини, спрацьованість виробничих фондів, неприйнятність нововведень, низька інноваційна активність<sup>44</sup>. У процесі становлення ринкових відносин з'ясувалося, що продукція української промисловості через високу собівартість і низьку якість, відсутність розгалуженої системи вивчення кон'юнктури ринку, незадовільну маркетингову діяльність переважно неконкурентоспроможна. Ціни ж на промислові товари за значною товарною номенклатурою перевищують ціни світового ринку, що призводить до поступової втрати вітчизняними підприємствами як зовнішніх, так і значної частини внутрішнього ринків. Як особливо небезпечна ця тенденція проявилася у 1994–1995 рр., коли наповнення вітчизняного ринку товарами відбувалося головним чином за рахунок зовнішніх поставок.

Хоч прояви стагнації української промисловості спостерігаються ще з 80-х років, широкомасштабну кризу спричинили, в першу чергу, скорочення платоспроможного попиту населення, відсутність

<sup>44</sup> Коломойцев В. Е. Структурна трансформація промислового комплексу України. — К.: Українська енциклопедія, 1997. — С. 65.

ефективних фінансово-кредитних інститутів, криза в енергетиці та платіжних засобах.

Особливо вразливим для економіки України виявилось руйнування господарських зв'язків, що склалися впродовж багатьох десятиріч із суб'єктами СРСР та країнами — членами РЕВ. Це виглядає переконливішим, якщо врахувати, що лише близько 20 % промислових підприємств України мають замкнутий цикл виробництва в межах країни. Навіть у числі цих 20 % багато підприємств залежать від поставників сировини і комплектуючих з 9 країн СНД. Підраховано, що через незабезпеченість підприємств України матеріально-технічними ресурсами падіння виробництва в різних галузях промислового комплексу знаходиться у межах 45–75 %<sup>45</sup>. Окрім цього, загальносоюзним підприємствам було підпорядковано понад 2000 найбільших підприємств України. Після розпаду СРСР вони ніби зависли у повітрі. Певний час ще підтримували старі виробничі контакти, хоча відразу відчулися ускладнення з фінансуванням, матеріально-технічним постачанням. На початковому етапі державотворення це поглибило руйнівні процеси в економічному житті.

Однією з основних кризових тенденцій у сфері промислового комплексу є стрімкий спад виробництва, який сягнув свого апогею в 1994 р. — загальний його обсяг зменшився на 27,3 % проти 8 % у 1993 р. і за виробленою продукцією у порівняльних цінах приблизно дорівнював 1975 р. Продуктивність праці в ці ж роки відповідно знижується на 20,7 % проти 3,1 %<sup>46</sup>.

У 1992–1995 рр. під впливом цінових факторів інфляції, розбалансування та нерівномірного падіння виробництва в окремих галузях поглиблювалися негативні процеси в галузевій структурі промислового виробництва, а це найбільш небезпечна тенденція в розвиткові національних економік. Тривало зростання частки галузей проміжного продукту та відповідне зменшення частки галузей, що виробляють кінцевий продукт.

Наприклад, у 1995 р. на базові галузі, зокрема електроенергетику, паливну промисловість та металургію, припадало 46,5 % промислової продукції проти 19,7 % у 1993 р. Водночас частка машинобудування, легкої та харчової промисловості в загальному обсязі промислового виробництва зменшилася відповідно з 28,2 % до 16 %;

<sup>45</sup> Коломойцев В. Е. Структурна трансформація промислового комплексу України. — С. 66.

<sup>46</sup> Там само. — С. 68.

з 11,2 % до 2,7 %; з 22,9 % до 15,0 %. Зростання енерго- та матеріаломісткості призводить, у свою чергу, до скорочення доданої вартості (чистої продукції) в галузях кінцевого призначення. Найбільш триповним є скорочення частки наукомісткої та технічно складної продукції. Переважно сировинним залишається експорт.

Упродовж 90-х років Україна зазнає великої енергетичної кризи, викликаній прискореним розвитком енергомістких галузей господарства, безплатним і марнотратним використанням енергоресурсів, відсталими технологіями, виснаженням і деградацією розвіданих покладів вугілля, нафти, газу, у зв'язку з чим їх видобуток постійно зменшується. Сукупна дія зазначених факторів визначила недостачу енергоносіїв найвужчим місцем української економіки і поглибила спад виробництва.

Важке економічне становище поряд з об'єктивними чинниками спричинила значною мірою і неадекватна урядова економічна політика. Попередня виконавча вертикаль влади була зруйнована, а створення нової наразилося на істотні політичні утруднення.

Через низку обставин Україна не обирала “своїї” моделі переходу до ринку, а просто була втягнута у ринкову трансформацію за російським зразком.

Російські реформи (за концепцією “шокової терапії”) розпочалися з січня 1992 р. лібералізацією цін. Безмитні кордони, глибока інтегрованість у межах СНД, існування лише в Росії єдиного на той час для пострадянських держав емісійного банку, а також “звичка” безпеліційно виконувати розпорядження “центру” стали об'єктивними факторами дублювання Україною російського зразка трансформації.

Лібералізація означала відмову від фіксованих цін і в умовах економічної кризи обернулася їх стрімким підвищенням. Ціни на газ в Україні за 1992 р. зросли в 100 разів, на нафту — в 300 разів. Зростання цін на енергоносії почало розкручувати спіраль інфляції. Для захисту національних інтересів керівництво країни змушене було запровадити систему контрзаходів (використати період розкручування інфляційної спіралі для поетапної лібералізації цін, реформування заробітної платні, створення національної фінансової системи, реструктуризації та модернізації промислового комплексу тощо), що дало б можливість пом'якшити удар “шокової терапії”. Але цього не сталося.

Динаміка валового внутрішнього продукту (ВВП) і національного доходу (НД) — основних індикаторів економічного і соціального розвитку — найпереконливіше ілюструє траєкторію кризи в народному господарстві України, яка з 1990 р. поступово збільшує динаміку руйнівного впливу у наступні роки.

Уже в 1995 р. реальний обсяг ВВП порівняно з 1990 р. склав 47,9 %, тобто скоротився більш ніж на половину. При цьому темпи падіння ВВП протягом 1990–1994 рр. непинно зростають: 1990 р. — 4 %; 1991 р. — 8,7 %; 1992 р. — 9,9 %; 1993 р. — 14,2 %; 1994 р. — 23 %. Тільки в 1995 р. вперше дещо покращується ситуація. Спад склав 11,8 %<sup>47</sup>.

За ці ж роки більш ніж удвічі зменшився національний дохід України. У процентному відношенні порівняно з 1990 р., наприклад, у 1991 р. його показник склав уже 86,6 %, у 1992 р. — 71 %, 1993 р. — 61 %, 1994 р. — 47 %, 1995 р. — 54,6 %. Динаміка падіння НД у процентному відношенні до попереднього року за цей же період становила відповідно: 96,4; 86,6; 82,5; 81,2; 75,5; 86,5 відсотка<sup>48</sup>. При цьому його енергомісткість, наприклад за 1991–1993 рр., зросла на 25 %, електромісткість — на 41,1 % при зниженні обсягів виробництва більш як на 20 % і продуктивності праці на 35 %<sup>49</sup>.

Одним з ключових показників, який визначає потенційні можливості відтворювальних процесів в економіці, є показник прибутку. З 1991 по 1994 рр., правда, спостерігається тенденція до певного зростання частки прибутку у ВВП: у 1991 р. — 36,7 %; 1992 р. — 50,8 %; 1993 р. — 62,9 %. Порівняно з 1990 р., наприклад у 1994 р., частка прибутку зростає на 10,4 %, у 1995 р. — зменшується на 0,3 %<sup>50</sup>. Проте ці показники відображають фактичні ціни (без урахування інфляції), тому жодним чином не можуть характеризувати реальне оздоровлення економіки, скоріше навпаки — структурні перекося, пов'язані з нерівномірним ростом цін у галузевому розрізі.

Особливістю народного господарства України у цей період залишається дуже високий рівень монополізації, наявність значної кількості підприємств-монополістів. Монополізованими на загально-

<sup>47</sup> *Україна в цифрах*. — К.: Техніка, 1996. — С. 7.

<sup>48</sup> Там само. — С. 8.

<sup>49</sup> *Коломойцев В. Е.* Структурна трансформація промислового комплексу України. — С. 53.

<sup>50</sup> Там само. — С. 53.

державних ринках офіційно було визначено 55 % обстежених товарних груп (700 із 1200), а 214 із 1200 (або 17 %) — абсолютно монополізованими. Антимонопольним комітетом було визначено 548 підприємств, що займають монопольне становище на загальнодержавних ринках, і 2251 — на регіональних<sup>51</sup>.

У першій половині 90-х років спостерігається чітка тенденція до зростання чистих податків у ВВП. Так, у 1992 р. цей показник склав 1 % ВВП; у 1993 р. — 7,6 %; у 1994 — 15,2 %; у 1995 — вже 22,7 %, що ілюструє суттєву деформацію джерел прибуткової частини бюджету, який все більше формується за рахунок сфери обігу.

Структура ВВП відображає стрімке скорочення частки амортизації, тобто ресурсів простого відтворення основних фондів<sup>52</sup>. Наприклад, якщо в 1991 р. частка амортизаційних відрахувань становила 17,9 %, то в 1994 р. лише 2 %. Фізична спрацьованість основних фондів у промисловості склала близько 60 %, технологічна застарілість — майже 90 %. Коефіцієнт оновлення основних фондів характеризує тенденцію до його стабільного зниження<sup>53</sup>.

Спостерігаються і вкрай негативні тенденції у структурі оборотних коштів — зменшення частки матеріальних запасів і зростання частки обігових коштів у сфері обігу, збільшення тривалості одного обороту авансованих у виробництво коштів. Надзвичайно гострою постає проблема неплатежів.

У 1995 р. дебіторська заборгованість суб'єктів господарювання України порівняно з 1990 р. зросла майже в 5 разів і склала 42 % ВВП. Приблизно у стільки ж разів зросла і кредиторська заборгованість, яка склала 57,7 % ВВП. Сума простроченої кредиторської заборгованості підприємств і організацій за взаємними розрахунками і позичками банків у 1995 р. зросла в 6,7 раза і на початок 1996 р. склала 1134,2 трлн крб. З цієї суми 96,6 % (1095,5 трлн крб) — заборгованість за взаємними розрахунками підприємств і організацій; 3,4 % (38,7 трлн крб) — прострочені платежі за позичками банків<sup>54</sup>. Все це яскраво ілюструє загострення платіжної кризи.

<sup>51</sup> Коломойцев В. Е. Структурна трансформація промислового комплексу України. — С. 57.

<sup>52</sup> Лукинов И. Социальная переориентация структуры экономики Украины // Вопр. экон. — 1995. — № 12. — С. 96.

<sup>53</sup> Україна в цифрах. — К.: Техніка, 1996. — С. 7, 81.

<sup>54</sup> Коломойцев В. Е. Структурна трансформація промислового комплексу України. — С. 61.



Водночас простежуються суттєві зміни у джерелах формування оборотних коштів підприємницьких структур. На середину 90-х років майже 65 % їх величини покривалися кредиторською заборгованістю і лише 35,6 % — власними коштами, що поглибило кризу неплатежів в економіці держави. Звичайно, скорочення власних джерел не можна вважати єдиним фактором неплатежів. Наприклад, скорочення власних джерел відбулося в 1993 р., коли не була проведена вчасна індексація залишків товарно-матеріальних цінностей з урахуванням рівня інфляції. Так, у 1993 р., при зростанні індексу оптових цін у 97,7 раза, оборотні кошти зросли лише в 40,2 раза. Аналогічне становище склалося в 1994 р., і тільки в 1995 р. темпи зростання оборотних коштів перевищили темпи зростання цін<sup>55</sup>.

Економічна криза на початку 90-х років негативно вплинула на рівень життя та соціальну структуру суспільства. Вже після лібералізації цін у 1992 р. основна маса населення опинилася за межею бідності. Якщо в 1990 р. частка заробітної плати з нарахуванням на соціальне страхування у ВВП становила майже 60 %, то у 1993 і 1994 рр. скоротилася відповідно до 39 і 25 %. Порівняно з 1990 р. у 1992 р. її частка зменшилася на 2,2 %; у 1993 — на 14,8 %; у 1994 — на 13,6 %; у 1995 — на 11,6 %, що яскраво свідчить і про падіння частки праці у суспільному продукті, і про зниження мотивації до праці.

Водночас відбулося повне знецінення такої важливої державної гарантії оплати праці, як мінімальна заробітна плата. Якщо в розвинутих країнах її середні показники, як правило, не перевищують мінімальну більш як у 3–4 рази, то в Україні у жовтні 1992 р. мінімальна зарплата була в 10 разів нижчою за середню у народному господарстві, а в 1993 р. взагалі становила тільки 7 її відсотків. Різко впала купівельна спроможність населення — більш ніж у 5 разів упродовж 1991–1994 рр.<sup>56</sup>.

Економічні негаразди негативно позначились на соціальній структурі України. Форсоване розшарування суспільства спричинило соціальну поляризацію. Вже в 1992 р. за межею бідності опинилося майже 65 % населення, “середній клас” танув на очах, а кількість “багатих” становила майже 10 %. Різко зростає напруження між по-

<sup>55</sup> *Економічний і соціальний розвиток України в 1995 році. Щорічна доповідь Президента України про внутрішню та зовнішню політику України.* — К., 1996. — С. 75–78.

<sup>56</sup> *Бойко О. Д. Історія України.* — С. 510.

люсами “багаті” — “бідні”, що відповідно впливає і на загальне ставлення до ринкових перетворень у суспільстві.

Падіння виробництва і стрімке зростання собівартості продукції різко знизили бюджетні надходження від промисловості. Водночас витрати бюджету невпинно підвищувалися. Дефіцит покривався випуском не забезпечених продукцією паперових грошей. Інфляція поступово перейшла в гіперінфляцію. За 1992 р. гроші знецінилися в 21 раз, а за 1993 р. — у 103 рази. Таких масштабів інфляції не спостерігалось в цей час в жодній країні світу.

Як відомо, з обранням нового Президента — Л. Д. Кучми — в країні розпочинається нова соціально-економічна стратегія. Зокрема, було визначено наступні напрями та пріоритетні завдання: фінансова стабілізація (послаблення податкового пресу, подолання платіжної кризи, поглиблення банківської реформи); докорінна структурна перебудова виробництва, створення ринкової економіки на базі приватного сектора; децентралізація управління економікою; лібералізація зовнішньоекономічних зв'язків; соціальний захист тощо.

Національний банк України розпочав жорстку дефляційну політику і в липні 1994 р. домігся найнижчого (2,1 %) рівня інфляції за попередні 3 роки. Але монетарні обмеження не підкріплювалися зниженням бюджетних витрат. Короткочасне приборкання інфляції досягалося утворенням заборгованості по виплаті заробітної плати, пенсій та інших соціальних видатків, зростанням неплатежів за товари і послуги в народному господарстві. Отже, в українській економіці нагромаджувався новий потужний інфляційний потенціал, який поставив суспільство наприкінці 1994 р. перед новим витком гіперінфляції.

Процеси нагромадження в галузях народного господарства припинилися. Це означало, що розпочався фізичний розпад продуктивних сил.

В умовах інфляції такого масштабу відбулася обвальна бартеризація зовнішньої торгівлі. Експортні поставки за бартером здійснювалися, як правило, за зниженими цінами, а імпорتنі — за завищеними. Заборгованість України іншим країнам на середину 1994 р. складала близько 7 млрд доларів. Найбільше боргів припадало на частку Росії і Туркменістану за поставку енергоносіїв.

Борючись з інфляцією, уряд повернувся до звичних методів директивного господарювання. Але запровадження фіксованої націо-



нальної валюти щодо долара і рубля призвело до зростання оборотів “тіньової економіки”, посилення корупції в державному апараті, величезних перевитрат виробників під час експорту продукції і втечі капіталів за кордон. За різними оцінками, наприкінці 1994 р. у розпорядженні вітчизняних власників на території України зберігалось від 2 до 4 млрд, а поза її межами — від 10 до 20 млрд доларів США, що остаточно знекровило економіку.

Щоб скоротити емісію не забезпечених товарною масою грошей, уряд почав збільшувати питому вагу податків. В Україні було встановлено найвищу в світі ставку прибуткового податку з громадян — 90 %. Але це призводило або до гіпертрофованого зростання “тіньової економіки”, або до подальшого згортання виробничої та комерційної діяльності.

Отже, ситуація, що склалася, вимагала корекції стратегії соціально-економічної політики. Її необхідність офіційно визнав Президент уже в квітні 1995 р. А в жовтні цього ж року було обнародовано програму антикризових дій уряду, яка проголошувала прискорену приватизацію, легалізацію за рахунок лібералізації податкової політики тіньової економіки, активізацію інвестиційного процесу, отримання максимального економічного ефекту від зовнішньої торгівлі, піднесення рівня ефективності використання енергоресурсів, економічне забезпечення пріоритетного розвитку соціальної сфери тощо.

Новий курс, звичайно, дав певні результати. Наприклад, якщо в 1992 р. інфляція в Україні становила 2100 %, у 1993 р. — 1025 %, у 1994 р. — 501 %, то в 1995 р. прогресуючу інфляцію вдається дещо призупинити: вона становила 281 %. І надалі позитивні тенденції збереглися: 1996 р. — 139,7 %, 1997 р. — 110,1 %, 1998 р. — 120 %, 1999 р. — 119,2 %, 2000 р. — 125,8 %, 2001 р. — 106,1 %.

Спостерігаються певні структурні зрушення. Так, у 1995 р. промисловими підприємствами недержавного сектора було вироблено 45 % загального обсягу промислового виробництва. Надалі ця тенденція активізується, станом на 1998 р. зазначений показник зростає до 65,9 %, у 2000 р. — 79,1 %, а у 2001 р. — до 81,7 %. За даними статистичних досліджень, частка працюючих у недержавному секторі промисловості піднялася з 22,4 % у 1992 р. і 40 % у 1996 р. до 71,3 % у 1999 р. і 74,6 % у 2001 р. Отже, недержавний сектор стає важливим фактором розв’язання проблеми зайнятості населення.

Започатковується процес часткового повернення капіталу в Україну. Дещо інтенсифікується процес приватизації. Вже в 1995 р. було

приватизовано 8 тис. великих та середніх українських підприємств і практично завершено малу приватизацію. На початку 1995 р. відбувається перехід до оподаткування прибутків підприємств та організацій за ставкою 30 %, скорочено податкові пільги. Ставку податку на додану вартість було знижено з 28 до 20 %. Майже на третину зменшилося від'ємне сальдо зовнішньої торгівлі.

Водночас другу половину 90-х років певною мірою можна вважати й більш якісним етапом становлення, власне, сектора малого бізнесу. Він характеризується насамперед розширенням діяльності міжнародних фондів, грошовою реформою, конституційним закріпленням державою свободи підприємництва та приватної власності. Було прийнято Програму розвитку малого підприємництва в Україні на 1997–1998 рр., вступили в дію Укази Президента стосовно дерегулювання підприємницької діяльності тощо.

Проте загалом ознаки стабілізації виявилися нетривкими, ситуація й надалі залишається складною, про що свідчать несприятливі економічні показники. Валовий внутрішній продукт у відсотках до попереднього року складав у 1997 р. — 97 %, у 1998 р. — 98,1 %, у 1999 р. — 99,8 % і тільки у 2000 р. — 105,9 %, 2001 р. — 109,1 %.

Так, у першій половині 1998 р. за даними Держкомстату України збитково працювала більша половина підприємств (53 %), що на 6 % перевищило аналогічні показники попереднього року. Лише 101 із майже 9700 досліджених підприємств мала змогу здійснити комплексну механізацію та автоматизацію виробничих процесів. Нову конкурентоспроможну продукцію освоювали тільки 9,2 % промислових підприємств, нову техніку — близько 1 %. За бартерними умовами в цей же період було реалізовано майже 42 % продукції. На ринку праці посилюється тенденція зростання безробіття — у 1998 р. їх кількість порівняно з початком поточного року зростає на 57 %, у 1999 р. — на 17 % і лише у 2000 р. зменшується на 2 %, а у 2001 р. — на 13 %. Але, на жаль, і ці цифри не відбивають справжнього стану зайнятості. Не зареєстроване і приховане безробіття має великі масштаби. Сотні тисяч людей вважаються працюючими, але підприємства, на яких вони зайняті, або простоюють, або діють впівсили.

Темпи росту промислового виробництва порівняно з попередніми роками складають у 1996 р. — 24,6 %, у 1997 р. — 2,4 %, у 1998 р. — 10,4 %, у 1999 р. — 29,7 %, у 2000 р. — 34,4 %. Вочевидь простежується провал у 1997–1998 рр. У вересні 1998 р. склад про-

мислового виробництва сягнув 26 %. Відбувається інтенсивна девальвація національної валюти.

Фінансова криза 1998 р. спричинила ланцюгову реакцію, яка наклала свій відбиток на інші макроекономічні показники. В результаті замість запланованого (до 0,5 % ВВП) спостерігається подальший економічний спад (реальне падіння ВВП склало 1,5 %). Рівень інфляції замість прогнозованих 7–10 % зріс до 20 %<sup>57</sup>. Зменшується частка продукції МП у загальних обсягах виробництва. Якщо у 1988 р. вона становила 11,3 %, то у 1999 і 2000 рр. відповідно 11,1 % і 6,9 %. Негаразди посилювалися і значним зростанням заборгованості держави з виплат зарплат і пенсій (станом на 1 жовтня 1998 р. вона становила: із зарплат — 3,2 млрд грн, з пенсій — 1,1 млрд грн).

Як і в попередній період, основною причиною фінансової нестабільності й гальмування економічного зростання є надмірні державні витрати. При цьому значущі як обсяги витрат, неспівставні з державними доходами та розміром ВВП, так і їх структура: співвідношення державного інвестування і державного споживання.

Наприклад, у 1997 р. лише близько 2 % державних витрат становили інвестиції в економіку. Для порівняння, у 1992 р. цей показник перевищував 16 %, а в середньому за 1994–1997 рр. державні витрати (без Пенсійного фонду) становили приблизно 38 % ВВП (приблизно така ж частка ВВП перерозподілялася через бюджетну систему в інших країнах з перехідною економікою)<sup>58</sup>.

В умовах швидкого скорочення обсягів реального ВВП згубною для економіки виявилася невідповідність державних витрат до державних доходів. У результаті дефіцит бюджету в 1994–1997 рр. знаходився в середньому на рівні 6–7 %. У 1995 р. він складав 3612,9 млн грн, що відповідало 17,5 %. (У післякризовий період ситуація дещо покращилася. В 1999 р. дефіцит складав 5,8 %, у 2000 р. профіцит — 2,0 %, у 2001 р. — дефіцит — 2,3 %.) Надмірні державні витрати по відношенню до доходів спричинили високу інфляцію, швидке нагромадження державного боргу, втрату валютних резервів, зростання заборгованості. Все це, в основному, й заклало передумови фінансової кризи вересня 1998 р.

<sup>57</sup> Костриба А. І. Передумови фінансової кризи в Україні та характер її прояву // *Фінанси України*. — 1999. — № 9. — С. 39–40.

<sup>58</sup> Костриба А. І. Там само. — С. 39.

Окрім цього, вкрай негативну роль у загостренні протиріч на фінансовому ринку відіграла, власне, практика фінансування бюджетного дефіциту, тобто державних запозичень.

Так, з 1995 р. фінансування бюджетного дефіциту здійснюється за рахунок внутрішніх і зовнішніх запозичень. Наприклад, у цьому ж, 1995 р., за рахунок випуску облігацій внутрішньої державної позики (ОВДП) фінансувалося 8 % дефіциту, у 1996 р. — 39 %, а у 1997 р. — вже 71 %. При цьому доходність ОВДП була встановлена не виправдано високою (50 % річних у 1997 р. при 10 % річних індексом інфляції). Напередодні фінансової кризи 1998 р. розміри ОВДП склали 48,3 % консолідованого бюджету України. Загальне залучення коштів до бюджету за весь час існування ОВДП становило 18,6 млрд грн, у той час як чисте залучення — лише 4,8 млрд грн. Розмір державного боргу по ОВДП нараховував 10,8 млрд грн зі строком погашення до першого липня 1999 р.<sup>59</sup>

Разом з тим через високу доходність (у ВКВ) ОВДП поступово перетворюється з інструменту внутрішньої позики на предмет зовнішньої. В результаті на 1998 р. 70 % ОВДП виявилась у нерезидентів України. Таке динамічне зростання зовнішньої заборгованості різко загострило проблему стабільності валюти, адже призвело до зменшення валютних резервів НБУ. В свою чергу, збільшення витрат на обслуговування внутрішнього державного боргу вплинуло на підвищення облікової ставки НБУ, створило недосяжний для промислових підприємств рівень кредитних ставок комерційних банків. Отже, насамперед невирішеність внутрішніх проблем спричинила реальну загрозу дефолту.

З другого боку, вагомими у даній кризовій ситуації були й зовнішні чинники. По-перше, Україну суттєво заторкнула загальна тенденція відпливу капіталів з ринків країн, що розвиваються. Для збалансування втрат на інших ринках інвесторами було вилучено значні кошти з українського ринку. Поглибила і прискорила процеси, зумовлені світовим фінансовим спадом, валютна та фондова криза в Росії (серпень, 1998 р.). Зовнішні фактори посилили дію внутрішніх факторів, активізували паніку та спекуляції на національному фінансовому ринку.

У другій половині 90-х років ситуація в соціально-економічній сфері, як бачимо, залишається вкрай проблематичною, при цьому її

<sup>59</sup> Костриба А. І. Передумови фінансової кризи в Україні та характер її прояву // Фінанси України. — 1999. — № 9. — С. 40.

негативні тенденції значно ускладнюють становище в секторі малого бізнесу, визначають дещо неадекватну його специфіку, місце й роль у суспільстві та в економічній трансформації зокрема.

На сьогодні підприємництво ще так і не вийшло зі своєї зародкової стадії. З одного боку, на його розвиток негативно впливає насамперед криза в економіці, фінансова нестабільність, низька купівельна спроможність населення, неплатоспроможність основних виробничих підприємств, відсутність вільних обігових ресурсів, суперечливе і недосконале законодавство, недостатнє методичне й організаційне забезпечення санацій та процесів державної підтримки підприємств. Як результат, більшість МП змушена обирати стратегію виживання, використовуючи бартер, недогляди чинного законодавства, системи ціноутворення та контролю за підприємницькою діяльністю з боку адміністративних органів управління.

З другого боку, незважаючи на наявність багатьох проблем, у 90-х роках поступово формується законодавча база функціонування МП, відповідна інфраструктура, утвердження основних засад демократії. Хоч у цілому для МП цей період надзвичайно складний, сповнений протиріч та нестабільності, передбачає дуже жорсткі умови виживання на ринку.

Отже, для переходу малого бізнесу в Україні на якісно вищий рівень розвитку потрібно, в першу чергу, усунути вищезазначені перешкоди, забезпечити узгодженість і відпрацьованість економічних процесів у країні, стабілізацію соціальної сфери, політичне вирішення проблем у процесі розвитку демократії, становлення громадянського суспільства.

За таких обставин мале підприємництво здатне проявити свій потенціал саморозвитку, внести вагомий вклад і в гармонізацію соціальних відносин і в економічне процвітання держави.

### **1.3. Мале підприємництво у структурі національної економіки, особливості та проблеми розвитку**

Досвід промислово розвинутих країн, таких, як США, Італія, Японія, Великобританія, Німеччина, Франція, економіці яких належить значне, а за низкою показників і провідне місце в світі, ілюструє важливу роль малого та середнього бізнесу. На долю останнього в

цих країнах припадає до 90–95 % усіх підприємств, 50–60 % виробництва валового національного продукту, він виступає роботодавцем для більш ніж 50 % працездатного населення<sup>60</sup>.

Для порівняння, кількість малих підприємств на 1000 одиниць населення (загальноприйнятий показник рівня розвитку МБ) України на середину 90-х років дорівнював 2 (на кінець 90-х — близько 2,7), що, наприклад, у 22,5 раза менше, ніж у країнах ЄС (45), майже в 37 разів менше, ніж у США (74,2). У країнах перехідної економіки: у Чехії — 12,4; Польщі — 51,3; Естонії — 16,7; Росії — 5,6.

Тут важливо зазначити, що за критеріями міжнародної практики критична маса комерційних структур для характеристики господарства як ринкового має складати не менше одного діючого підприємства на 30–50 жителів конкретної території. (Під інтегральним поняттям малого бізнесу, як правило, мається на увазі ринкова діяльність окремих людей та членів їх родин (родинний бізнес), малі підприємства з чисельністю найнятих робітників (персоналу) до 100 чоловік працюючих та середні підприємства з чисельністю від 100 до 500 працюючих)<sup>61</sup>.

Визначення оптимальної кількості МП для повноцінного функціонування національної ринкової системи нині є досить проблематичним. Цей показник залежить від конкретних потреб конкретних товарів і послуг, рівня розвитку ринкової трансформації, якісних характеристик підприємницьких структур.

Наприклад, керівник проекту підтримки приватного підприємництва Міжнародної Фінансової Корпорації Н. А. Масві обґрунтовує необхідність наявності 2–3 млн МП для повноцінного функціонування національних ринкових відносин<sup>62</sup>. На думку А. М. Лукашенка, для побудови національного ринкового господарства потрібно не менше 400–450 тис. підприємницьких структур<sup>63</sup>.

На наш погляд, за нинішніх обставин кількісний критерій МП не може слугувати виразником проблеми, що розглядається в книжці.

<sup>60</sup> *Бедринець М. Д.* Податки в системі фінансової підтримки розвитку малого підприємства // *Фінанси України*. — 1998. — № 9. — С. 122.

<sup>61</sup> *Невелсв О. М.* Мале підприємництво в регіоні: Економічні та правові засади. — К., 1998. — С. 4.

<sup>62</sup> *Марьенко В.* “Карпетик бедный, отчего ты бледный?..” // *Діловий вісн.* — 1996. — № 2. — С. 22–23.

<sup>63</sup> *Громадянське суспільство і підприємництво в Україні: проблеми і шляхи становлення:* 36. наук. пр. — К.: Манускрипт, 1996. — С. 26–27.



Потрібна кількість МП визначатиметься еволюційно у контексті утвердження малого бізнесу. Більш вагомими постають якісні особливості, у зв'язку з чим вважаємо за доцільне проаналізувати його розвиток, місце й частку в суспільному виробництві та структурі національної економіки.

Власне структура суспільного виробництва визначається абсолютними розмірами і часткою (відносно загального обсягу виробництва) використаних ресурсів або поточних витрат, чисельністю зайнятих робітників, обсягом застосовуваних і споживаних засобів виробництва<sup>64</sup>. Вона характеризується: відтворювальними (між виробництвом засобів виробництва і виробництвом предметів споживання); галузевими (у розвиткові галузей матеріального виробництва); територіальними (у розміщенні виробництва в окремих економічних районах чи областях); зовнішньоекономічними (між експортом та імпортом продукції різних галузей і регіонів) пропорціями, що й дає можливість простежити і загальну ситуацію в секторі, і його окремі тенденції.

У свою чергу, в тісному взаємозв'язку зі складовими суспільного виробництва, як правило, визначається структура економіки. Так, наприклад, академік В. Е. Коломойцев виділяє такі її основні площини:

*Відтворювальна структура* — пропорції відтворення, що склалися, і зрушення, що в них відбуваються (йдеться насамперед про співвідношення підрозділів суспільного виробництва, що відрізняються призначенням виготовленого продукту, про зрушення у пропорціях поділу сукупного суспільного продукту за вартістю і розподіл кожного з цих елементів).

*Галузева структура* — розподіл засобів виробництва і робочої сили між різними підгалузями і галузями (з одного боку, пропорції визначаються структурою кінцевих і проміжних потреб суспільства, з другого — технологічним рівнем, природними умовами виробництва, певною мірою інерційністю попередньо сформованої галузевої структури тощо).

*Технологічна структура* — співвідношення традиційних і якісно нових напрямів науки і техніки, розподілом ресурсів між ними (за ступенем охоплення новітніми технологічними напрямами (мікроелектроніка, інформатика, біотехнології тощо) сфер виробництва і споживання роблять висновки про технічний рівень країни, її нау-

<sup>64</sup> Коломойцев В. Е. Структурна трансформація промислового комплексу України. — С. 9.



ково-технічний потенціал, за цим же показником визначається якісний рівень національного сектора малого бізнесу).

*Територіальна структура* — пропорції в розміщенні й розвиткові продуктивних сил у межах національної (світової) економіки.

Відсоток малого та середнього підприємництва України у валовому національному продукті у 8–13 разів менший, ніж в економічно розвинутих країнах. За матеріалами міжнародної науково-практичної конференції “Напрямки подолання перешкод розвитку малого та середнього підприємництва в Україні”, що відбулася у Києві в квітні 2001 року, у США на підприємствах МСБ працює 70,2 млн чол., в країнах ЄС — 68 млн чол., зокрема у Німеччині — 18,5 млн чол., в Італії — 16,8 млн, у Франції — 15,2 млн чол.

Частка зайнятих у малому підприємстві України, наприклад, станом на 1996 р. складала 5,7 % працюючого населення<sup>65</sup>, частка МСП у ВВП (%) — лише 7 %<sup>66</sup>. За цим же показником, за даними Держкомітету України з розвитку підприємництва, Держкомстату України, — у Польщі — 60 %, Росії — 10 %, ЄС — 65 %, США — 51 %.

Частина балансового прибутку отриманого МП у загальному балансовому прибутку в цілому в Україні постійно зменшується. Збиткові підприємства складають майже 40 % від усіх МП.

Значимість малих та середніх підприємств в різних країнах можна зрозуміти за даними Держкомітету України з розвитку підприємництва, Держкомстату України (2000) з наступної таблиці:

Країни	Кількість МСП, тис.	Кількість МСП на 1000 жителів	Працюють в МСП, млн чол.	Частка МСП в загальній чисельності працюючих, %	Частка МСП в ВВП, %
1	2	3	4	5	6
Великобританія	2630	46	13,6	49	50–53
Німеччина	2290	37	18,5	46	50–52
Італія	3920	68	16,8	73	57–60
Франція	1980	35	15,2	54	55–62

<sup>65</sup> *Бедринець М. Д.* Податки в системі фінансової підтримки розвитку малого підприємництва // *Фінанси України*. — 1998. — № 9. — С. 122.

<sup>66</sup> *Аксюнов І.* How to Improve the Regulatory Conditions for Small Business // *The Ukrainian Legal and Economic Bulletin*. — 1997. — № 4. — P. 10.

1	2	3	4	5	6
США	19300	74,2	70,2	54	50–52
Японія	6450	49,6	39,5	78	52–55
Росія	844	5,65	8,3	13	10–11
Україна	217	4,4	1,7	10,8	6–7
Україна (2001)	234	4,8	1,8	12,1	7,3

При цьому однак варто враховувати певну відносність наявних даних про підприємницькі структури. Статистичні підрахунки не беруть до уваги тіньовий сектор, у якому, на думку багатьох спеціалістів, в Україні функціонує до 60 % МП. Наприклад, спеціалісти Світового банку визначають внесок МП у ВВП України в розмірі 40–50 %<sup>67</sup>.

Щороку зменшується питома вага діючих малих підприємств до кількості зареєстрованих, і це — також своєрідна особливість вітчизняного сектора малого бізнесу. Наприклад, у 1992 р. реально функціонувало тільки 49,4 % МП від кількості зареєстрованих, у 1993 р. — 47,7 %, 1994 р. — 37,3 %<sup>68</sup>. У 1996 р. з 281,6 тис. зареєстрованих підприємств діяло тільки 91,6 тис., тобто майже третина (32,6 %) <sup>69</sup>. У 1997 р., відповідно, з 300 тисяч — 136238 (4,5 %) <sup>70</sup>. Подібна тенденція зберігалася у 1999–2001 рр.

Наведені показники яскраво ілюструють як несприятливі умови для діяльності МП, так і практику переходу багатьох з них у тіньовий сектор. Станом на середину 2000 р., за інформацією податкової адміністрації, в Україні діяло 2625 фіктивних фірм.

У процесі становлення малого бізнесу в Україні спостерігається тенденція нерівномірності, стрибкоподібності в кількісній динаміці підприємницьких структур.

Так, зростання МП припадає на 1992–1993 рр. За цей час їх кількість збільшилася майже в 1,5 раза (з 50496 до 75003). У наступні

<sup>67</sup> *Problems of Small Business in Ukraine* // The Ukrainian Legal and Economic Bulletin. — 1997. — № 1–2. — Р. 10.

<sup>68</sup> *Малий бізнес України: підприємці здатні відродити країну* / Під ред. Д. В. Ляпіна. — К.: Асоціація сприяння розвитку приватних підприємств в Україні “Єднання”, 1997. — С. 63.

<sup>69</sup> *Троценко Р.* Малий бізнес: чи є перспектива? // Діловий вісн. — 1997. — № 1. — С. 18.

<sup>70</sup> *Греков Ю.* Разработан проект программы развития малого бизнеса // Всеукраинские ведомости. — 1997. — № 3. — С. 2.

3 роки має місце уповільнення темпів росту, відповідно, 106,4 %; 114,7 %; 101,6 % (79827; 91601; 93091)<sup>71</sup>. Нарешті, найвищі темпи росту МП припадають на 1997 р. — 146 % (136238).

За офіційними даними станом на 1997 р. в Україні вже налічувалося близько 136238 МП; 1200 тис. індивідуальних підприємців та 36 тис. фермерських господарств; у 1998 р. — 173404, у 1999 р. — 197127, у 2000 р. — 217930, у 2001 р. — 233607 малих підприємств.

В умовах переходу до ринкових відносин в Україні було визначено три шляхи становлення малих підприємств: у процесі приватизації державних підприємств; у процесі демонополізації, роздрібнення державних підприємств; створення нових МП<sup>72</sup>.

Хоча у перехідний період найоптимальнішим, найреальнішим і найперспективнішим видається третій шлях становлення приватного підприємництва, в Україні, на жаль, він майже не реалізовується. Основна причина — пасивна державна політика. Окрім цього, у держбюджеті перманентно не вистачає фінансових ресурсів, необхідних для забезпечення відповідних умов.

Щодо першого та другого шляхів очевидно постає їх неефективність і мала активність. Як наслідок досить специфічною видається динаміка структури форм власності у малому бізнесі.

По-перше, чітко простежується зменшення питомої ваги державних МП:

1992 р.	1993 р.	1994 р.	1995 р.	1996 р.	1997 р.	1998 р.	1999 р.	2000 р.	2001 р.
18,7 %	7,8 %	3,7 %	2,7 %	1,7 %	0,9 %	1,7 %	1,6 %	1,5 %	1,3 %

По-друге, наявна стала тенденція росту МП колективної форми власності на першому етапі перехідного періоду зі стабілізацією показників в останні роки:

1992 р.	1993 р.	1994 р.	1995 р.	1996 р.	1997 р.	1998 р.	1999 р.	2000 р.	2001 р.
32,9 %	34,9 %	42,8 %	54,7 %	62,7 %	65 %	65 %	64 %	63 %	63 %

По-третє, дещо незвичною навіть для перехідних економік є динаміка росту приватних малих компаній:

<sup>71</sup> Вісник Держкомстату України. — 1992–1996.

<sup>72</sup> Буряк Л. Д., Гапонюк М. А. Проблеми фінансового забезпечення розвитку малого бізнесу // Фінанси України. — 1998. — № 9. — С. 102.

1992 р.	1993 р.	1994 р.	1995 р.	1996 р.	1997 р.	1998 р.	1999 р.	2000 р.	2001 р.
43,3 %	53,8 %	50,7 %	42,6 %	35,6 %	31,0 %	29,4 %	31,0 %	32,3 %	32,4 %

Окреслені особливості мають під собою спірне суб'єктивне підґрунтя. Наприклад, у 1992–1994 рр. спостерігається очевидне зволікання щодо проголошеного процесу приватизації з боку владних структур. Зокрема, це проявилось у суперечливості підготовки відповідної правової бази, необґрунтованій затримці в необхідних документах, затвердженні списків об'єктів, невиправданому завищенні цін, опорі органів місцевої влади, мораторії Верховної Ради на приватизацію, що діяв до кінця 1994 р., складності формування приватизаційних органів тощо. Поєднаність з іншими дестабілізуючими факторами — бюрократизм, кримінальні структури, майже безперервна галопуюча інфляція в умовах поглиблення економічної кризи — зумовила відповідний результат: уже закінчена мала приватизація ні якісно, ні кількісно не відіграла важливої ролі катализатора підприємницької активності. За 6 років в Україні було приватизовано 45 тис. підприємств. Для порівняння, лише в 1992 р. в Чехії вже було приватизовано 22 тис. з виставлених у 1990 р. 100 тис. об'єктів<sup>73</sup>.

Окрім цього, якщо лише побіжно кинути погляд на виступи аналітиків у ЗМІ з приводу впливу можновладців на приватизаційні процеси, чітко прослідковується цікава особливість — основний акцент ставиться не на створенні оптимальних можливостей для функціонування альтернативних стосовно неефективно діючих господарських структур, що базуються на державній власності (як, наприклад, у країнах Центральної, Східної Європи), а на пошук утопічних моделей “соціальної справедливості”, недопущення “капіталістичного привида” в Україну. В результаті процеси часто-густо деформуються на задоволення інтересів усіх — кого завгодно, — крім власника-підприємця.

У країнах Центральної і Східної Європи мала приватизація означала насамперед приватизацію нерухомого майна, відбувалася, ефективно стимулюючи розвиток усієї ринкової інфраструктури і згладжуючи об'єктивні соціальні протиріччя перехідного етапу. В Україні (дещо подібно до російського аналога) перспектива викупу

<sup>73</sup> Defillippi R. Stall Business Development in the Czech Republic // Review of Business. — 1995. — № 3. — P. 4.

надається трудовим колективам, обмежується викуп найважливішого активу — приміщень (багато підприємств виносились на приватизацію лише з правом оренди приміщень, при цьому короткострокової, що практично робило неможливим створення сприятливого інвестиційного клімату, ставило підприємців у пряму залежність від органів місцевої влади), нав'язується обов'язковість зберігати спеціалізацію об'єктів.

Ускладнили процес довгострокова невирішеність земельного питання, відсутність права продажу земельних ділянок тощо.

Дещо поліпшило ситуацію введення у 1995 р. в дію Указу Президента України “Про приватизацію та оренду земельних ділянок несільськогосподарського призначення для здійснення підприємницької діяльності”, згідно з яким санкціонувався право приватизувати земельні ділянки, на яких знаходяться МП, і вільно ними розпоряджатися, але кардинальних зрушень не відбулося. Стратегічну мету приватизації, визначену на початку 90-х років — найшвидший розподіл власності за найвищими цінами — реалізувати не вдалося. У 1996 р. тільки 29 % МП було приватизовано конкурентним способом, більше 50 % — неконкурентним (*Кубай*. — С. 99). Це при тому, що практично завжди приватизація розглядалася як важлива стаття надходжень до державного бюджету. Однак хоча відомий історик і теоретик приватизації Олександр Пасхавер і стверджує, що “те, що в бюджеті немає грошей, створює приватизації могутнього союзника”, однак досвід минулих років не додає оптимізму.

Наприклад, проект бюджету-2001 передбачав, що 25 % доходів у ньому будуть складати надходження від паливно-енергетичного комплексу (у вигляді поточних платежів) і заходів від приватизації. Зокрема, очікувалося 9,1 млрд грн (або близько 1,44 млрд доларів США при запланованому середньорічному курсі гривні 6,3 грн/долар) приватизаційних надходжень, 25 % яких планувалося спрямувати на інвестиції і підтримку структурних змін у пріоритетних галузях економіки<sup>74</sup>.

На практиці за весь 1999 р. Фонд держмайна перерахував до бюджету лише 0,68 млрд грн. Відповідно до Закону про Державний бюджет на 2000 р. від приватизації мало поступити 2,575 млрд грн. За

<sup>74</sup> *Следзь С.* Три миллиарда из воздуха? // Зеркало недели. — 2000. — 23 сент. — № 37 (310). — С. 7.

вісім місяців 2000 р. було перераховано лише 1,206 млрд. При цьому з січня 2000 р. Фонд державного майна оголосив 169 конкурсів з продажу пакетів акцій загальною початковою вартістю близько 1,45 млрд грн, з яких на 75 конкурсах пропонувалися контрольні пакети акцій. На початок вересня цього ж року відбулося лише 32 конкурси (близько 19 % з оголошених) на загальну суму 720,2 млн грн (49,69 % початкової вартості).

Зрозуміло, що переобтяжені боргами об'єкти приватизації на конкурсній основі не можуть виглядати надто привабливими ні для вітчизняних, ні, тим паче, для зарубіжних інвесторів (при цьому приватизація у гривневому секторі грошей загрожує росту рівня інфляції). Проте очищення від боргів (як, наприклад, у Східній Німеччині свого часу) вимагає додаткових витрат бюджету. Таким чином, знову — замкнуте коло. Як бачимо, механізм попереднього, допродажного вивчення попиту на акції, детально регламентований у держпрограмі приватизації на 2000–2002 рр., поки що так і залишається побажанням.

Одним з найважливіших факторів впливу на структурну динаміку малого бізнесу та особливості його функціонування виступає податкова політика.

Так, у промислово розвинутих країнах остання, як дієвий важіль регулювання діяльності малих підприємств, досить ефективно розв'язує проблеми цілеспрямованого розвитку підприємництва, зокрема, через систему податкових пільг.

Хоча система пільгового оподаткування малого підприємства в різних країнах неоднакова, проте спільними залишаються:

- 1) пільги податку на прибуток підприємств у розмірі частки капіталовкладень у нове устаткування, будівництво; звільнення від сплати податку на суму доходу, що витрачається на придбання нового устаткування МП обробної промисловості (за підрахунками спеціалістів, у цілому держава відшкодовує близько 10 % вартості засобів виробництва);

- 2) неоподатковуваність створених за рахунок прибутків фондів спеціального призначення;

- 3) зниження податкових ставок на прибуток МП;

- 4) диференційований підхід до податку на прибуток, податку на додану вартість, прибуткового податку;

- 5) створення неоподаткованого податком резерву;

б) застосування механізму прискореної амортизації<sup>75</sup>.

В Україні податкова система, на жаль, виступає лише фіскальним засобом поповнення бюджету, а не механізмом заохочення ділової активності. При цьому упродовж 90-х років спостерігається тенденція до посилення жорсткості системи оподаткування в цілому, що зменшує власні засоби розвитку МП.

Уже в 1992 р. Декретом Кабміну “Про податок на прибуток підприємств і організацій” було відмінено існуючі податкові пільги, не компенсуючи жодними альтернативними засобами підтримки. Законом “Про державний бюджет України на 1994 р.” взагалі не передбачалося будь-яких пільг в оподаткуванні МП. Відповідно до Закону України “Про оподаткування прибутку підприємств” з 01.01.95 р. МП оподатковуються на загальних підставах єдиних для всіх суб’єктів ринкової економіки (нагадаємо, що попереднім Законом передбачалася сплата 50 % від сплати податку протягом першого року функціонування).

Проект Закону України “Про державну підтримку малого підприємництва” містив випадки, коли в податковому законодавстві були передбачені зміни, що, навпаки, погіршували навіть існуючі умови для малого підприємництва. Наприклад, останні мали підлягати оподаткуванню на основі законодавства, яке діяло на момент їх державної реєстрації.

Не принесла суттєвого поліпшення податкової ситуації, хоч і прогресивна в багатьох відношеннях, реформа податкової системи 1997 р.

За найоптимістичнішими підрахунками спеціалістів, у вигляді різних податків з підприємств вилучається більше 80 % доходів<sup>76</sup>.

Лише Фонд оплати праці обкладається 42,5 % податком (у 1995 р. — 52,5 %), що в першу чергу спричинює підвищення собівартості, подорожчання і падіння конкурентоспроможності продукції підприємств. При цьому, наприклад, на початок 1996 р. загальні питання оподаткування регламентувалися 61 документом, ПДВ — 101; відповідно податок на прибуток підприємств і акцизний збір — 65 і 60 нормативними актами<sup>77</sup>.

<sup>75</sup> *Бедринцев М. Д.* Податки в системі фінансової підтримки малого підприємництва. — С. 124.

<sup>76</sup> *Печерський В.* Через разумные налоги — к выходу из кризиса // Діловий вісн. — 1996. — № 12. — С. 18.

<sup>77</sup> *Малый бизнес Украины: підприємці здатні відродити країну / Під ред. Д. В. Лятна.* — К., 1997. — С. 38.



За інформацією “Українського ділового щотижневика”(2001. — лип. — № 29) протягом червня 2001 р. у рамках участі у програмі “Коаліції бізнес-асоціацій” проекту BIZPRO, що фінансує АМР США, у всіх регіонах України проводилося опитування суб’єктів підприємницької діяльності про вплив податкової системи на їхній розвиток. Усього опитано 710 керівників малих підприємств і підприємців — фізичних осіб. Деякі результати дослідження малого бізнесу пригломшують. Зокрема: 10 % малих підприємств віддають державі понад 60 % свого доходу.

21,8 % опитаних вважають, що податки і збори віднімають у них до 40 % їхніх доходів, 10 % заявили, що платять державі у виді податків і зборів понад 60 %. Організатори дослідження дійшли висновку, що підприємництво в Україні терпить чи ледве не найважчий податковий прес у світі. На їх думку, наведені дані відбивають лише фактично перераховані в бюджет податки і збори і не враховують інших витрат — перерахування в цільові фонди, витрати, пов’язані зі звітністю, перевірки, хабарами тощо.

У такій ситуації неважко зрозуміти підприємців, змушених приховувати від держави значну суму доходів. Серед опитаних таких було 39,3 %. Причому обсяги доходу, прихованого від оподаткування, складають приблизно 20 % — про це повідомив 81 % респондентів, що коли-небудь приховували доходи від оподаткування.

Окреслена картина спричинила відповідні результати: зниження темпів зростання кількості діючих МП, посилення процесу тінізації суб’єктів малого підприємництва.

Так, при абсолютному зростанні кількості малих промислових підприємств впродовж 90-х років чітко простежується уповільнення темпів їх створення. Якщо в 1993 р. кількість діючих МП порівняно з попереднім роком зросла на 50 %, у 1994 р. — лише на 6 %, у 1995 р. — на 14 %, у 1996 р. — на 2 %, у 1997 р. — 2,9 %, у 1998 р. — 1,3 %, у 1999 р. — 1,16 %, у 2000 р. — 1,14 %, у 2001 р. — 1,09 %.

Статистичні дані ілюструють дуже повільне збільшення чисельності працюючих у малому бізнесі.

У 1991 р. — 1192,4 тис. осіб; у 1993 р. — 1038,2 тис. осіб, у 1994–2001 рр. — відповідно — 986,4; 1124,9; 1178,1; 1395,5; 1559,9; 1667,5; 1709,8; 1807,6 тис. осіб. Останні роки намітилася тенденція зниження темпів росту кількості працюючих в МП. У 1997 р. зростання порівняно з 1996 р. складало 18,5 %, у наступні роки порівняно з попередніми: 11,8 %; 7,5 %; 1,9 %, у 2001 році воно складало 5,7 %.

Згідно з даними Міністерства внутрішніх справ України “чесно” сплачують державні податки лише близько 10 % комерційних підприємницьких структур. При цьому не дуже різняться дані опитування керівників 235 вітчизняних МП: 80 % підприємців не враховують певну суму прибутку при оподаткуванні (з них: 26 % — приховують до 90 % прибутку; 26 % — від 30 % до 50 %; 28 % — не декларують 10–20 %. І тільки близько 20 % респондентів заявили, що сплачують усі державні податки<sup>78</sup>.

Таким чином, насамперед надмірний податковий тиск і зрозуміле бажання “вижити” у складних умовах перехідного періоду змушує підприємців діяти напівзаконно (подвійна бухгалтерія, фіктивна зарплата, відкриття МП, що зникають після кількох виконаних операцій, тощо), штовхає їх у тіньовий сектор, у якому, за деякими підрахунками, перебуває близько 60 % суб’єктів економічної діяльності.

Власне, проблему наявності “тіньового бізнесу” як економічного явища не можна трактувати однозначно. Адже до цієї категорії належать і господарські одиниці, які виробляють продукцію, здійснюють торговельні, посередницькі операції, надають послуги тощо в межах чинного правового поля (однак приховують діяльність від державних органів, щоб уникнути високих податків, адміністративних перепон; зареєстровані фірми, які не сплачують усіх податків, не звітують про свою діяльність; ведуть справи без спеціального дозволу — ліцензій тощо), і кримінальні структури, зацікавлені у швидкому збагаченні, які займаються економічною діяльністю, заборонено чинним законодавством.

Таким чином, тіньовий сектор, з одного боку, створює нові робочі місця, матеріальні блага, але з іншого — є сприятливим ґрунтом для зародження економічної злочинності.

Водночас тіньова діяльність суб’єктів господарювання яскраво ілюструє відносність багатьох кількісних показників у сфері малого бізнесу, на основі яких ґрунтуються і наукові дослідження, і визначення урядової стратегії.

Наприклад, за офіційними даними (у результаті приховування частини прибутків) станом на початок 1998 р. є збитковим кожне друге вітчизняне підприємство, за січень — листопад 2002 року за інформацією “Статистичного бюлетеня за 2002 р.” Державного комітету ста-

<sup>78</sup> Погорелов А. Налоги и дураки. — К., 1997. — С. 23.

тики України 44 % підприємств одержали збиток, що об'єктивно не може відповідати реальному станові справ. Або ще, фінансовий результат від звичайної діяльності МП до оподаткування у 2001 р. становив — 94,7 млн грн.; ( за формами власності: державна — 53,0 млн грн; комунальна — 62,9 млн грн.; приватна — + 333,2 млн грн.; колективна — 265,3 млн грн.; міжнародних організацій та юридичних осіб інших держав — 46,7 млн грн.).

У цілому таку ситуацію не слід розглядати як унікальну особливість українського ринку. Наприклад, у Росії, згідно з деякими експертними оцінками, так чи інакше причетні до “тіньового бізнесу” близько 90 % російських МП<sup>79</sup>.

Окрім цього, власне наявність “тіньової економіки” жодним чином не обґрунтовано розглядати як закономірний наслідок ринкових реформ, скоріше, яскравою ілюстрацією адекватного результату неефективної державної політики, яка ставить підприємців у нерівні умови.

В Україні першим реальним правовим кроком підтримки малого підприємництва стало видання Указу Президента України “Про спрощену систему оподаткування, обліку і звітності суб'єктів малого підприємництва” від 03.07.98 № 727 (у редакції Указу Президента України “Про спрощену систему оподаткування, обліку і звітності суб'єктів малого підприємництва” від 3.07.98 № 727).

Зазначений Указ дав значний імпульс у розвитку малого бізнесу, створюючи на державному рівні відповідні умови для ефективного використання його можливостей у рамках національної економіки. Спрощена система оподаткування шляхом заміни сплати встановлених законодавством податків і зборів (обов'язкових платежів) сплатою єдиного податку і введенням спрощеної форми бухгалтерського обліку і звітності істотно зменшила податкове навантаження на платників, що сприяло реєстрації значного числа громадян як суб'єктів господарської діяльності та виведенню з тіньового обороту значних доходів.

Так, аналіз діючої спрощеної системи оподаткування для юридичних осіб свідчить про те, що переведення їх на сплату єдиного податку позитивно вплинуло на діяльність збиткових підприємств. Так, у 2001 р., за інформацією Марії Орещенко, заступника начальника Головного

<sup>79</sup> Социальная рыночная экономика в Германии и экономическая трансформация в России: Пер. с нем. — М.: ИНФРА-М., 1996. — С. 115.

управління методології ДПА України, що надрукована у тижневику Консультант (2002. — 16 груд. — № 50(373)), 5862 збиткових підприємства, що працювали за загальною системою оподаткування, взагалі не платили податок із прибутку. А коли перейшли на спрощену систему оподаткування, сплатили в бюджет 34,3 млн грн. єдиного податку.

Динаміка переходу на спрощену систему оподаткування суб'єктами підприємницької діяльності — фізичними особами за останні роки характеризується такими показниками.

У 1999 р. 66 тис. платників єдиного податку перерахували 58 млн грн., у 2000 р. 182 тис. платників — 226 млн грн., у 2001 р. 303 тис. платників — 439 млн грн.

Слід зазначити, що збільшилися не тільки кількісні, але й якісні показники. Якщо в 1999 р. одним платником єдиного податку в середньому перераховано 879 грн. за рік, у 2000 р. — 1242 грн., то в 2001 р. — вже 1448,8 грн.

Висновок простий — сьогодні в більшості громадян, що здійснюють підприємницьку діяльність без створення юридичної особи, уже немає сумнівів у перевагах спрощеної системи оподаткування, обліку і звітності.

У процесі становлення малого бізнесу в Україні у 90-х роках наглядно прослідковується неефективність його галузевої структури.

Найбільша питома вага МСП зайнята у посередницькій, торговельній сфері, зокрема, у сфері обертання продукції в основному імпортного виробництва.

Досить незначний відсоток малих та середніх фірм функціонує у виробничих галузях та сфері соціальних послуг.

У вітчизняній промисловості частка малих підприємств і кооперативів відносно до кількості працюючих у середньому становить близько 15 %, у капітальному будівництві — 8,5 %, у сфері операцій з нерухомістю — 10 %, у торгівлі та громадському харчуванні — понад 50 %.

Питома вага малих підприємств і кооперативів у загальному випуску продукції, товарів і послуг в Україні після 5 років незалежності складала всього 5,6 % (за офіційними даними), з яких на будівництво припадало 24,4 %; торгівлю, матеріально-технічне постачання і посередницькі послуги — понад 30 %.

Частка промислової продукції, виробленої малими підприємствами і кооперативами, за даними на початок 1998 р., ледь перевищувала 3 %. При цьому понад 30 % складає поліграфічна продукція. Внесок

МП і кооперативів у харчову промисловість склав близько 3,6 %, у легку — 10,5 %. У 2000 р. частка МП у загальних обсягах виробництва становила 6,9 %, у 2001 р. — 7,3 %. Дуже низький відсоток вітчизняних МП задіяно у виробничо-інноваційному секторі. Якщо у країнах з розвинутою ринковою економікою в ньому функціонує близько 60 % МСП, в Україні, навпаки, спостерігається тенденція до скорочення.

Детальніше основні тенденції і динаміку розвитку малого бізнесу в галузевому розрізі у 90-х роках та на початку нового сторіччя відображає наведена нижче порівняльна таблиця, складена за даними Держкомстату України.

Галузі	Роки		
	1992	1997	2001
Торгівля	27,5 %	52,0 %	42,9 %
Промисловість	20,8 %	14,0 %	16,1 %
Будівництво	18,4 %	10,5 %	8,5 %
Транспорт	2,4 %	2,2 %	4,2 %
Охорона здоров'я	3,0 %	1,9 %	1,0 %
Освіта	1,9 %	0,8 %	0,8 %
Сільське господарство	1,8 %	0,9 %	4,3 %
Інші	24,2 %	17,7 %	22,2 %

Як бачимо, наглядна яскрава тенденція концентрації МП у галузях, де швидше окуповується капітал, немає потреби у великих матеріальних затратах та інвестиціях. Аналогічна ситуація простежується у структурі зайнятості (в галузевому розрізі). З 1993 по 1997 рр. питома вага працівників МП у промисловості скоротилася з 25,1 до 20 %; у будівництві, відповідно, — з 25,5 до 16 %; у галузі науки та наукового обслуговування — з 6,1 до 1,7 %. Натомість у сфері торгівлі, громадського харчування, матеріального постачання, посередницької діяльності частка зайнятих помітно зростає: у 1993 р. — 24,3 %; 1994 р. — 29,1 %; 1995 р. — 34,5 %; 1997 р. — 41 %. І це беззпідставно.

Наприклад, взяти б до уваги хоч уже згадувану податкову систему. У багатьох розвинутих країнах податки на прибуток підприємця, який займається виробничим бізнесом, складають не більше 20–30 % від прибутку, при цьому податки чітко диференціюються залежно від номенклатури виробництва продукції (для стимулювання пріоритетних галузей), в той час як податки на комерційне посеред-

ництво, як правило, у 2–3 рази вищі, що в кінцевому результаті є вагомим стимулятором перегікання капіталу у виробництво<sup>80</sup>.

В Україні податки однакові як для виробників, так і для посередників. Отже, перетікання капіталу у сферу обігу і формування нового прошарку власників-підприємців насамперед на основі перерозподілу доходів і власності слід розглядати як закономірне спрацювання ринкових механізмів у конкретних умовах, не шукаючи “морально-етичного підтексту”.

З іншого боку, значний відсоток концентрації ресурсів малих компаній у торгово-посередницькій сфері притаманний і для багатьох інших перехідних економік. Наприклад, на середину 90-х років у торгівлі було задіяно 36 % МП Чехії; у торгівлі й матеріально-технічному забезпеченні — 54 % малих фірм Росії<sup>81</sup>. Близько 40 % усіх естонських приватних підприємств зосереджено у торгівлі. При цьому їх кількість з 1992 по 1995 рр. збільшилась майже в чотири рази і склала близько 30 тис. (на кожних 100 жителів припадає два підприємства торгівлі)<sup>82</sup>.

Однак ніде не проявляється настільки небезпечно загальна тенденція переміщення капіталу.

Водночас особливістю в діяльності багатьох МП України є значна поширеність такого явища, як диверенфікація. Основною причиною концентрації підприємницьких зусиль одночасно в різнобічних сферах у принципі виступає переважно намір розширити свій потенціал (з огляду на перспективу), але в умовах розвитку вітчизняного підприємництва, в першу чергу, слід відзначити намагання знайти вихід зі скрутної економічної ситуації, вижити і мати можливість надалі розвивати свій бізнес.

Досвід показує, що фірми з різноплановими комерційними інтересами отримують набагато більше шансів для розвитку, підживляючись з різних джерел. У випадку занепаду одного з напрямів діяльності завжди залишаються варіанти для збереження конкурентних позицій.

<sup>80</sup> *Бедринець*. Податки в системі фінансової підтримки розвитку малого підприємства. — С. 126.

<sup>81</sup> *Small as Foreign investors: Case Studies from Transition Economics*. — Paris: OECD, 1996. — P. 135.

<sup>82</sup> *Ллухто К.* Развитие предпринимательства в Эстонии // *Вопр. экон.* — 1996. — № 5. — С. 94.

За кількістю малих господарських суб'єктів Україна катастрофічно відстає не лише від економічно розвинутих країн, але й від більшості перехідних економік. Таким чином, умови становлення малого бізнесу в Україні характеризуються насамперед досить несприятливими моментами.

По-перше, слід відзначити несприятливий психологічний клімат, який стримує розвиток підприємницької ініціативи. Упереджене й негативне ставлення до ініціативних людей, які активно працюють і заробляють гроші, не лише в більшості наших пересічних співгромадян, але й у багатьох державних чиновників, тобто тих, хто безпосередньо впливає на зміст соціально-економічної політики в органах законодавчої і виконавчої влади, чинить досить відчутний гальмівний вплив на загальну ситуацію в галузі.

По-друге, економічні реформи, які проводяться щодо розвитку малого бізнесу, мають чимало хиб: державою встановлений високий рівень фіскального стягнення податків із прибутків підприємств, як наслідок — зникають стимули до збільшення обсягу виробництва, обмежується платоспроможний попит МП; спроба уряду забезпечити перехід до ринку адміністративними методами, тобто зверху; практично відсутні джерела формування первісного капіталу для масового створення МП.

По-третє, важливою проблемою розвитку підприємництва виступає суперечливість і нестабільність нормативно-правової бази у сфері малого бізнесу.

По-четверте, фінансові проблеми.

По-п'яте, адміністративні бар'єри у підприємницькій діяльності.



## Малий бізнес на вітчизняному ринку рекламних і видавничо-поліграфічних товарів і послуг (на прикладі діяльності Української видавничо-поліграфічної компанії “ЕксОб”)

### 2.1. Друковані засоби масової інформації України на межі тисячоліть

Всесвітня глобалізація економіки веде до майбутньої глобалізації культури. Намагання окремих політичних сил, громадських організацій зупинити цей процес все більше стають марними, суспільство йде вперед.

Глобалізація інформаційного простору є складовою частиною цих перетворень. Комп’ютерні мережі, Інтернет, супутниковий зв’язок дають змогу отримувати інформацію з найрізноманітніших джерел.

За 10 років існування до Інтернету долучилось 474 мільйони користувачів. Його основними відмінностями є оперативність, жанрове розмаїття, необмежена кількість авторів. Реклама в Інтернеті недорога, а аудиторія колосальна. Якщо сьогодні у світовій практиці бюджет друкованих засобів масової інформації (ЗМІ), а саме на них ми зупинимось у цьому розділі, складається на третину від коштів, отриманих за розповсюдження, а на дві третини — від реклами, то неважко зрозуміти, до чого це призведе редакції.

Чи виживуть у цій ситуації друковані засоби масової інформації?

Вважаю, що виживуть, адже вони пережили й нелегкі часи, пов’язані з появою радіо, а згодом телебачення. Проте існуватимуть

тільки ті видання, котрі потрібні споживачам. Організаторам цієї справи треба мати неабиякий професійний хист, талант, свободу говорити й писати, відстоювати свою позицію. Необхідно забезпечити ефективну інформаційну політику як з боку держави, так і з боку редакційних і журналістських колективів, зупинити соціальну напруженість у сфері інформації, пошук шляхів поліпшення фінансового та матеріального становища друкованих ЗМІ, підвищити їхню роль в утвердженні національної ідеї, національних інтересів української держави. Саме ці аспекти були визначені найголовнішими на минулорічних парламентських слуханнях “Інформаційна політика України: стан і перспективи”.

Розглянемо окремі економічні проблеми ЗМІ. Стаття 2 Закону України “Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів” визначила норми державної підтримки ЗМІ, що діють відповідно до Конституції України. На жаль, ця підтримка стосується далеко не всіх друкованих видань. Наприклад, газети і журнали рекламного характеру під дію закону не підпадають. Зрозуміти це важко, як і важко розрізнити інформаційно-рекламні видання, рекламно-інформаційні, просто рекламні. Чи, може, у громадсько-політичних виданнях відсутня реклама чи еротика? Чи не може трактуватися як інформація оголошення приватних громадян про продаж будь-чого, аби просто вижити в умовах зубожіння суспільства? Можна навести ще безліч прикладів щодо недосконалості закону. Але в реальному житті все набагато простіше — держава підтримує тільки ті видання, в яких засновником є вона сама або комунальні органи влади. Незалежним виданням з економічними негараздами доводиться боротися самотужки. Звичайно, це не відповідає положенням Конституції України, яка проголошує всі суб’єкти права рівними перед законом (ст. 13).

Державна підтримка засобів масової інформації насамперед має здійснюватися у сфері економіки, стосуватися всіх суб’єктів інформаційного простору і полягати у створенні гідної ХХІ ст. поліграфічної бази, вирішенні проблеми з газетним папером, забезпеченні помірних тарифів на доставку ЗМІ тощо.

Сьогодні ж собівартість вітчизняної друкованої продукції у 5 разів вища, ніж у Росії; порівняно з Польщею та США — в 10 разів.

Ще гірша ситуація на ринку реклами. Наприклад, у Польщі річні витрати на рекламу становлять близько 310 млн доларів, в Україні —

60 млн доларів. На рік на одного жителя Німеччини припадає реклами на 77 доларів, у Польщі — на 49, в Україні — на півтора. А найбільше джерело прибутків ЗМІ — це реклама.

Порівняно з радянським періодом значно знизилися тиражі видань. Так якщо у 1985 р. загальний річний тираж газет складав 4438 млн примірників, то у 1995 р. — 1629 млн, у 1999 р. — 29841 млн, у 2001 р. — 3632 млн примірників. Річний тираж журналів зменшився з 170 млн. у 1985 р. до 20 млн. у 1997 р. і 60 млн примірників. у 2001 р. І сталося це не тільки через нестачу коштів у населення, зростання цін на друковану продукцію, а й через кризу довіри до багатьох видань, перш за все колишніх компартійних та комсомольських. Відбулася переорієнтація на нові засоби масової інформації, котрі змогли у складний перебудовчий період знайти свого читача. Той, хто зміг пристосуватися до ринкових умов, своєчасно подбав про власну матеріально-технічну базу, дивлячись весь час у день завтрашній, зайняв лідируючі позиції. Виживають видання, які враховують інтереси читачів, пишуть про те, що їх найбільше хвилює, подають найактуальнішу інформацію, котра потрібна в той чи інший період часу. Слід зазначити, що кількість газет та журналів стрімко збільшується. У 1985 р. виходило 1799 газет та 206 журналів, у 2001 р. — 2727 газет та 1653 журнали.

Особливо хвилюють видавців проблеми, пов'язані з папером. Монопольним постачальником паперу в Україну, котрий диктує цінову політику, є Росія. Ми споживаємо близько 100 тисяч тонн паперу на рік, з них вітчизняного виробництва, за інформацією Голови національної спілки журналістів України Ігоря Лубченка (з доповіді Х з'їзду Національної спілки журналістів України, квітень 2002 року), — лише третина. Тільки минулого року українські видавці інвестували 35 млн доларів у зарубіжне виробництво газетного паперу.

На початку 2002 року тонна газетного паперу коштувала понад 3000 грн, офсетного — понад 4000 грн. Такі ціни одразу роблять видання нерентабельними. За оцінками фахівців, досягти прибутків у такій ситуації можна, лише маючи й реалізуючи щоденний тираж понад 100 тисяч примірників (без урахування інших доходів, зокрема реклами). В Україні ж переважна більшість газет виходить тиражем 20–40 тисяч.

Підпунктом 5.1.2 статті 5 Закону України “Про податок на додану вартість” передбачено, що звільняються від оподаткування опе-

рації “з продажу (передплати) і доставки періодичних видань друкованих засобів масової інформації вітчизняного виробництва; продажу книжок вітчизняного виробництва...”

Основними постачальниками газетного паперу для українських видавців, як уже зазначалося, весь час були і на сьогодні залишаються російські підприємства. 24 червня 1993 року було укладено Угоду між урядом України та урядом Російської Федерації про вільну торгівлю (набрала чинності 21 лютого 1994 року), на виконання якої Кабінетом Міністрів України 05 січня 1998 року було прийнято постанову №13 про реалізацію вказаної Угоди. Згідно з постановою забезпечувалось митне оформлення товарів походженням з митної території Російської Федерації і призначених для митної території України в разі їх ввезення на цю територію без справляння з 1 лютого 1998 року податку на додану вартість за умови скасування в Російській Федерації справляння податку на додану вартість на товари походженням з митної території України в разі їх ввезення на митну територію Російської Федерації. Це давало змогу українським видавцям завозити з Росії папір, інші матеріали, а також поліграфічне устаткування без сплати податку на додану вартість. Вкупі з пільгою, передбаченою підпунктом 5.1.2 Закону України “Про податок на додану вартість”, дана пільга створювала сприятливі умови для розвитку видавничої справи в Україні, в т.ч. по виданню друкованих засобів масової інформації.

Водночас з огляду на зміни, що сталися в російському податковому законодавстві, постановою Кабінету Міністрів України від 27 червня 2001 року № 745 було внесено зміни до постанови від 05 січня 1998 року № 13, що скасували з 01 липня 2001 року несpravляння на паритетних началах податку на додану вартість на товари походженням з Російської Федерації. Згідно з цими змінами запроваджено перелік (досить короткий) конкретних товарів походженням з Росії, ввезення яких на митну територію України звільняється від сплати податку на додану вартість. До цього переліку папір не було включено.

Для стимулювання видавничої справи Верховною Радою України 17 травня 2001 року було прийнято Закон України “Про внесення змін до деяких законів України з питань оподаткування”, що набрав чинності у червні 2001 року. Згідно з названим Законом були внесені зміни до Закону України “Про оподаткування прибутку підприємств”, що передбачають звільнення від оподаткування (до

01 січня 2003 року) доходів, отриманих від продажу видавничої продукції замовнику або безпосередньому споживачу, та зміни до Закону України “Про податок на додану вартість”, відповідно до яких звільнено від оподаткування операції з ввезення на митну територію України товарів, визначених пунктом “о” ст. 19 Закону України “Про Єдиний митний тариф”. До цього пункту було включено, крім інших матеріалів та обладнання для видавничої справи, й папір. Однак, перераховуючи види паперу, необхідного для видавничої справи, законодавці чомусь “забули” про папір газетний (код 4801), необхідний для друкування газет тощо.

Тобто, зміни, що сталися в українському законодавстві у червні — липні 2001 року, призвели до погіршення ситуації у справі видання вітчизняних періодичних видань друкованих засобів масової інформації.

Виправленням цього може бути доповнення видів паперу, що передбачені у пункті “о” ст. 19 Закону України “Про Єдиний митний тариф”, газетним папером. (Хоча це вже не так актуально, оскільки цей пункт діє лише до 01.01.2001.) Крім цього, важливу роль відіграло б і включення до переліку товарів походженням з Російської Федерації, що наведений у постанові Кабінету Міністрів України від 05 січня 1998 року № 13, паперу, необхідного для видавничої справи.

Не все гаразд і з друкуванням газет. Більшість друкарень, збудованих ще за часів Радянського Союзу, застаріли і морально, і, найголовніше — фізично. Їх обладнання, побудоване на використанні старих технологій, не може задовольнити потреби видавців. На пальцях можна перерахувати друкарні, здатні сьогодні видавати продукцію європейського гатунку. Вітчизняна промисловість не виробляє не тільки друкарські машини, але й інші необхідні для друку компоненти: плівки, пластини, фарби тощо. Монополізація цього ринку послуг призводить до стабільно високих цін, які щороку зростають на 25–30 %.

Нові друкарні, що з’явилися останнім часом, зокрема “Високий замок” у Львові, “Киевские Ведомости” та “Интерекспресдрук” у Києві, газетна друкарня у Запоріжжі та інші, не в змозі суттєво вплинути на формування ціни на друкарські послуги через те, по-перше, що їх ще дуже мало, а по-друге, вони обтяжені необхідністю повернути кредити, витрачені на купівлю обладнання, тощо.

Вирішення цієї проблеми — у зниженні податкового тиску на друкарні, збільшенні їх кількості та потужностей. Створення реальної конкуренції між друкарнями може суттєво вплинути на зменшення ціни за друк.

Відчутно впливає на вартість видань система їх доставки та продажу. Інколи посередницька вартість доставки видання від друкарні до споживача коштує більше за вартість виробництва самого видання. Тож великим досягненням вважається ухвалений 7 лютого 2002 р. Верховною Радою Закон, що обмежує тариф за оформлення передплати і доставку друкованих засобів масової інформації у 40 % від собівартості одного примірника газети чи журналу. Хоча в той самий час, скажімо у Німеччині, він становить 20 %, у Фінляндії — 18 %.

Але зрозуміло, що проблема тут в іншому: якщо не подолати абсолютний монополізм у цій сфері двох гігантів — Української дирекції підприємства поштового зв'язку “Укрпошта” та Державного підприємства “Преса”, — сподіватися на покращення ситуації не доводиться.

## **2.2. Видавничо-поліграфічна, рекламна діяльність УВПК “ЕксОб”: історія розвитку, досвід, основні принципи**

Українська видавничо-поліграфічна компанія “ЕксОб” народилася й виросла з газети “Експрес-Об’ява”, історія створення якої багато в чому відображає процеси, що відбувалися в країні у період переходу від командно-адміністративної системи управління до перших паростків ринкової економіки.

Політика “перебудовчого” періоду, так званого етапу “гласності”, дала можливість окремим (іноді навіть колишнім компартійним виданням) стати острівцями більш-менш правдивої інформації. Особливе місце в переліку цих видань займала тоді, без перебільшення можна сказати, найпопулярніша газета столиці “Вечірній Київ”. Талановиті журналісти, котрі, до речі, й сьогодні обіймають керівні посади у провідних виданнях України — Швець, Кичигін, Якунов, Липенко, очолювані безперечним на той час лідером В. Карпенком, мали чималий тираж газети і вже відчували на власному досвіді принади реклами — одна з чотирьох шпальт газети була цілком відда-



на під рекламні матеріали. Знайшлась і компанія, здається “Довіра”, що викупила цю полосу. “Вечірка”, хоча й отримала чималі кошти, але втратила можливість впливати на цінову політику в рекламній сфері, котра дедалі більше ставала визначальним показником фінансового становища редакції. Крім того, відчутно позначився економічний обвал у країні. Інформація, що раніше доходила до населення фіксовано через монополізовану пресу, не могла вже задовольняти визрілі потреби. При цьому державне фінансування преси з року в рік невпинно скорочувалося (за офіційними даними з 1980 по 1990 р. — з 11 до 2 млн крб без урахування інфляції). А інформаційний голод, особливо на приватну економічну інформацію, аж надто дошкульно відчувався підприємцями і, без перебільшення, ставав суттєвим гальмом розвитку підприємництва в цілому.

Оцінюючи складність ситуації, а також зростаючі потреби й запити, редакційна рада “Вечірнього Києва” приймає рішення про створення інформаційно-реklamних додатків газети. В січні 1991 року мені було запропоновано очолити роботу в цьому напрямі. За два тижні була створена концепція реалізації програми. Вона полягала у створенні окремого підприємства, котре, впроваджуючи найновітніші видавничо-редакційні технології з використанням комп’ютерно-видавничого комплексу, створює редакційні колективи і розпочинає випуск додатків інформаційно-реklamного характеру з найпопулярніших та актуальних тем. Оскільки все це потребувало чималих коштів, здійснення проекту було запропоновано кільком підприємствам та установам.

Погодилася взяти участь в ньому, безумовно, редакція газети “Вечірній Київ”, що передала до статутного фонду редакційно-видавничий комплекс вартістю 315000 крб — 82 %, інститут “Діпроцивільпромбуд” — 13 % (планувалася передача ротоприну вартістю 2000 крб, яка не відбулася) та 50 тис. крб грошових внесків, виробничо-комерційне управління ЦК ЛКСМУ (МДС) — 4 % — 15 тис. крб. у вигляді 4 тонн газетного офсетного паперу, Київська асоціація народної дипломатії — 1000 крб — 0,5 % — гроші не внесла та підприємство ТМО-Сервіс — 0,5 % — 1000 крб, в якому я на той час працював заступником директора. Крім того, інститут “Діпроцивільпромбуд” надав можливість орендувати невеличку кімнату в будинку 22 по вулиці Гоголівській, на 13 поверсі, де і дотепер знаходиться комп’ютерний центр компанії. Редакційно-видавничий комплекс, що було куплено в Тернополі (у Києві комп’ютерний бізнес на той час був дуже слабкий)



складався з комп'ютера ХТ — для набору текстів, 286 РС — для верстки, сканера формату А4 та лазерного принтера, база потужність якого не давала можливості роздрукувати навіть чорно-білі фотографії форматом 6 × 4 см. Та, незважаючи на це, комплекс був одним з піонерів переходу на комп'ютерні технології набору, дизайну та верстки у видавничій справі.

Крім того, “Вечірка” пообіцяла надати підприємству безпроцентний кредит — 100 тис. крб (на жаль, цього не сталося).

11 березня 1991 року рішенням № 156 виконкому Шевченківської районної ради народних депутатів м. Києва інформаційно-комерційне підприємство “Вечірнього Києва” (ІНКОМП — “ВК”) було зареєстровано.

Мета його створення сформульована дуже конкретно, насамперед — вдосконалення міської інформаційної інфраструктури, зміцнення матеріальної бази міської незалежної газети “Вечірній Київ” та інших засновників.

Перша проблема, з якою довелося зустрітися, — це проблема кадрів. І якщо з адміністративно-управлінським персоналом все вирішилося швидко, то з технічними працівниками — значно складніше.

Справа в тім, що підготовлених фахівців з дизайну та верстки тоді практично не існувало. Все розпочинали з нуля. З неабиякими зусиллями вдалося переконати у перспективності комп'ютерної верстки двох дівчат, з якими колись разом працювали у видавництві “Молодь” (тепер “Україна”), фахівців у галузі технічного редагування та підготовки рекламних текстів. Їх відправили на 2-тижневі курси до Тернополя. Було дуже сумно, коли після 10 днів навчання мені перетелефонував керівник навчання і повідомив, що, на жаль, за цей період навчити їх хоча б чого-небудь неможливо. Але я наполіг на продовженні навчання, іншого виходу просто не було. Близько місяця ми вже всі разом, а колектив тоді складався з 5 чоловік, вивчали премудрості комп'ютерної верстки. До речі, одна з них, Наталя Іванова, і сьогодні працює верстальником у компанії.

Наприкінці березня ми доповіли засновникам, що готові до реалізації основної мети.

Паралельно формувався творчий колектив, визначались концепції нових видань. Підбиралися фахівці, здатні розуміти час, працювати єдиною командою, реалізовувати те, що було неможливо у державній, офіційній пресі. Крім того, це мав бути серйозний вибір,

тому що доводилося йти зі звичних державних або напівдержавних структур у невідому комерцію. Але такі люди знайшлися. Ми розробили концепцію додатка до газети “Вечірній Київ”, який назвали “Добрий вечір, кияни”.

Додаток планувався як періодичне щотижневє україномовне видання на 16 сторінок формату А4 вартістю 1 крб для широкої аудиторії киян різних вікових і фахових категорій. Щодо змісту — передбачалися поради для ділових людей, консультації по зміцненню здоров’я людини, веденню домашнього господарства, побутова інформація, реклама тощо.

Далі на підставі Закону СРСР “Про пресу та інші засоби масової інформації” спільно з редакцією незалежної газети “Вечірній Київ” в обласне управління з преси нами було надіслано офіційний лист з проханням його зареєструвати.

На жаль, наступного дня лист довелося відкликати. В. О. Карпенко, головний редактор “Вечірнього Києва”, змінив своє рішення щодо засновників додатка і передав на реєстрацію газету-додаток “Добри́вечір”, де офіційним засновником виступала вже тільки редакція “Вечірки”. Було представлено і головного редактора Євгена Якунова, який мав обіймати цю посаду за сумісництвом, працюючи у “ВК”. Крім того, було розпущено творчий колектив ІНКОМП — “ВК”. (Сьогодні один з його учасників очолює потужну радіокомпанію, другий — директор відомого видавництва.)

Концепція видання не була змінена, але ІНКОМП — “ВК” була відведена роль технічного виконавця творчих задумів “ВК”. Це значним чином звужувало можливості комерційного підприємства, не відповідало статуту підприємства, обмежувало інтереси інших засновників, але ніякої реакції з їхнього боку не було.

24 квітня 1991 року Київський облполіграф Держкомпреси УРСР зареєстрував газету “Добри́вечір” (свідоцтво КВ № 122). За поставленим завданням перше число додатка мало вийти накладом не менше 50 тис. примірників. Була відкинута ідея безкоштовних приватних оголошень. Виникала ще одна проблема: де друкувати газету. Розуміючи, що може народитися конкурент, а на той час видавництво “Київська правда” випускало, здається, єдину в Україні рекламну газету “Київ рекламний”, головний інженер В. В. Бураков категорично відмовився друкувати “Добри́вечір”. Без пояснення причин. Другий монополіст газетного виробництва “Радянська Україна”

(сьогодні “Преса України”) — компартійне видавництво — навіть і не думало друкувати додаток незалежної “Вечірки”. І тільки завдяки щасливому випадку — відсутності керівництва — нам вдалося домовитися з плановим відділом і надрукувати перше число газети на “Київській правді”.

Наступні числа газети друкуємо на листових офсетних машинах видавництва “Молодь” (сьогодні комбінат “Україна”), у книжковій друкарні м. Біла Церква. Виготовлення газети триває понад тиждень. Розуміємо, що навіть для тижневика забагато.

Після тривалих переговорів усе ж вдалося домовитися з видавництвом “Київська правда”. І знову — яскрава ілюстрація відомчого монополізму — у резолюції директора видавництва на наш запит від 24.06.91 р. йшлося: “...прийняти до друку на договірних умовах (разово), але без оголошень!” Коментарі, як кажуть, зайві. Адже цей номер тиражем у 40 тис. примірників насамперед готувався у рекламних цілях. Отже, ставало очевидним — збитковість нам гарантована.

Незважаючи на труднощі, реалізація ідеї рекламної газети та пошук різних шляхів її впровадження не припиняються.

Вже 8 травня цього ж року було зареєстровано (Свідоцтво КВ № 125) нове україномовне щотижневє видання (обсягом 16 сторінок формату А3), знову ж таки додаток до газети “Вечірній Київ”, — “Фазенда”, розрахований на міських читачів — киян різних вікових категорій і професій. Його програмними цілями і завданнями, крім побутової інформації та реклами, визначалися консультації щодо розвитку садівництва, бджільництва, господарські та будівельні поради дачникам та ін.

Тим часом соціально-економічна ситуація в країні катастрофічно погіршувалася. Падіння платоспроможності населення спричинило штучну кризу надвиробництва, штучне скорочення ринку і, чи не найголовніше, фактичне знищення провідного джерела фінансування економіки, яким є доходи населення.

Лібералізація цін і розгул інфляції (ціни за 1991–1995 рр. зросли у 118 разів, а зарплата — у 15; тільки за цим показником рівень життя знизився у 7–8 разів), фактична конфіскація грошових заощаджень населення, чим ознаменувався початок 90-х, подальший “перерозподіл державного майнового пирога” шляхом “паперової” приватизації, систематична заборгованість державного бюджету з соціальних виплат як форма державного безпроцентного само-

фінансування, а також податкові методи придушення вітчизняного товаровиробника та втрата зовнішніх ринків — лише загальний фон, на тлі якого поступово утверджувалася наша компанія.

Маневруючи і максимально розширюючи напрями своєї діяльності для забезпечення реальних грошових надходжень, а отже й умов не тільки для існування, але й подальшого розвитку, ми продовжували працювати.

Одним з таких напрямів стає посередницька робота з так званими ТТК (тимчасовими творчими колективами). Досвід такої роботи набутий ще в комсомольські роки. В середині 80-х під гаслом НТТМ (науково-технічної творчості молоді) почали народжуватися КТМК (комсомольські творчі молодіжні колективи) для швидкого вирішення конкретних науково-технічних завдань, і КМК (комсомольсько-молодіжні колективи) для реалізації виробничих програм. Спочатку вони будувалися на ініціативних альтруїстських засадах. Ради молодих учених і спеціалістів, що були створені в більшості РК ВЛКСМ з вертикаллю аж до ЦК ВЛКСМ, відшукували в регіонах, на місцях так звані вузькі місця. Потім створювався молодіжний колектив для вирішення проблеми. Так в Шевченківському районі міста Києва тільки в 1985 році було реалізовано два проекти. Розроблено і виготовлено агрегат для перемішування фарби на мотоциклетному заводі та комплект механізмів для автоматизації вантажно-розвантажувальних робіт на ОРПК (оптово-роздрібному плодокOMBінаті) району. Пізніше молодь починає брати на себе і виконання конкретних тем і проектів у межах держзамовлень. Встановлюються певні акордні форми організації й оплати праці. З'являється можливість не тільки продемонструвати свої здібності, а й заробити гроші.

Цей етап збігається з вимушеною спробою уряду якось вдихнути життя в державні підприємства, вивести їх зі стану стагнації, надати можливість для самостійних дій. 30 червня 1987 р. Верховна Рада СРСР затверджує “Закон про державне підприємство”, де розвивались основні ідеї “докорінної перебудови управління економікою”, ухвалені червневим партійним пленумом. Згодом було затверджено й інші нормативно-правові документи — про перебудову планування, матеріально-технічне постачання, ціноутворення тощо. Підприємствам надавалася можливість самостійно планувати виробничу діяльність у межах запропонованих, але не директивно нав'язаних цифр, співпрацювати з іншими підприємствами без обов'язкового

посередництва Держплану, а також із постачальниками й споживачами на договірних засадах, налагоджувати прямі контакти з іноземними фірмами.

Дедалі ширше впроваджуються орендні відносини, кооперативні форми господарювання, починають формуватися асоціації, концерни, малі підприємства та інші, нові для нас, організаційні структури.

При районних, міських комітетах створюються відділи пошуку виконавців для реалізації замовлених програм, завдань. Дуже швидко всім стає зрозуміло, що значно дешевше мати справу з конкретними виконавцями, ніж залучати до вирішення тієї чи іншої проблеми забюрократизований державний механізм. Тим більше що, як правило, виконавці — одні й ті самі люди. Посередництво у цій справі починає приносити чималі кошти. Подібні механізми працюють у сфері виробництва та послуг.

Ми розглянули тільки один елемент посередництва, що, власне, використовувався на перших етапах розвитку компанії “Експрес-Об’ява”.

Спокуса займатися посередництвом у той період була настільки серйозна, що часто-густо засновники малих підприємств, які створювалися безпосередньо для реалізації конкретних програм, просто заборонили вписувати посередницькі послуги до Статутів підприємств у розділі види діяльності.

Для підприємства ІНКОМП — “ВК” цей вид діяльності став рятівною паличкою в реалізації основних завдань. За перші п’ять місяців роботи надходження за рахунок посередницьких договорів склали 48776 тис. крб, що становило 43,7 % усіх доходів.

Нові форми господарювання, їх розвиток закономірно створювали передумови для зростання попиту на консультаційні послуги, роз’яснення нових “ринкових” правил гри, науково виважені практичні поради та рекомендації.

Надалі ця проблема ще більше актуалізується. Половинчаста економічна реформа 1987 р., незважаючи на окремі позитивні моменти, практично паралізувала стару економічну систему. Поглиблення економічної кризи відсунуло СРСР на 77 місце в світі за рівнем споживання товарів та послуг на душу населення. Інфляція, що оцінювалася 1990 р. у 10 відсотків на весь рік, у другій половині 1991 р. підскочила до 25 відсотків на тиждень, перетворивши на дефіцит аб-

солотно все. За офіційними даними вже станом на перше півріччя 1990 р. ціни на товари й послуги зросли на 2,5–6 відсотків, а в країні утворився практично тотальний дефіцит. Водночас тенденція розвитку нових організаційних економічних структур не лише не припиняється, але за обставин недієздатності й відмирання старих механізмів помітно зміцнюється і поглиблюється.

При цьому автоматично зростає потреба у фахівцях-економістах, менеджерах, фінансистах, інших спеціалістах, здатних до роботи в ринкових умовах.

Уже на межі 80–90-х років спостерігається навіть своєрідний “бухгалтерський бум”, викликаний невідповідністю між попитом і пропозицією щодо зазначених фахівців. Адже вітчизняна система освіти сформувалася в інших умовах і орієнтувалася на обслуговування іншої економічної системи. Все це безпосередньо наклало відбиток, визначало й окреслювало майбутній спектр нашої діяльності — виконання посередницьких функцій, дослідницьких і дослідно-конструкторських робіт, надання послуг і практичної допомоги з різних аспектів підприємництва.

Досвід, напрацьований “ТМО-Сервіс” (ТМО — територіальне міжгосподарське об’єднання) Шевченківського району, продовжено і в новому підприємстві. Розробляються методичні рекомендації для підприємців-початківців з різних аспектів комерційної діяльності, організації та функціонування приватних підприємств у контексті чинного законодавства.

Наприклад, лише у 1990–1991 рр. “ТМО-Сервіс”, а потім ІНКОМП — “ВК” було розроблено методичку організації праці й нарахування заробітної плати на малому підприємстві, яка роз’яснювала, як регламентувати трудові відносини на МП у світлі постанови РМ СРСР “Про заходи щодо створення і розвитку малих підприємств”. На замовлення виконкому Шевченківської райради народних депутатів м. Києва — практичні рекомендації щодо вибору правових форм організації підприємств на основі законів СРСР. Неабиякою популярністю серед підприємців у цей час користуються наші методичні розробки: “Пам’ятка засновнику”, де висвітлюються питання про захист прав власника, майно підприємства, його прибутки та вироблення економічної стратегії фірми; “Методика нарахування податків і розподілу прибутку на малому підприємстві”, розроблена відповідно до Закону СРСР “Про податки з підпри-



емств, об'єднань і організацій”; “Порядок виготовлення печатки і штампуну малого підприємства” тощо. Аналогічні рекомендації та інструкції розроблялися у процесі розширення законодавчої бази, ухвалення нових законів і нормативних документів у сфері економічних відносин.

Виготовлення цієї, а також різної бланкової продукції дало змогу заробити з 01.04 по 10.09.91 р. 17,970 крб, що складало 16,1 від загальних доходів.

Кошти, зароблені від реклами та оголошень, становили 5,988 крб — лише 5,3 %.

Середня за списком кількість працівників ІНКОМП — “ВК” — 8,8.

Середня місячна зарплатня — 317,95 крб.

У свою чергу, фінансові результати діяльності підприємства щодо випуску й реалізації газет “Добри вечір” і “Фазенда” станом на 12.11.91 р. свідчили:

Перелік видань	Витрати, тис. крб.	Надходження, тис. крб.	
		Реальні (від реалізації)	Очікувані (від реалізації газет, переданих у “Союздрук”)
1. Випуск газети “Добри вечір” (№№ 1–5; тираж: 151300 прим.)	44,681	26,429	21,977
2. Випуск газети “Фазенда” (№№ 1–4; тираж: 150000 прим.)	47,210	18,414	52,610
Р а з о м :	91,891	44,843	74,587

Отже, нерентабельність випуску додатків ставала очевидною. Але, покриваючи збитки переважно посередницькими функціями та фінансовими надходженнями від інших виробничих і договірних послуг, пошук шляхів розвитку рекламної діяльності продовжувався.

Аналізуючи досвід розвитку рекламно-інформаційних видань інших країн, зокрема Польщі та Словаччини, а на той час вже з'явилася можливість поїздок без серйозних обмежень до цих країн, ми все більше пересвідчувалися в реальності та комерційній доцільності створення газети безкоштовних оголошень. Ідея проекту була дуже проста: надати пересічним громадянам можливість публікувати некомерційні

оголошення безкоштовно. Потреба у цій послугі була колосальна — всі паркани та стовпи заклеєні різноманітними об'явами. Існуючі видання розмішували оголошення тільки за гроші — і немало, а економічна ситуація в країні щодня погіршувалася і призвела практично до зuboжіння народу, тож у багатьох просто виникає життєва необхідність продавати щось із речей, обміняти або продати квартири, будинки, автомобілі тощо, аби вижити.

Так само через порожні прилавки магазинів і дорожнечу виникає потреба купувати щось дешевше, може, й ненове.

Отже, на газету мав виникнути попит. А на видання, що користується попитом, безумовно мали звернути увагу рекламодавці. А це вже фінансові надходження.

Була лише одна проблема — де взяти кошти, щоб реалізувати ідею. Власних інколи не вистачало навіть на заробітну платню. Засновники в успіх не вірили. (А можливо, і вірили, але грошей у черговий ризикований проект вкладати не хотіли.) Довелося шукати інвестора. Вирішили шукати серед іноземців. Пощастило. На виставці товарів виробництва Чехословаччини в серпні 1991 року познайомилися з торговим представником посольства цієї країни Яном Горняком. Його зацікавила ідея, і буквально за місяць він організував нам зустріч з керівниками жилінської рекламної газети “Inzerat”. Ідеологія цього видання була дуже схожа до нашої. Словаки згодилися зробити спільно газету безкоштовних оголошень в Україні. Вони зголошувалися передати словацький варіант комп'ютерних програм обробки баз даних, передати папір на друк перших трьох номерів газети. Решту справи мала виконати українська сторона. Розподіл зароблених грошей: 50:50.

Водночас вони висунули й ряд умов. Найголовніша — не мати справу з державними або напівдержавними структурами як засновниками видання.

Розуміючи, що в усіх переговорах українці представляли фірму ІНКОМП — “ВК”, довелося шукати компроміс. Газету “Експрес-Об'ява” було зареєстровано приватними особами. Видавничі, а отже і всі фінансові права та обов'язки на підставі угоди між фірмами ІНКОМП — “ВК” і “Карін”, що представляла інтереси газети “Inzerat”, були передані українському підприємству ІНКОМП — “ВК”. Йому ж словаки передали папір та програмне забезпечення. Все це було зроблено відповідно до Статутів обох підприємств.

Для колективу ІНКОМП — “ВК” було відкрито поле для творчості. Ми отримали можливість реалізувати задумане — створити рекламне видання на підґрунті безкоштовних оголошень. Перший номер готувався близько 2-х місяців. Адаптувалися словацькі комп’ютерні програми, вибирався й проектувався модуль газети і шукалися схеми, принципи прийому й обробки інформації. Проводилися численні експерименти. Все це переважно робилося після основної роботи або у вихідні. Це був справжній вияв патріотизму людей. Кожен працівник колективу залюбки брався за будь-яку роботу, шукав своє місце у створенні газети. Активно освоювалися нові, зовсім не відомі професії: верстальник газети, дизайнер, рекламист, оператор набору тощо. З перших днів втілювався принцип взаємозамінності. Це була єдина команда, котра вірила керівництву і вірності обраного шляху розвитку фірми.

Перше число газети було передано до друкарні 17 грудня 1991 року. У зв’язку з різкою зміною політичної ситуації його залюбки взяв до друку комбінат “Радянська Україна” (Преса України). 18 грудня наклад реалізовується в кіосках “Союздрук”. Проведена попередньо невелика рекламна кампанія дала неочікувані результати. Газету розкупили протягом 3–4 днів. Спричинився й той фактор, що ми не редагували оголошень, а подавали їх у тому вигляді, в якому вони надходили до редакції (згодом ми відмовилися від цього принципу й почали вибудовувати структуру оголошень, редагувати їх, робити зручними у користуванні).

Враховуючи практику подібних закордонних видань, ввели рубрику “Знайомства”, такі підрубрики, як “Він чекає його” або “Вона чекає її” (пізніше ми відмовилися від них). Дискусії “чи потрібні подібні речі в нашому суспільстві, чи ні?” значно підвищили попит на “Експрес-Об’яву”. Газета почала виходити щотижня, форматом А3, 8 сторінок у 2 фарби, накладом близько 50 тис. примірників. Вже з перших номерів вона стає рентабельною, кількість реклами невпинно зростає. Підприємство ІНКОМП — “ВК” практично відмовляється від посередницької діяльності, зосереджуючись на випуску газет “Добровечір”, “Фазенда”, “Експрес-Об’ява”, верстці газет “Біржа”, “Ти”, “Закон і бізнес”. Разом з відомими українськими журналістами Володимиром Боденчуком, Юрієм Бондарем, Борисом Нартовським (на жаль, вже покійним) видає свою першу книжку “Золотий м’яч — зіркам футболу” накладом 50 тис. примірників.

У цілому, незважаючи на труднощі початкового періоду становлення, на різке зростання цін на сировину та послуги, вже за перший рік свого існування наше підприємство довело свою життєздатність, стало прибутковим. У 1992 році намітилась конкретна віддача від вкладених коштів у попередні програми. Проте ми зіткнулися з неприємною внутріорганізаційною проблемою — постійним намаганням втрутитися в безпосередній виробничий процес, адмініструвати, приймати одноосібні рішення щодо ІНКОМП — “ВК” з боку одного із засновників МП — редакції “Вечірнього Києва”. При цьому будь-якої конкретної допомоги від редакції наше підприємство не отримувало (прибуток від наданого редакцією комп’ютерного комплексу складав менше 10 відсотків), а додатки “Добровечір” та “Фазенда” — обидва економічно не вигідні підприємству — виходили тільки завдяки рішенню трудового колективу про перекриття збитків за рахунок прибутку від інших видів діяльності. Будь-які пропозиції до редакторів видань щодо зміни структури, інформаційного напрямку, зовнішнього вигляду викликало обурення з їх боку, а редакційна рада “Вечірки” просто заборонила подібне втручання. Акцентуючи на нашому завданні технічно виготовляти газету та продавати її, практично підтвердила, що без зворотного зв’язку “видавець — читач” це неможливо. А хто знав краще за реалізаторів запити читачів?!

З нашого боку спроби нормалізувати стосунки, якимось нейтралізувати важку психологічну атмосферу, що склалася, здійснювалися неодноразово, але безрезультатно.

Кульмінацією стають події середини січня 1992 року, коли директору було поставлено ультиматум. Газета “Вечірній Київ” має бути засновником “Експрес-Об’яви”, або вся комп’ютерна техніка, передана у статутний фонд ІНКОМП — “ВК”, буде відібрана.

Питання засновництва газети — це питання інтелектуальної власності, на яке “Вечірка” не могла претендувати. Що стосується статутного фонду, його зміни, то це була проблема не директора ІНКОМП — “ВК” або його колективу, а засновників.

Про ситуацію було негайно поінформовано всіх засновників та словацьких партнерів.

Словаки відреагували негайною вимогою створити окреме спільне підприємство і передати йому всі права на видання “Експрес-Об’яви”, зобов’язуючись, у свою чергу, передати новому підприємству комп’ютерний видавничо-поліграфічний комплекс.

29.01.99 р. разом зі словацькими колегами Г. Вільчиком, В. Нотним та Д. Шевчиковою створюється товариство з обмеженою відповідальністю “Фірма “Експрес” (Свідоцтво про держреєстрацію № 009-1521-АТД). Однак зі словаками досягається домовленість про відкладення передачі видавничих прав на “Експрес-Об’яву” з ІНКОМП — “ВК” на “Експрес” до остаточного рішення зборів засновників ІНКОМПу. Тривав активний пошук компромісного рішення. Закони України “Про економічну самостійність” та “Про господарські товариства” вимагали перереєстрації ІНКОМП — “ВК”. Збори відбулися 25 березня 1999 року. Було заслухано звіти директора та головного бухгалтера МП. Практично всі засновники позитивно оцінили діяльність та економічні показники підприємства. Директор інституту “Діпроцивільпромбуд” П. Антонюк і керуючий справами виробничо-комерційного управління молоді В. Агарков підтримали колектив, який одногосно висловив неможливість працювати за умов, що склалися у стосунках з редакцією газети “Вечірній Київ”. Головний редактор “Вечірки” В. Карпенко попросив тайм-аут до ранку.

О 10 годині 26 березня молодики увійшли до комп’ютерної кімнати “ІНКОМП — ВК” і передали рішення редакційної ради “Вечірки”: техніку забрати негайно, позбавити ІНКОМП — “ВК” права на видання “Добровечора” і “Фазенди” та вийти зі складу засновників.

Це означало, що ІНКОМП — “ВК” власне померло. Колектив залишився знову тільки з ідеєю та зобов’язаннями, котрі взяла на себе “Експрес-об’ява”.

Техніку забрали разом з усіма базами даних, програмним забезпеченням тощо. Знову все почали збирати по крихтах. Шукали вільні комп’ютери по місту (а їх було ой як мало), знову на чужій техніці “ліпили” газету, і, на подив, вона вчасно була передана до друку і з’явилася в кіосках. Незабаром надійшла допомога зі Словаччини. Правда, замість комп’ютерно-видавничого комплексу нам передали у тимчасове користування з правом викупу старенький 286 РС (оцінений \$5000) та принтер. Але тоді це було як манна небесна. Весь колектив ІНКОМП — “ВК” перейшов працювати у фірму “Експрес”, котра досить швидко, завдяки “Експрес-Об’яві”, почала “ставати на ноги”.

Що ж до “ІНКОМПу”, в ньому після кількох перереєстрацій помінялися всі засновники, але він і сьогодні існує — займається оперативною поліграфією.

“Вечірка” після згаданих подій зробила точну копію “Експрес-Об’яви” (враховуючи забране програмне забезпечення та бази даних) під назвою “Добривечір”. Спроба виявилася невдалою, і “Добривечір” повернувся до свого первісного вигляду. Виходить і тепер, як і газета “Фазенда”, але вже як самостійне видання. Це були “рідні діти”, тому й сьогодні ми цікавимося їхньою долею.

Економічна ситуація в Україні на той час народжує численні малі підприємства, акціонерні товариства, активно ведуться експортно-імпорتنі операції. Гасло горбачовського періоду “що не заборонено — дозволено” набуває реального змісту. Виникає потреба в рекламі та комерційних оголошеннях. Точиться боротьба за перші шпальти газет. “Експрес-Об’ява” відгукується на попит і починає виходити спочатку двічі на тиждень, потім тричі, чотири рази і, зрештою, п’ять разів на тиждень. Зростають і обсяги інформації. Вони ростуть з 8–16–32–64 до 80 сторінок. До кризи 1998 року наклад газет коливався в межах 30–40 тисяч примірників.

Зароджуються перші елементи комерційної боротьби між виданнями. “Посередник”, “Avizo-Київ”, “Бізнес”, “Прайси”, “Галицькі контракти”, “Експрес-Об’ява” та ще з десятка невеличких газет розпочали активну боротьбу за розподіл рекламного ринку. Кожен шукав свого читача. З 1992 по 1995 рр. практично такий розподіл було завершено, лідери визначилися: “Експрес-Об’ява” — “Avizo-Київ” (тепер просто “Авізо”).

На перший погляд, дві схожі газети. Зближувати їх мало б і те, що засновниками “Avizo-Київ” була братиславська “Avizo” (тепер газетою “Авізо” опікуються бізнесмени з Росії). Але, крім ідеї безкоштовних оголошень, це дві різні газети. “Авізо” — це великий обсяг оголошень та реклами, що видається читачам раз на тиждень (з 1999 року — двічі). Концепція — збільшення друкованої інформації за рахунок збільшення кількості сторінок в одному числі газети, місцеве розповсюдження, чорно-білий варіант газети.

“Експрес-Об’ява” в основі має ідею створення сімейної газети. З 1998 року вона швидше підпадає під класифікацію як рекламно-інформаційне видання. Концепція — насамперед оперативність (5 разів на тиждень), загальнодержавне розповсюдження, поліграфічне виконання європейського гатунку з використанням кольору, наявність інформаційно-аналітичних матеріалів.

Поступово розширюються зв’язки із зарубіжними партнерами. 6 квітня 1992 року підписано угоди про співпрацю з польською га-



зетою “SLAZAK” та словацькою “INZERAT”. Наступного року з литовськими виданнями “ALLO”, “NORIO” та молдавським “Маклером”. Серед партнерів “Експрес-Об’яви” газети США, Росії, Узбекистану, Латвії, Білорусі. В 1994 році “Експрес-Об’яву” було запрошено вступити до міжнародної асоціації газет безкоштовних оголошень FAPIA.

Розуміючи з власного досвіду потребу українського, перш за все малого, бізнесу в інвестиціях, фірма “Експрес” розпочинає у 1993 р. організацію бізнес-турів підприємців зі Словаччини, Австрії та Німеччини, зацікавлених у співпраці з українцями. Під час бізнес-турів іноземці вивчали наші закони про підприємницьку діяльність, митне законодавство, порядок створення спільних підприємств і, найголовніше, фірма “Експрес” організувала зустрічі за напрямами діяльності з українськими бізнесменами.

Завдяки бізнес-турам у нас теж з’явилися нові партнери. Було створено комерційний відділ фірми, котрий став співпрацювати з усесвітньо відомою компанією “Пума”, що спеціалізується на виробництві та реалізації спортивного одягу й аксесуарів, розпочато торгівлю меблями з Чехії. (Пізніше ці структури переросли в окремі підприємства.)

З 1993 року започатковано науково-виробничий відділ, який спеціалізується на розробці устаткування та механізмів для обробки насіння з передбаченим повним виробничим циклом — від розробки до реалізації. Він успішно функціонує й нині. Правда, тут нас не обминула загальнодержавна “правова” проблема — нестабільності, перехідного характеру формування правової бази, зокрема, проблема незахищеності авторських прав, інтелектуальної власності. Наприклад, зусиллями наших конструкторів було розроблено на рівні міжнародних стандартів інкрустатор — агрегат для обробки насіння. Це дало змогу використовувати інкрустаційні матеріали вітчизняного виробництва, які у десятки разів дешевші за імпортні аналоги. Винахід було запатентовано. З’явилися замовники. Першу партію з 10 агрегатів виготовили на машинобудівному заводі у Прилуках, котрому, відповідно, передана й уся технічна документація. Пізніше ми дізналися, що завод вже й без нас виготовляє наші агрегати. Щоб не допускати подібного, наступні розробки виготовляли-ся частинами і потім збиралися власноруч.

Проте загалом неврегульованість вітчизняної законодавчої бази була тільки верхівкою айсберга на загальному тлі “економічного ха-

осу”, породженого і виходом з налагодженої системи зв’язків у межах єдиного народногосподарського комплексу (в Україні лише близько 20 % обсягу промислової продукції мало завершений цикл; потреба у структурному реформуванні та ін.) і суперечливістю й непослідовністю економічної політики Українського уряду на перших порах державотворення. При цьому макроекономічна стабілізація, структурні перетворення та економічне зростання — це не окремі стадії реформування, а єдиний нерозривний процес. Тому потрібний був час для утвердження тих структурних елементів, з яких складається і завдяки яким може функціонувати збалансована національна економіка. Певною мірою становлення і нашої компанії може слугувати цьому прикладом.

Відомий чеський реформатор Вацлав Клаус у своїх “Десяти заповітах для економіки XXI століття”<sup>83</sup> зазначав, що помилковими, дезорганізуючими, а то й небезпечними стають ілюзії соціальних експериментів стосовно того, що весь процес системних змін можна організувати і спрямувати, а науково обґрунтований вибір оптимальної послідовності тих чи інших кроків являє переважно лише академічний інтерес, оскільки життя завжди багатогранніше за теоретичні виклади. Окрім цього, він наголошує на необхідності дуже обережного ставлення до іноземної допомоги, значення якої в процесі трансформації вважає побічним.

І дійсно, практика показала, що здатна до саморозвитку ринкова система сама вносить корективи, висуває власну ієрархію пріоритетів.

Співпрацюючи зі словацькими партнерами в межах фірми “Експрес”, ми дуже швидко зрозуміли, що інвестувати реальні кошти в діяльність нашого товариства зарубіжні колеги і не планували. Більше того, вони так і не внесли своєї частки до статутного фонду, практично не брали участі в безпосередньому виробничому процесі. Натомість все зароблене “у нас” спрямовувалося на розвиток виробництва “у себе”.

За таких обставин 25 січня 1995 року збори засновників фірми на підставі ст. 3 Установчого договору, ст. 5 Статуту товариства, а також ст. 64 Закону України “Про господарські товариства” одногосподарсько ухвалили дві важливі резолюції: по-перше, виключити їх

<sup>83</sup> Клаус Вацлав. Десять заповітів для економіки XXI століття. — К., 2000.

(Г. Вільчика, В. Новотного, Д. Шевчикова) зі свого складу; по-друге, з метою розширення видів діяльності, підвищення ролі трудового колективу створити на базі товариства з обмеженою відповідальністю “Фірма Експрес” акціонерне товариство закритого типу “Експрес-Об’ява”. Основним напрямом роботи залишити видання газети “Експрес-Об’ява”.

Установчі збори АТЗТ “Експрес-Об’ява” від 5 лютого 1995 року остаточно закріпили своє правонаступництво над “Фірмою Експрес”. 9 лютого цього ж року було підписано новий установчий договір, а 14 лютого акціонерне товариство зареєстровано виконавчим комітетом Шевченківської районної ради народних депутатів м. Києва (Свідоцтво № 16476319).

У серпні 1995 року газета “Експрес-Об’ява” перереєструється — її засновником стає трудовий колектив АТЗТ “Експрес-Об’ява”.

У наступні роки починається активна робота по створенню регіональних видань. У Харкові починає виходити газета “Експрес-Об’ява східного регіону України”, у Білій Церкві — “Експрес-Об’ява — Правобережної України”, інформаційно-рекламна газета “Інтерес” у Житомирі, громадсько-політична “Експрес-Об’ява для жителів Радянського району м. Києва”.

У травні 1996 року з метою сприяння професійній орієнтації молоді, узагальнення кращого педагогічного досвіду, нових освітніх технологій, публікацій кращих методичних розробок для абітурієнтів і надання допомоги талановитій молоді спільно з Київським Слов’янським університетом (сьогодні — Інститут славістики) АТЗТ “Експрес-Об’ява” розпочинає роботу над виданням журналу “Репетитор” (мова видання: українська, російська, англійська; обсяг: до 14 умовних друкованих аркушів; періодичність: 2 рази на місяць).

З рубрики “Експрес-Об’яви” “Транспорт” виростає самостійне видання “Автоекспрес”, що переймається проблемами автомобілістів і розповсюджується безкоштовно. Прибуток лише від реклами та оголошень.

1994 року зареєстровано спортивну газету “Поєдинок”, котра висвітлювала події у світі єдиноборств.

Змінюється, оновлюється, удосконалюється й газета “Експрес-Об’ява”. У березні 2002 р. виданню вручено “Золоте перо” як знак визнання кращою рекламно-інформаційною газетою України.

Читачі газети отримують оперативну і всебічну інформацію, що охоплює широкий спектр діяльності — щотижневі огляди, аналіз

важливих економічних, культурних, спортивних подій, а також комерційну інформацію про ринок житла Києва, області, інших регіонів України; купівлю-продаж автомобілів, автозапчастин, устаткування, сировини, приладів, оргтехніки; різноманітні послуги, сервіс, роботу, працевлаштування. До послуг читачів — рубрика “Знайомства”, довідкова інформація про курси валют, зміни та нове в законодавстві, оперативні новини ДАІ, корисні поради, коментарі тощо.

В умовах ринкової економіки та конкуренції значними перевагами на користь нашого видання виступають його оперативність, чітка орієнтація на малий та середній бізнес з урахуванням його можливостей та інтересів.

Газета “Експрес-Об’ява” розпочиналася з колективу із 8 чоловік. Працювали, як то кажуть, “один за всіх і всі за одного”, хоча кожен виконував свою функцію і відповідно до неї отримував зарплатню і залежно від результатів спільної праці — премії. Лівова частка зароблених грошей спрямовувалася на розвиток підприємства. Структуризація колективу розпочалася, коли його чисельний склад перебільшив 25 чоловік. Були створені відділи реклами та реалізації, котрі почали активно залучати до роботи позаштатних рекламних агентів та агентів з реалізації продукції, оплачуючи їм відсоток від проданої газетної площі або від продажу газет (приблизно 10–15 %). Пізніше структури відділів поповнюються менеджерами, які отримують фіксовану ставку, а також відсоток від зароблених на фірму грошей. У середині 1993 р., коли колектив становив близько 100 чоловік, відбулася глибша структуризація. Створюється редакційна рада газети, виокремлюється комп’ютерно-технічний відділ, що перебирає на себе функції прийому та обробки безкоштовних оголошень, дизайну та верстки реклами й газети в цілому, виробничий відділ, що відповідає за постачання та друк, реалізація всієї друкованої продукції фірми покладається на відділ реалізації, рекламний відділ перетворюється на рекламну агенцію.

Рекламна агенція компанії надає повний комплекс послуг — від планування, розробки концепції рекламних компаній, дослідження різних аспектів споживчого ринку, виготовлення й виробництва рекламних матеріалів до розміщення реклами в засобах масової інформації, і не лише України, а й інших держав. Крім традиційних способів рекламного впливу, клієнтам пропонують розміщення по-

відомлень у мережі Інтернет, журналістські матеріали рекламного характеру, виготовлення листівок та їх адресна доставка, а також тематична рубрична вибірка газети.

Підвищення ефективності та якості рекламних послуг — основне й постійне стратегічне завдання агенції. Тому пошук шляхів удосконалення діяльності, як професійної, так і організаційної, практично не припиняється. Наприкінці 1998 р. результатом штатної реструктуризації стало створення рекламних груп за напрямками: нерухомість; автосалон; туризм та відпочинок; продукти харчування, напої; вакансії, освіта; комп'ютери та оргтехніка; банківські та фінансові послуги. Така “вузька” спеціалізація дозволяє, і про це вже засвідчують конкретні результати, досягти більш ефективних, якісних показників у роботі. Водночас зростають професійність і досвід колективу, а від цього безпосередньо залежить успіх загальної справи. Адже нині недостатньо просто прорекламувати товар чи послуги, ефект реклами залежить від влучно обраної форми, знання ринкової ситуації та аудиторії, на яку розрахована реклама. Нарешті, замовник має бути впевненим, що його рекламна стратегія буде вдало і грамотно реалізована.

У межах компанії рекламна агенція співпрацює з дизайн-центром “Експрес-Об'ява”, який здійснює високопрофесійну додрукарську підготовку щотижневої кольорової рекламної обкладинки газети та поліграфічних замовлень наших клієнтів. Нині агенція, творчий і медійний потенціал якої репрезентує команда з 20 співробітників, оперує також і новими технічними можливостями друкарського цеху. Клієнти отримують персональний і повний менеджерський супровід своїм замовленням — від складання тексту до виходу реклами, виготовлення макета, поліграфічної продукції тощо.

А в 1993 р. був сміливий у рамках колективу експеримент виведення одного, найбільш прибуткового, підрозділу на роботу за принципами госпрозрахунку. Але це був вірний крок. Він дозволив, незважаючи на всі економічні катаклізми, що відбувалися в країні, забезпечити щомісячне зростання надходжень за рекламу аж до 1998 р.

Правовідносини у сфері реклами, зокрема призначеної для розповсюдження та споживання на території України, регулюються Законом України “Про рекламу” від 03.07.96 із змінами, внесеними згідно із Законом “Про внесення змін до деяких законів України, що перед-

бачають безспірне списання (стягнення) коштів з рахунків юридичних осіб та фізичних осіб — суб'єктів підприємницької діяльності у банках” та Законом України “Про внесення змін і доповнень до деяких законодавчих актів України у зв’язку з прийняттям Закону України “Про рекламу” та ін.

Закон визначає загальні вимоги до реклами, у тому числі принципи рекламної діяльності — її законність, точність, достовірність, використання державної та інших мов відповідно до чинного законодавства, форм та засобів, які не завдають споживачеві реклами моральної, фізичної або психологічної шкоди (ст. 7); конкретизуються загальні обмеження щодо реклами (ст. 8), зміст “недобросовісної реклами” (ст. 10), поняття соціальної рекламної інформації (ст. 11), особливості рекламування окремих видів продукції (ст. 20–25), а також питання контролю за дотриманням законодавства про рекламу та відповідальності за його порушення (ст. 26–29). Щодо останнього, відповідно до Закону України “Про рекламу”, Кабінетом Міністрів України розроблено і затверджено порядок, процедуру й терміни накладення санкцій за порушення рекламного законодавства. Документ конкретизує підстави для розгляду справ, вимоги до оформлення заяв позивачів, процедуру їх розгляду і терміни, права та обов’язки сторін, які беруть участь у справі, а також підстави для її закриття чи оскарження, терміни й процедуру виконання рішень.

Важливим і перспективним напрямом роботи виокремлюється видавнича сфера. Роль і значення книг чудово розуміли ще в епоху формування першооснов української державності та її традицій. “Добро є, братіє, почитання книжне”, — стверджував перший руський митрополит Іларіон доби Я. Мудрого. А винайдення й поширення друкарства стало одним чи не з найважливіших чинників насамперед духовної консолідації народу. Адже через друковані видання населення різних земель знайомилося з останніми досягненнями суспільно-політичної й наукової думки, відчуваючи приналежність до єдиного етносу. І чим більше видавалося книг, тим сильнішим був їх вплив на розум і свідомість людей.

Першу в Україні друкарню відкрив у Львові 1673 року втікач із Москви І. Федоров. З часом друкарні з’являються в Острозі, Стратині (поблизу Рогатина), Крилосі (поблизу Галича), у Києво-Печерській лаврі, і вже на межі XVI–XVII ст. їх кількість наближається до двох десятків. При цьому друкарні стають не тільки місцем виго-



товлення книжкової продукції, а й важливими культурно-освітніми осередками, навколо яких концентрувалися кращі інтелектуальні сили, що готували й видавали навчальні посібники, біблії, книги церковного та полемічного змісту.

Розвиток друкарства при цьому постійно зростав. Уже в останній чверті XVII ст. почала діяти Новгород-Сіверська друкарня, згодом Чернігівська, а з освоєнням Північного Причорномор'я з'являються друкарні у Єлисаветграді, Катеринославі, Харкові та інших містах. Великим авторитетом користувалися Львівська і Почаївська друкарні, видання яких знали і цінували не лише в Україні, але й у Болгарії, Македонії, Сербії та в багатьох інших місцях слов'янського світу. Одна з найбільших друкарень в Україні — друкарня Києво-Печерської лаври — з часу свого утворення славила своїми підручниками, навчальними посібниками, інструкціями і науковими працями. Наприклад, лише в 1760 році, незважаючи на існуючу заборону синоду друкувати світські книги, з її стін вийшло 2000 букварів.

Підручники українських друкарень ставали важливим фактором поширення освіти. Так, понад століття в освітній практиці України і Росії найбільшою популярністю користувалися “Буквар” І. Федорова (1574), підручник з церковнослов'янської мови “Грамматика славенскія правильное синтагма” Мелетія Смотрицького (1619). Упродовж століття головним підручником з історії, знову ж таки і в Україні, і в Росії, був “Синопис”, виданий у Києві.

Перелік подібних прикладів можна продовжувати, і в ціннісному значенні вони зростатимуть з геометричною прогресією. Проте для нас важливе інше — усвідомлення неоціненного внеску видавничої діяльності в духовну скарбницю нашого народу, яка забезпечила йому той високий авторитет освіченості, що так часто викликав, особливо в іноземців, щирий подив і захоплення, а в нас, нащадків, продовжує викликати почуття гордості, коли виявляємо подібні твердження у писемних спогадах Боплана, інших закордонних політиків і мандрівників.

Нині за умов нагальної необхідності спрямування спільних зусиль на національну консолідацію нашого народу, забезпечення ідеологічних складових, ціннісних орієнтацій цього процесу питання розвитку вітчизняного видавництва можна без перебільшення віднести до стратегічних і загальнодержавної ваги. Нація, держава відбу-

ваються, якщо їх цементує національна ідея, і має майбутнє у сучасних умовах, якщо володіє потужним інтелектуальним потенціалом. П. Струве у свій час стверджував, що треба з пристрасстю і спрямованістю нести в широкі народні маси національну ідею як оздоровчу і організуючу силу, без якої неможливе ні відродження народу, ні відродження держави. Однак чи реальне без повнокровного й різнопланового функціонування вітчизняного книжкового ринку, зокрема підручників, навчальної, фундаментальної і прикладної наукової літератури, без можливостей безперешкодного введення в обіг широкого спектра соціокультурних, економічних, політичних, технологічних ідей, а отже, без розвинутого демонополізованого ринку надання інформаційних і видавничих послуг, забезпечення й утвердження “національної ідеї” і відтворення національно зорієнтованого (тобто з майбутньою орієнтацією на український ринок) інтелектуального потенціалу? Таке запитання видається просто риторичним.

Тим часом загальна картина в зазначеній сфері, на жаль, і нині дуже далека до показника навіть наближеного до “задовільності”. При цьому тенденція ця сформувалася ще упродовж минулих десятиліть. Наприклад, у 80-х роках згідно з офіційною статистикою, в Україні щороку видавали 3,3 одиниці книжкової продукції на душу населення, у той час як загалом по Союзу — 9,1. З цього приводу, коментуючи наведені дані, відомий історик, дослідник проблем сучасності професор Ю. Алексєєв дуже слушно зауважував: “...суть проблеми не лише в тому, що книжковий “чорний ринок” не знав перебоїв у постачанні товаром, який “ділки” продавали у 15–20 разів дорожче... Тільки 60 % усіх книжок в Україні видавали українською мовою”.

Надалі все більш недоступнішою для учнів, студентів, фахівців ставала книга, і не тільки підвищеного попиту, що не могло не викликати відповідних негативних наслідків загалом в освітній системі — найважливішому відтворюючому інституті державної життєдіяльності. А наприклад, у 1994/95 навчальному році тільки забезпечення підручниками навчальних установ складало 40 відсотків від потреби, методичними посібниками — 30 відсотків, технічними засобами навчання — близько 7–10 відсотків.

Щорічно зменшується кількість масових та універсальних бібліотек. У 1985 р. їх було 26 тисяч, у 1990 р. — 25,6, у 1995 р. — 23,8, у 2000 р. —

20,7, у 2001р. — 20,4 тисячі. Відповідно бібліотечний фонд становить: 419, 419, 370, 343, 339 млн примірників.

І це у той час коли Україна, як засвідчує професор Ю. Алексеев у книзі “Думать, сиять, не ждать...”, посідає останнє місце в Європі за темпами росту людей з вищою освітою. Найбільше людей з вищою освітою у США — 2420 чол. на 10 тис. населення. У провідних країнах світу щорічно зростає кількість студентів. У США 310 студентів на 10 тис. чоловік населення, у Франції — 200, у Японії — 155, в Україні — 170. Проте якщо в Англії, Німеччині, Франції кількість студентів зростає, то у нас навпаки — знижується. За кількістю спеціалістів з вищою освітою Україна посідає 9 місце в СНД. Ці показники небезпечний симптом для інтелектуального розвитку українського суспільства.

Враховуючи конкретні реалії та запити і водночас для максимального використання всіх наявних можливостей фірми у 1998 році в межах компанії створюється редакційно-видавничий відділ. Його основний напрям — видання й реалізація книжкової та іншої поліграфічної продукції, що користується широким попитом у читачів. Насамперед це підручники і посібники, рекомендовані до друку Міністерством освіти України, та інша література — дитяча, науково-методична, пізнавальна. Відділ на взаємовигідній основі тісно співпрацює з викладачами вищих та середніх навчальних закладів, співробітниками науково-дослідних інститутів, поетами, письменниками, художниками — авторами наших видань.

Загалом відносини у видавничій сфері України регулюються Конституцією України, уже згаданим Законом “Про видавничу справу”, а також Законами “Про інформацію”, “Про авторське право і суміжні права”, “Про державну таємницю”, “Про підприємництво”, “Про підприємства в Україні” та іншими нормативно-правовими актами.

Так, Конституція України, виступаючи основою правових норм суспільно-виробничих відносин, констатує верховенство закону (ст. 8). Пряма дія її положень служить гарантом прав і свобод людини, рівності у гідності та правах (ст. 21–68), її судовий захист (ст. 55); права власності та рівності суб’єктів права власності перед законом (ст. 13, 41); права на підприємницьку діяльність (ст. 42); розвитку державної і національних мов (ст. 10), етнічної, культурної, мовної та релігійної самобутності корінних народів і національних меншин

України (ст. 11); прав на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань, на збір, збереження і поширення інформації (ст. 34) тощо.

Закон України “Про видавничу справу” визначає насамперед її загальні засади, у тому числі порядок організації та провадження видавничої діяльності, розповсюдження продукції, умови взаємовідносин і функціонування її суб’єктів.

Законом конкретизується зміст державної політики у видавничій сфері, державної підтримки й особливостей приватизації книжкових, газетно-журнальних видавництв, підприємств поліграфії та книгорозповсюдження (ст. 6), регулюються відповідно до Конституції мовні питання (ст. 8).

Безпосередньо стосується книговидання і водночас конкретизує зміст державної політики щодо розвитку видавничої сфери в Україні Указ Президента “Про деякі питання державної підтримки книговидавничої справи”. У документі, зокрема, наголошується на необхідності у контексті загальнодержавних програм економічного, соціального та культурного розвитку України передбачити фінансування випуску суспільно необхідної літератури на умовах державного замовлення, а також встановити для видавництв, підприємств поліграфії та книгорозповсюдження плату за оренду приміщень, комунальні послуги в розмірах, передбачених для закладів культури, навчальних закладів.

Однак незважаючи на всі заходи, ситуація у книговиданні критична. Якщо у 1985 р. загальний тираж книжок складав 155 млн примірників, то у 1999 р. лише 22 млн, а у 2001 р. — 50 млн примірників. У тому числі українською мовою відповідно 78, 12, 29 млн примірників.

Уже в перший рік своєї діяльності редакційно-видавничим відділом було видано книжки: Б. Губського і О. Кононенка “Ритуали. Обряди. Звичаї”; В. Кикотя “Промені самотності. *Поезії і переклади американських поетів*”. У цей же час започатковано публікацію бібліографічного покажчика книг “Книга в Україні, 1861–1917”, підготовленого Степаном та Сергієм Петровими. Заплановано 35 томів видання. Видавництво співпрацює з Національною бібліотекою України ім. В. Вернадського, Львівською науковою бібліотекою ім. В. Стефаника НАН України, Національною парламентською бібліотекою України, Міжнародним фондом “Відродження”, Держав-

ним музеєм книги і друкарства України, Києво-Печерським історико-культурним заповідником, Київською центральною бібліотекою ім. Л. Українки тощо.

У 1999 році вийшли у світ: навчально-методичний посібник “Українська мова в таблицях” І. В. Литвина і С. І. Литвин, де у систематизованій формі подаються правила фонетики, лексикології, словотворення, морфології, синтаксису і пунктуації речень різних типів, а також схеми різноманітних мовних аналізів; посібник французькою мовою з країнознавства “Чи знаєте ви Францію?” та “Економіка в вопросах и ответах” Л. Прусової. Вказана праця стала логічним продовженням попередніх доробків авторки: “Основы рыночной экономики” та “Економіка в схемах и таблицях”. Видання торкається важливих економічних питань, які практично майже не висвітлені в навчальній літературі. Тут глибоко розкриваються аспекти міжнародної валютної системи, механізм діяльності міжнародних фінансових організацій, питання інфляції, власності, лізингу, цінних паперів, мікро- та макроекономічних процесів. Великою популярністю користується четверта книга Л. Прусової “Економіка. Тренінг-курс”, яка ввібрала в себе основні розробки попередніх видань.

Заслуговує на увагу посібник “Психологія і педагогіка” (1999) В. Лозниці, що містить основні теми дисциплін “Загальна психологія” та “Дидактика”, розглядає механізми психічних явищ і поведінки людини, структуру діяльності, формування особистості, типи нервової системи і темпераменту, психічні стани й пізнавальні процеси, методи практичної психології, зв’язок між психологією та педагогікою. Тут вперше розроблено систему наочних схем для кращого засвоєння складних питань, аналізується придатність історичних форм навчання до сучасних умов.

Розширюють вітчизняний навчально-освітній спектр інші видання 1999 р., зокрема “Огляд деяких питань економіки” (німецькою мовою) С. Опаренко і Л. Хоменко, “Економічна і соціальна географія світу” В. Корнеєва, О. Корнеєва та О. Топузова тощо.

Слід відзначити також наукову працю “Українська культура у полікультурному просторі” О. Рудницької і навчальний посібник “Україна на зламі історичних епох” Ю. Алексеєва, С. Кульчицького та А. Слюсаренка, що вийшли друком на початку 2000 р. Наприклад, в останній роботі аналізується національно-духовне відродження і державотворчий процес в Україні упродовж 1985–1999 рр.,

з'ясовуються причини, рушійні сили і результати процесу, який зумовив неочікувану для багатьох появу в Європі найбільшої (крім Росії) за територією і однієї з найчисленніших за населенням нової держави — України. Цей доробок надзвичайно актуальний, адже торкається важливих і водночас неповно висвітлених у вітчизняній історіографії історичних проблем.

Для тих, хто цікавиться історією нашого столичного міста, видавництво щорічно видає альбом фотографій під умовною назвою “Київ вчора і сьогодні”.

Іншим напрямом діяльності видавництва “Експрес-Об’ява” є дитяча література. У 1998 р. вийшла в світ серія дитячих книжечок-розмальовок під загальною назвою “Дитина пізнає світ”. Особливістю цієї серії є її пізнавальний характер та невисока ціна. Малюки мають можливість не тільки опанувати техніку розмальовування, а й отримати цікаву та корисну інформацію про життя звірів, особливості різноманітних рослин, здійснити цікаві мандрівки в історію повітряних кораблів, вчаться користуватися годинником. Малята, які розмалюють три книжечки цієї серії, одержують від видавництва приз — нові книжечки безкоштовно. Розвиваючи цей напрям, відділ підготував до друку нову книжечку-розмальовку “Мій автомобільчик”.

Не менш цікавою виявилася серія “Слов’янський світ”, яка знайомить читачів з обрядами та звичаями наших предків, що дійшли до нас із сивої давнини та слугують засобом збереження й передачі досвіду поколінь, зміцнення зв’язків людей у суспільстві. Адже звичаї та обряди упродовж тисячоліть вбирали в себе народну мораль, народну мудрість, доброту і людяність і є безцінною духовною скарбницею нашого народу.

Новим потужним підприємством, яке (протягом незначного часу) впевнено вийшло на український ринок, надаючи широкий спектр послуг з дизайну, виготовляючи різноманітну поліграфічну продукцію високої якості у найстиліші терміни і за помірними цінами, нині можна вважати інший структурний підрозділ компанії — поліграфічний центр. Його створення, знову ж таки, прямо пов’язане з практичними потребами. Зокрема, необхідність власної поліграфічної бази насамперед вимагало друкування щотижневої кольорової обкладинки газети “Експрес-Об’ява”. Водночас розширення діяльності товариства і постійна необхідність підвищувати конкурентоспроможність зумовили потребу в новітньому комплексному обладнанні



для виготовлення різноманітної поліграфічної продукції, особливо книжково-журнального спрямування.

Нині поліграфічний центр працює на обладнанні та матеріалах провідних світових фірм, що дає змогу друкувати журнали, проспекти, буклети, брошури та книги. Понад 60 кваліфікованих спеціалістів — майстрів своєї справи, серед яких поєднується енергія і талант молодих дизайнерів з великим досвідом професійних поліграфістів — здійснюють збір, технологічну та економічну обробку замовлень, виконують верстку та макетування майбутніх видань, кольороподіл, кольоропробу та друк. Відмінна якість послуг і продукції та оперативність — основні критерії діяльності центру — забезпечують стабільність, постійних замовників на друк періодичних видань, таких, як журнали “Губернатор”, “Нефть и газ”, “Транспорт”, “Енергетична політика”, “Business print”, “Упаковка”, “Кордон”, “Мама и я”, “Відродження”, “Энциклопедия быта”, “Вісник Верховного суду” і багато інших. Розробки дизайнерів центру стали лауреатами Міжнародного форуму “Золотий профіль-97”, а друкована продукція допомагає замовникам вирішувати проблеми з рекламування та реалізації товарів і послуг.

Та навіть за наявності такої поліграфічної бази не вирішувалося давніше завдання щодо вигляду “Експрес-Об’яви” як європейського повнокольорового видання. Газетні друкарні України кінця 90-х, за винятком хіба що вузькокорпоративної друкарні “Киевские Ведомости”, побудованої на базі однієї друкарської машини, практично не дозволяли цього робити. Наші партнери з західнонімецької фірми “Хамман і Партнер”, основні постачальники поліграфічного обладнання для книжково-журнальної друкарні, вже в 1996 році запропонували нам на пільгових засадах (кредит на 3 роки під 8 % річних) газетний друкарський комплекс “Solna”. Німці виграли тендер у дочірнього підприємства компанії “Solna” фірми “Crestwood”, котрі запропонували практично ту ж саму ціну, але без жодних пільгових умов. Контракт було підписано, але реалізувати його в первісному вигляді не вдалося. Основна причина — відсутність коштів на оплату ПДВ, що необхідно було сплатити одразу під час розмитнення комплексу. Процент за кредит в українських банках перевищував 40 % річних. Довелося шукати грошовитих партнерів та переконувати їх у доцільності вкладання грошей у поліграфічний напрям розвитку. Крім того, вдалося домовитися із західнонімецькою фірмою “Хамман і Партнер” про збільшення терміну проведення розрахунків до 5 років під

ті ж 8 % річних. У травні 2000 р. друкарня була завезена в Україну. І вже протягом двох років “Експрес-Об’ява” і ще понад 90 видань мають змогу друкуватися за найвищим європейським ґатунком.

Враховуючи досвід організації праці книжково-журнального комплексу, нам вдалося досить швидко практично наздогнати за обсягами виробленої продукції такого гіганта, як друкарня “Київська правда”.

Влітку 2002 р. газетний колекс був поповнений ще однією друкарською машиною компанії “Solna”. І тепер він здатен друкувати одночасно кілька повнокольорових газет.

На початку 1999 року в АТЗТ “Експрес-Об’ява” чітко виділилися три основні напрями діяльності: випуск газети “Експрес-Об’ява”, поліграфічна та видавнича діяльність. Чисельність тільки штатних працівників перевищила 250. Крім того, введена законом система реєстрації акцій в акціонерних товариствах, що вимагала зайві витрати, змусила підприємство до чергової реорганізації. Правонаступником АТЗТ “Експрес-Об’ява” стало товариство з обмеженою відповідальністю Українська видавничо-поліграфічна компанія “ЕксОб”, яка заснувала два дочірніх підприємства: газету “Експрес-Об’ява” та поліграфічне підприємство “Експрес-поліграф”, а також науково-технічне підприємство “Промекспрес”, що займається проблематикою створення сільськогосподарських машин та обладнання для обробки насіння.

Пізніше разом з партнерами на базі газетної друкарні було створено ще одне поліграфічне підприємство “Інтерекспресдрук”.

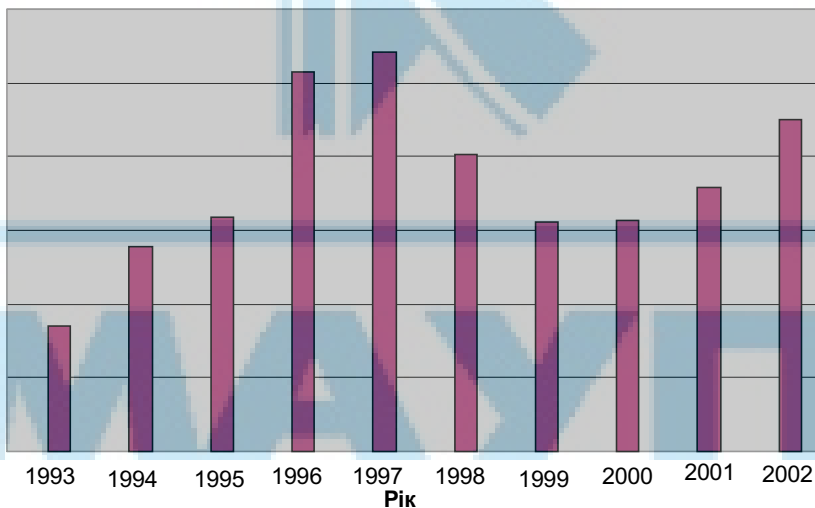
Перспективу розвитку та інші стратегічні питання визначають засновники головного підприємства, тобто УВПК “ЕксОб”. Дочірні підприємства працюють на підставі доведеного до них головним підприємством плану-бюджету, що складається з процентного розподілу доходу на витрати на матеріали та сировину, орендну плату за користування приміщеннями та устаткуванням, оплату праці, витрати на ремонт та оновлення обладнання, інші господарські витрати, прибуток, податкові відрахування та інші обов’язкові платежі. Контроль виконання показників відбувається щотижнево. За таких умов організації праці оптимально вирішуються два основних елементи взаємодії власника і працівника. Власник щотижнево має реальну картину щодо своїх прибутків і можливість оперувати ними. Працівник має повну прозорість щодо формування фонду заробітної плати, котрий пропорційно залежить від доходу підприємства, а отже, від результатів його

праці. Внутрішня (на поліграфічних підприємствах) система стимулювання праці менеджерського складу орієнтована на дві складові: перша — обов'язкове завантаження обладнання до певних обсягів; друга — кількість принесених замовлень (у грошовому вимірі). У видавничих структурах система заохочення теж складається з двох складових: ставка — за досягнення обов'язкового мінімуму залучення коштів плюс певний відсоток від коштів, залучених понад мінімум. Решта працівників працює за схемою: посадовий оклад + персональна надбавка за особистий внесок у розвиток компанії + премії залежно від результатів роботи підприємства.

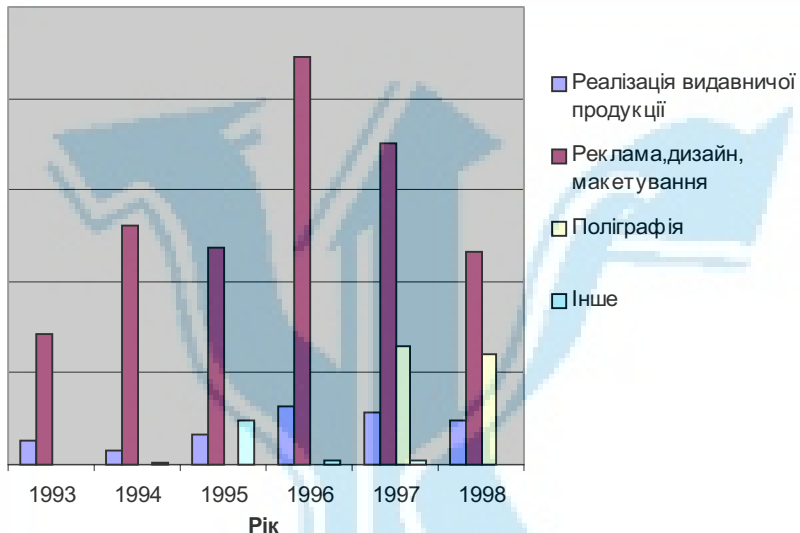
Позитивну тенденцію розвитку компанії можна прослідкувати на діаграмах та графіках (стор. 95–104).

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що компанія “Експрес-Об’ява” пройшла шлях більшості малих підприємств України, які мають історію понад 10 років. Практично всі проблеми розвитку малого бізнесу, зазначені в першому розділі, віддзеркалилися у практичній діяльності компанії.

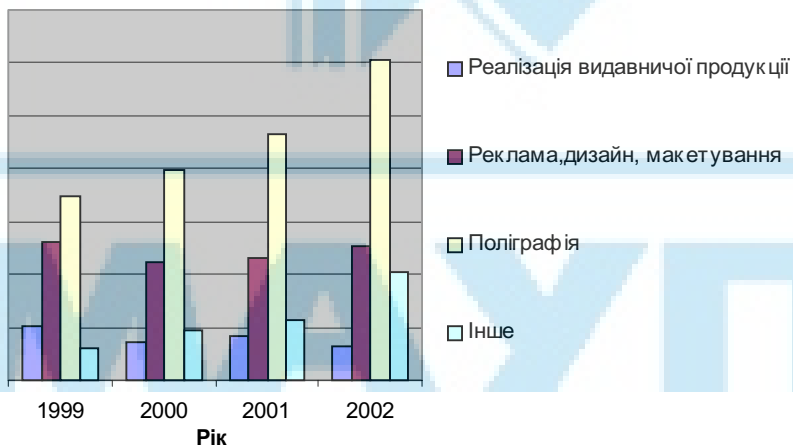
**Динаміка валового доходу компанії  
ТОВ УВПК "ЕксОб" з 1993 по 2002 рік**



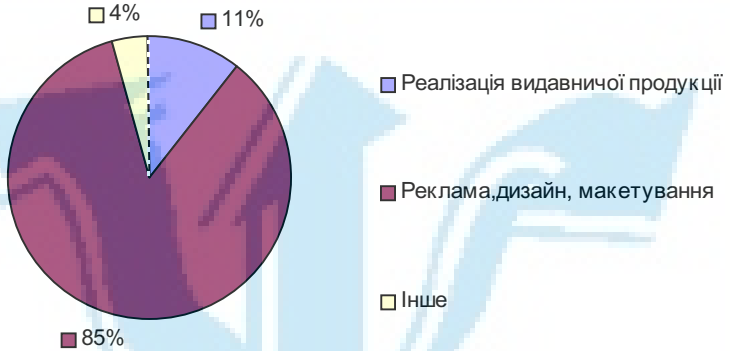
**ТОВ УВПК "ЕксОб"**  
**(ТОВ "Експрес" 1992–1995 рр.,**  
**АТЗТ "Експрес-Об'ява" 1995–1998 рр.)**  
**Об'єм надходжень (1993–1998)**



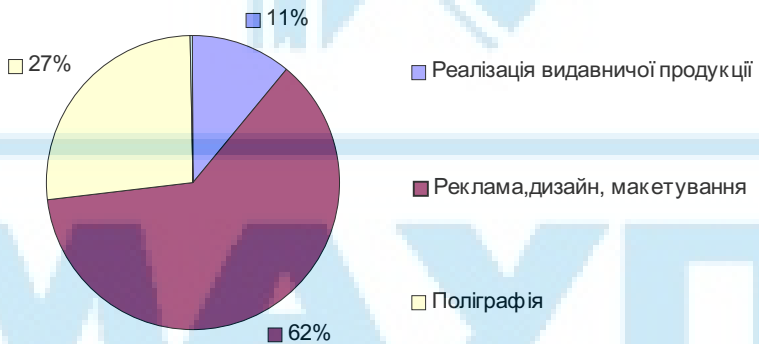
**ТОВ УВПК "ЕксОб"**  
**з ДП "Експрес-Поліграф" та ДП "Експрес-Об'ява"**  
**Об'єм надходжень (1999–2002)**



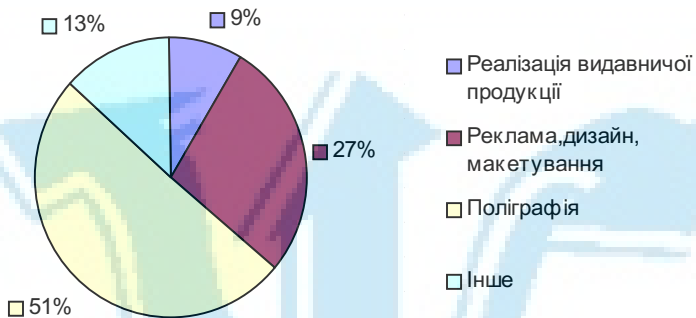
**ТОВ УВПК "ЕксОб"**  
**(ТОВ "Експрес", АТЗТ "Експрес-Об'ява")**  
**Частки видів діяльності в загальному об'ємі**  
**(1993–1997)**



**ТОВ УВПК "ЕксОб"**  
**(ТОВ "Експрес" - АТЗТ "Експрес-Об'ява")**  
**Частки видів діяльності в загальному об'ємі**  
**(1997–1998)**



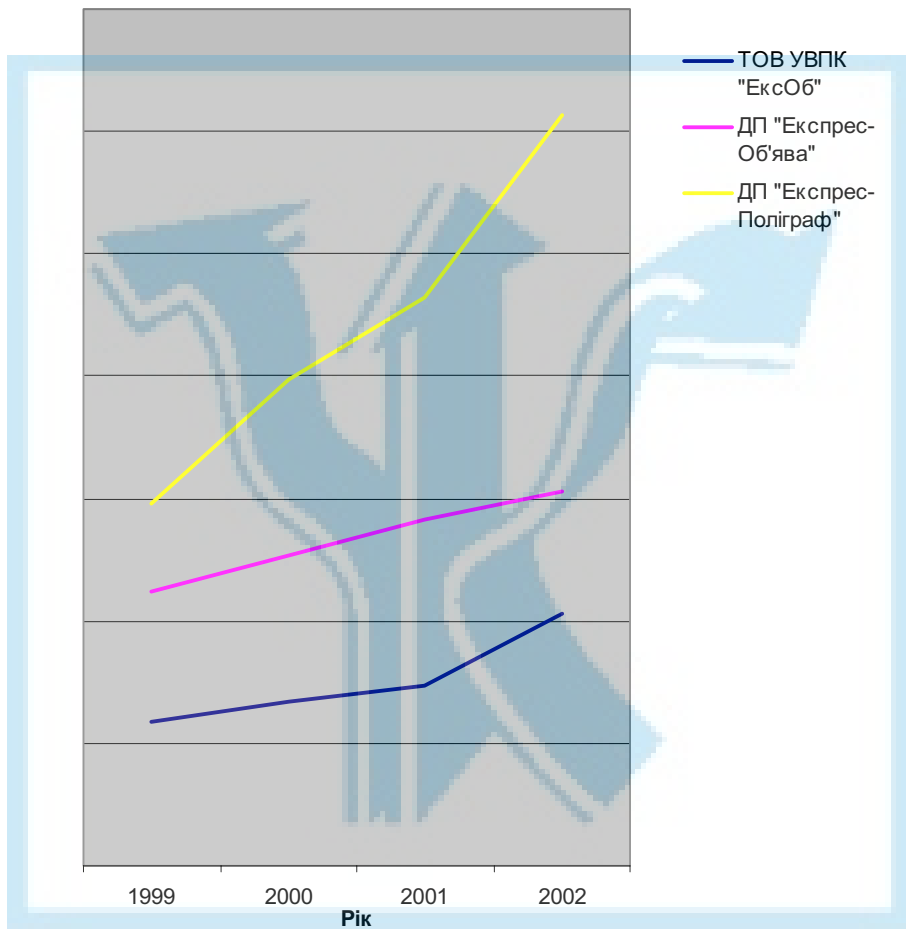
**ТОВ "ЕксОб", ДП "Експрес-Об'ява",  
ДП "Експрес-Поліграф"**  
**Частки видів діяльності в загальному об'ємі  
(1999–2002)**



МАУП

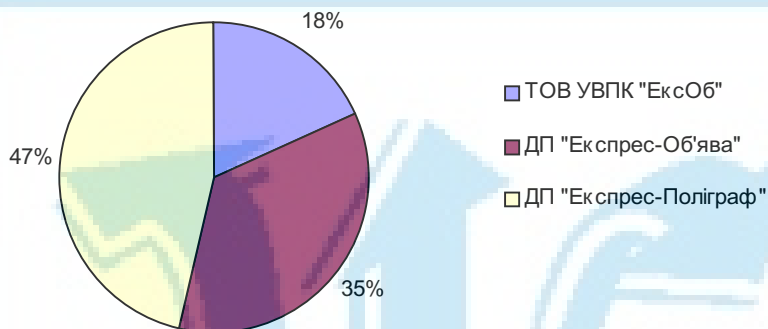


### Порівняльна динаміка росту компанії

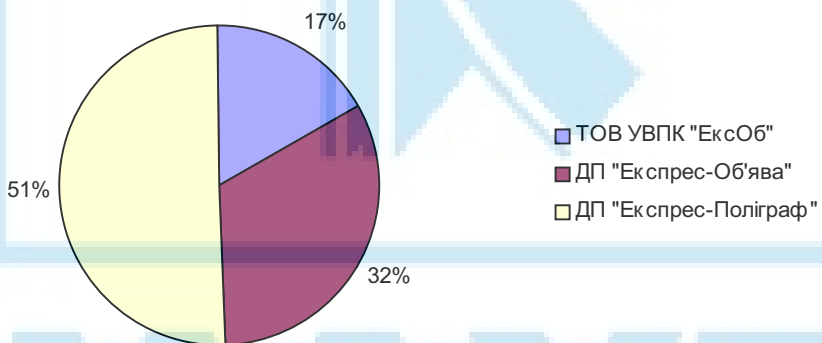


МАУП

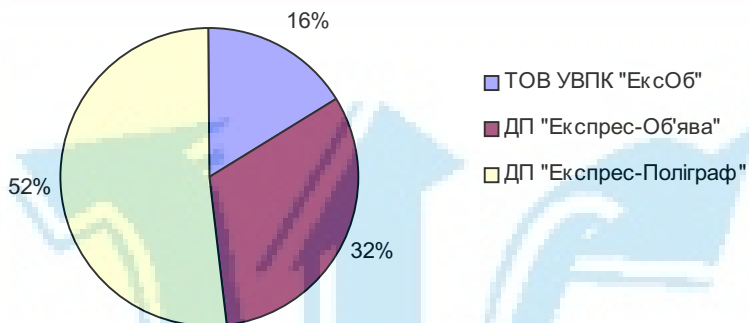
**Частки фірм в загальному об'ємі  
надходжень компанії 1999 рік**



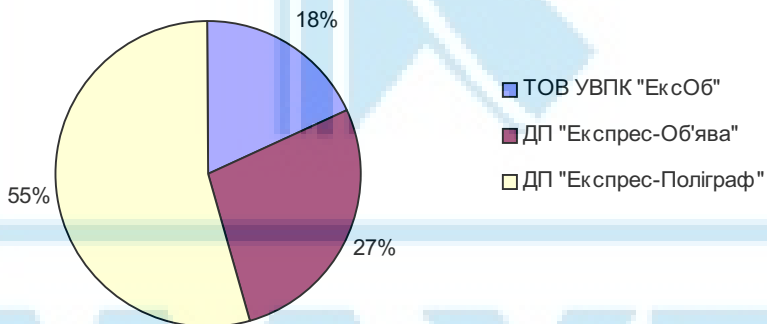
**Частки фірм в загальному об'ємі  
надходжень компанії 2000 рік**



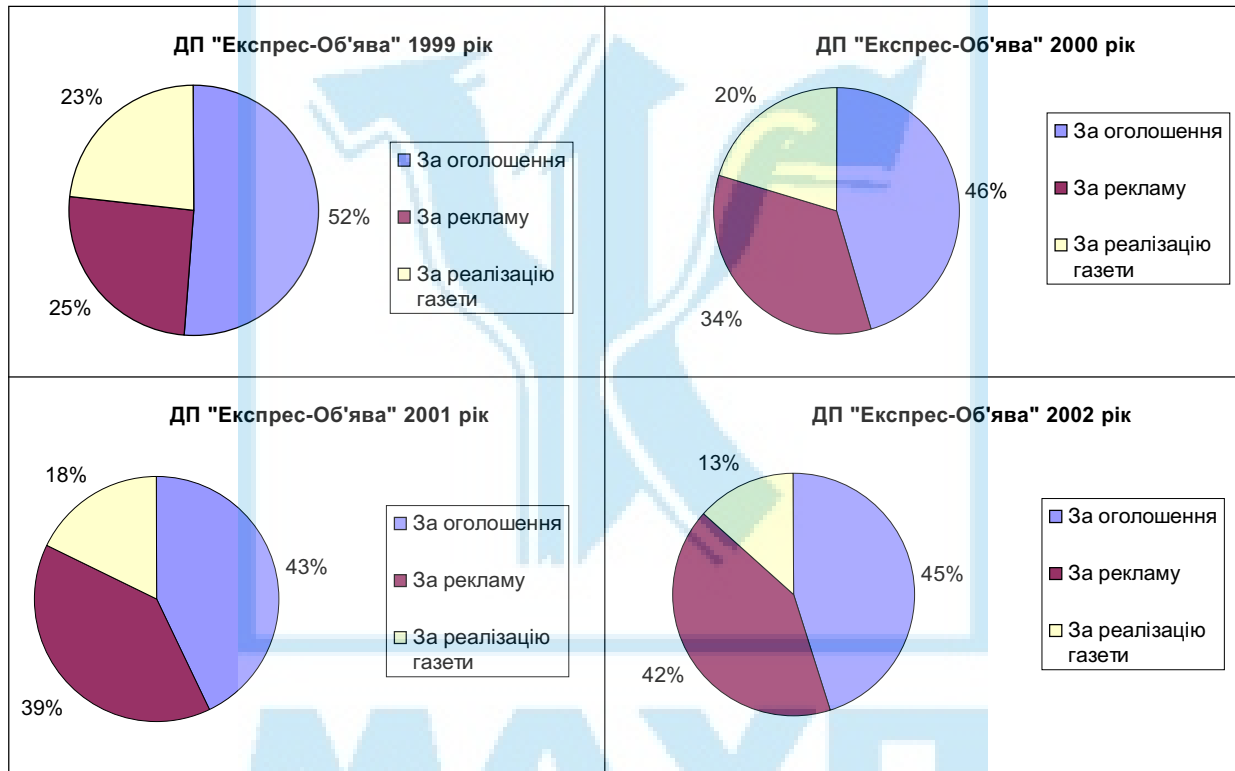
**Частки фірм в загальному об'ємі  
надходжень компанії 2001 рік**



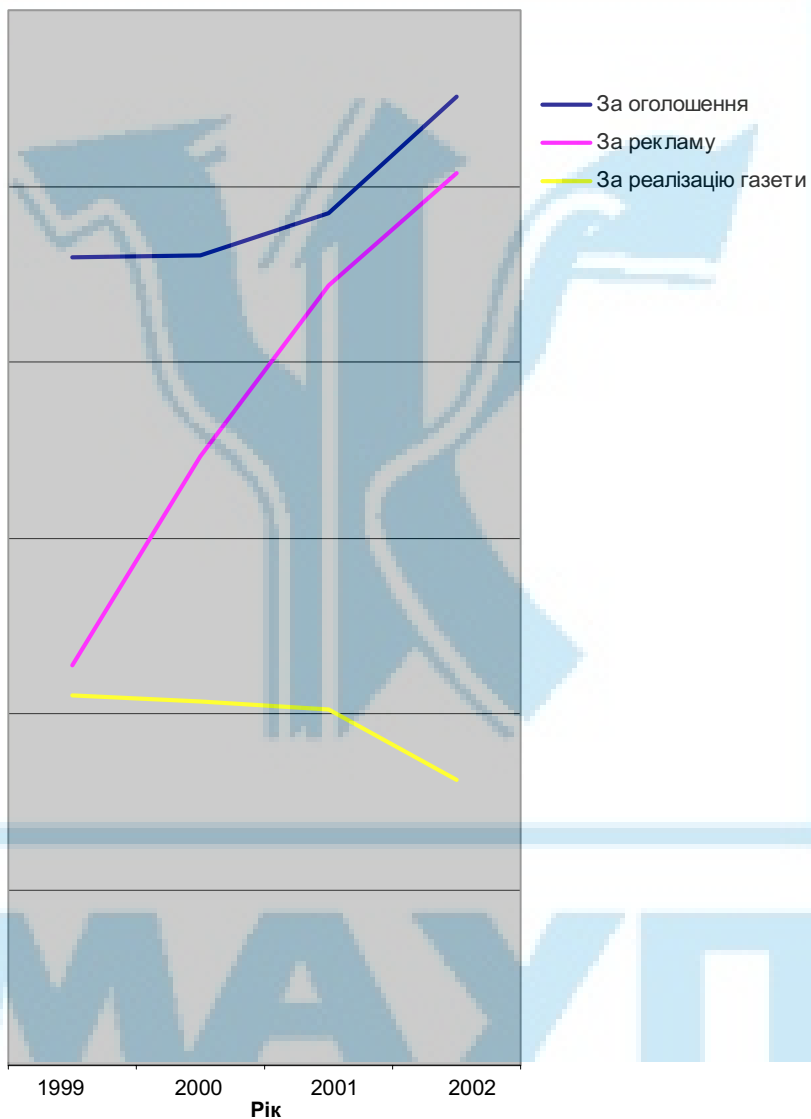
**Частки фірм в загальному об'ємі  
надходжень компанії 2002 рік**



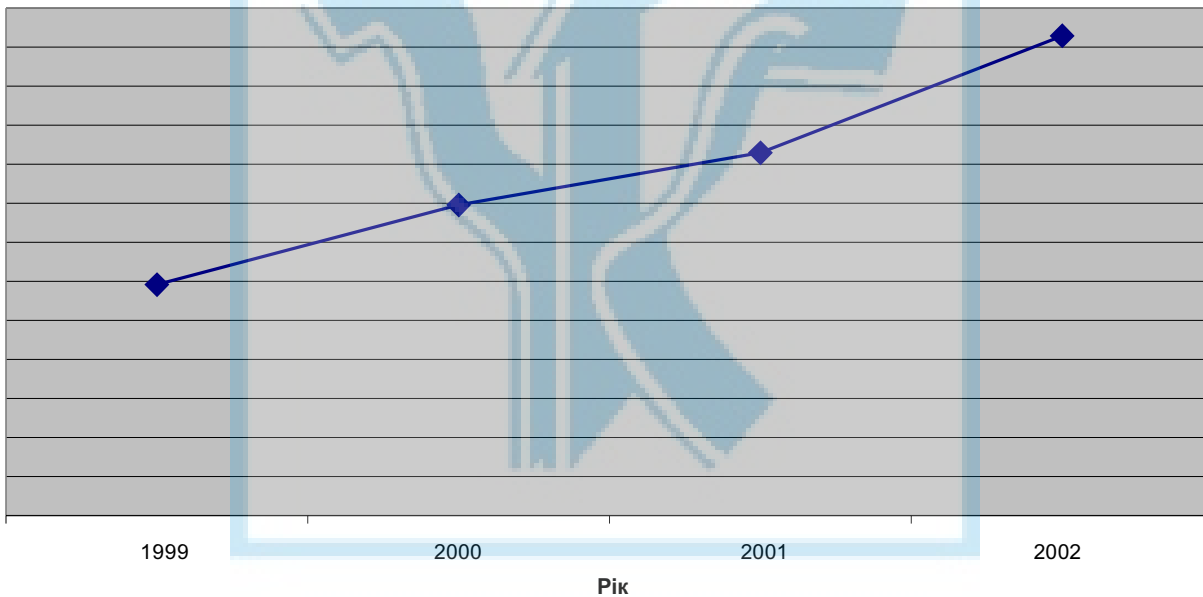
## Структура надходжень ДП "Експрес-Об'ява"



Динаміка розвитку основних  
видів діяльності в  
ДП "Експрес-Об'ява" 1999–2002 рр.



Зростання доходу ДП "Експрес-Поліграф"





---

## Заключна частина

---

За даними соціологічних досліджень, проведених Світовим банком та Київським міжнародним інститутом соціології, у 1995 році в Україні 28 % населення проживало за межею бідності, 56 % — малозабезпечені і лише 16 % — забезпечених<sup>84</sup>.

Надалі ця негативна соціальна тенденція поглиблюється — як наслідок — зниження реальної зарплатні та багатомісячні затримки з її виплатою продуктами (натуральними) виробництва, оплати праці, вимушених відпусток (за власний рахунок) тощо.

Так, вже в першому кварталі 1998 р. реальні доходи населення порівняно з січнем — лютим попереднього року зменшуються на 5,7 %. Загальна заборгованість із зарплат та пенсій зростає відповідно до 5337 та 1415 млн грн<sup>85</sup>. У 2000 р. середньомісячна номінальна зарплата становила лише 42 долари, у 2001 р. — 57,9 долара. Для порівняння у 1996 р. — 68,8, у 1997 р. — 79,9 долара. В Росії у 2000–2001 рр. відповідно 79,1 і 111,8, у Білорусі — 73,6 і 88, в Казахстані — 96,2 і 115,9 долара. Станом на жовтень 1997 р. реальний стан безробіття в Україні, згідно з дослідженням МОП, сягає позначки 8,9 % (офіційний рівень — 2,8 %) <sup>86</sup>. У 2000 р. офіційно зареєстрованих безробітних в Україні було 1155,2 тис. чол., у 2002 р. — 1034,2 тис. чол.

---

<sup>84</sup> Пухлій В., Скульбіденко О. Вже не примара бідності, а сама бідність бродить в Україні // Діло. — 1996. — № 79. — С. 14.

<sup>85</sup> *Квартальні передбачення.* — К.: Міжнародний центр перспективних досліджень, 1998. — № 3. — С. 83.

<sup>86</sup> Там само. — С. 79–80.

За демографічними прогнозами, вже через 25 років близько 30 % співвітчизників будуть непрацездатними (за віком), а зростаючий рівень безробіття призведе до того, що на одного працюючого (платника податків) припадатиме троє непрацюючих<sup>87</sup>.

У результаті зростаючого падіння життєвого рівня народу малий бізнес катастрофічно втрачає головних споживачів — фізичних осіб, від доходів та добробуту яких насамперед залежить його існування.

Слід відзначити надзвичайно низький технологічний рівень вітчизняних малих компаній, що суттєво перешкоджає знижувати собівартість кінцевого продукту, унеможливорює вихід на зовнішні ринки більшості суб'єктів українського бізнесу через неконкурентоспроможність, при цьому дестабілізуюче впливає і на їх становище на внутрішньому ринку. Підприємці зацікавлені в нових технологіях (на відміну від керівників великих державних підприємств), але їх придбання потребує значних капіталовкладень, яких у підприємців просто немає.

Одним з ефективних шляхів виходу зі скрутного становища, як показує світовий досвід, є лізинг, але він, на жаль, в Україні перебуває лише в зародковій стадії. Тільки торік було прийнято Закон “Про лізинг” і тим самим започатковано формування правової бази для його функціонування.

Привертає увагу дуже нерівномірний розвиток підприємництва у галузевому розрізі. Так, на місто Київ, Донецьку і Дніпропетровську області припадає більше третини загальної кількості малих підприємств і кооперативів та чисельності зайнятих на них працівників.

Останнім часом пожвавився розвиток малого підприємництва у Вінницькій, Івано-Франківській, Тернопільській областях. І навпаки, загальмувався у Житомирській, Полтавській та Сумській.

Зрозуміло, що малий бізнес безпосередньо пов'язаний з регіональними особливостями, місцевим ресурсним забезпеченням та потребами, але, в цілому, чітко простежується його неефективна регіональна структура, що впливає на загальну картину ринкових перетворень в Україні і становлення малого сектора національної економіки.

За аналізу загальних проблем розвитку малого бізнесу в Україні досить часто вимальовуються їх три основних групи. Насамперед

<sup>87</sup> Ваулина О. Стратегия новая. А тактика? // Зеркало недели. — 2000. — 23 сент. — С. 7.

слід відзначити так звані універсальні перешкоди, притаманні у цілому розвитку малого підприємництва, у тому числі й розвинутим економічним системам — це проблеми фінансування бізнесу, доступу до кредитів, збуту продукції. Другу групу проблем визначають загальні для перехідних економік перешкоди — наслідок політико-економічної трансформації, що супроводжується тією чи іншою мірою змінністю “правил гри” (результат формування національних законодавчих баз в економічній сфері, становлення податкових систем, ринкової інфраструктури) тощо. Третя група — специфічна, притаманна, власне, для вітчизняного підприємництва, впливає з особливостей національних умов його розвитку, державної політики та макро- і мікроекономічних рівнях.

Зрозуміло, що запропонована класифікація є дуже умовною, адже “національна специфіка” буде визначальною в кожній із названих груп.

Наприклад, за результатами опитувань значно менша стурбованість у вітчизняних підприємців проявляється стосовно труднощів отримання кредитів та лізингів, взаємовідносин з місцевою владою, недотримання клієнтами своїх зобов’язань. Натомість на перший план виходить занепокоєння високими і численними податками, нестабільністю чинного законодавства, низьким попитом на власну продукцію, а також з приводу нестачі приміщень та складності їх отримання.

Для порівняння, до найсуттєвіших проблем болгарські колеги в першу чергу зараховують високі податки, загальну економічну кризу, неефективну державну політику, бюрократичні перешкоди, обмеженість джерел фінансування, корумпованість в органах влади<sup>88</sup>.

Високі податки, часті зміни законодавчої бази, неузгодженість і непослідовність дій центральної та місцевої влади, неефективний приватизаційний процес, а також проблеми фінансування, найму персоналу, дослідження ринку, нестачі приміщень, злочинних дій проти підприємців визначають ієрархію “бар’єрів” на шляху розвитку підприємництва у Латвії<sup>89</sup>.

Російських підприємців найбільше турбують, знову ж таки, нестабільна законодавча система, проблеми з реалізацією продукції,

<sup>88</sup> *Small Firms as Foreign investors: Case Studies from Transition Economics.* — P. 38.

<sup>89</sup> Там само. — С. 125.

фінансуванням бізнесу (неплатежами клієнтів та недотриманням ними інших зобов'язань, труднощі з придбанням офісних приміщень тощо<sup>90</sup>.

Загалом для малого бізнесу в Україні характерна надзвичайна гострота усього комплексу зазначених і специфічних проблем. При цьому кожна галузь діяльності супроводжується ще й низкою особливих гальмових факторів, які потребують окремого аналізу. Але так чи інакше, усі вони зачіпають два найважливіші аспекти діяльності МП — фінансовий і організаційний.

У цілому фінансова діяльність підприємств відображається так: ресурси → витрати → доходи → фінансовий результат.

За цією схемою окремі підприємства вступають у взаємовідносини з іншими суб'єктами господарської діяльності. Отже, функціонування підприємства передбачає використання і відтворення матеріальних, трудових та фінансових ресурсів.

“Ресурси” як економічну категорію характеризує кілька основних особливостей.

По-перше, потреба в ресурсах пов'язана з процесом суспільного виробництва та створенням споживчої вартості; по-друге, структура ресурсів динамічна й залежить насамперед від розвитку продуктивних сил і виробничих відносин; по-третє, використання будь-якого виду ресурсів передбачає їх вартісне відтворення. Таким чином, важливим виступає процес переходу ресурсів із матеріально-уречевленої форми у вартісну або фінансову<sup>91</sup>.

Обмеження регулюючих функцій держави щодо фінансової системи викликало лібералізацію ціноутворення та відповідне зняття дотацій і субсидій на покриття різниці цін товарів і тарифів на послуги, зміну форми власності підприємств державного сектора. Приватизація підприємств суттєво зменшила участь держави у перерозподілі фінансових ресурсів, що призвело до зменшення інвестиційної активності. Для прикладу, обсяг капітальних затрат упродовж 1992–2000 рр. скорочується на 62,8 %, а централізовані капіталовкладення на кінець періоду склали менше 25 % від їх загального обсягу.

На загальному фоні негативних макроекономічних тенденцій пошук джерел фінансування — одна з найсуттєвіших проблем, які ви-

<sup>90</sup> *Small Firms as Foreign investors: Case Studies from Transition Economics.* — С. 136.

<sup>91</sup> Качмарик Я. Д., Хуткий Р. І. Ефективність формування фінансових ресурсів підприємства // *Фінанси України.* — 1999. — № 10. — С. 138–139.

магають постійного вираження на МП. При цьому нестача коштів та обґрунтованих розрахунків щодо організації діяльності здебільшого призводить до краху значний їх відсоток.

До джерел власного інвестування, як правило, відносять частину прибутку підприємства, амортизаційний фонд, резервні фонди. Однак високі ставки оподаткування практично перекреслюють можливості для реінвестування прибутків. Як приклад, майже 50 % (з досліджуваних Міжнародним центром перспективних досліджень) 300 компаній у 1997 р. не робили і не отримували жодних інвестицій, друга половина — вкладала кошти, але лише на ремонт існуючого обладнання<sup>92</sup>. Для порівняння, у 1992 р. 77 % інвестицій у підприємницьку діяльність Польщі надійшло за рахунок реінвестування прибутку<sup>93</sup>.

Щодо амортизаційних відрахувань, з одного боку, їх сума не залежить від фінансових результатів господарської діяльності та формується пропорційно до вартості основних фондів. Таким чином, амортизаційний фонд виступає важливим джерелом підтримки діючого виробництва в умовах незначної рентабельності господарювання, а зменшення термінів служби основних фондів і впровадження методів прискореної амортизації можна розглядати як засіб для розширеного відтворення. З другого боку, зміна амортизаційної політики приводить до збільшення собівартості виробництва чи витрат обігу за рахунок більшої суми амортизаційних відрахувань, а значить — до зменшення кінцевого фінансового результату — прибутку.

Однак зрозуміло, що на початковому етапі діяльності МП самофінансування є дуже проблематичним. Таким чином, актуалізується пошук зовнішніх шляхів кредитування та необхідність створення сприятливого інвестиційного клімату.

З урахуванням досвіду розвинутих західних економік система кредитування малого бізнесу, як правило, ґрунтується на різних джерелах кредиту — комерційні банки, страхові компанії, галузеві та інноваційні фонди, товариство венчурного капіталу, регіональні комерційні відділення, сприяння малому бізнесові тощо. Але вод-

<sup>92</sup> *Бізнес-огляд / промисловий сектор.* — К.: Міжнародний центр перспективних досліджень. — 1998. — № 1. — С. 8.

<sup>93</sup> *Нестеренко А.* От кризиса к стабилизации: экономика стран Центральной и Восточной Европы в 1993–1994 гг. // *Вопр. экон.* — 1995. — № 3. — С. 88.

ночас кредитування МП висуває проблему гарантій. Нині в Україні поручатися за МП може насамперед засновник, страхова компанія чи зацікавлений (авторитетний) покупець. Інших, традиційних (в особі регіональних органів, спеціальних компаній, Антимонопольного комітету або його відділень тощо) гарантів просто немає.

Окрім цього, в Україні взагалі можна констатувати нерозвиненість ринку фінансових джерел та механізмів кредитування, брак обігових коштів та капіталу для розширення бізнесу.

Банки, як правило, надають кредити підприємствам малого бізнесу в силу його ринкового характеру, короткострокові кредити. При цьому сама процедура отримання кредиту надзвичайно ускладнена.

Так, до банку МП потрібно подати: свідоцтво про реєстрацію, статuti, установчі документи, звіт про фінансові результати, баланс підприємства, звіт про фінансово-майновий стан; бізнес-план, технічно-економічне обґрунтування кредиту, підписані угоди на постачання і реалізацію товарів, документацію на заставу, яка може часто й удвічі перевищувати суму кредиту; довідку про наявність обігових коштів, довідку про попередні кредити. Крім цього, потрібно застрахувати майно, що заставляється, підготувати угоду застави, завірену в нотаріуса, підписати кредитну угоду. Як бачимо, процес цей тривалий і надто дорогий. Інколи кредитні відсотки у кілька разів перевищують рентабельність вкладених залучених коштів у виробництво. У зв'язку з цим у фінансуванні українськими банками МП і не спостерігається високої ділової активності.

Наприклад, станом на середину 1997 р. (період найвищої активізації підприємницької діяльності в Україні) приватні господарства отримали короткострокові позички від комерційних банків обсягом 179,8 млн грн, або 4,9 % їх загальної суми. Місячний приріст у травні 1997 р. склав лише 0,4 млн грн, або 0,2 % (у березні 7,8 млн грн, або 5 %) <sup>94</sup>.

У цей же період у загальному обсязі залишки заборгованості за позичками господарств приватної форми власності становили 225,5 млн грн, або 5,3 % загальної суми кредитів, наданих в економічну сферу.

<sup>94</sup> Лавриченко Р. А. Фінансування малого та середнього бізнесу в Україні // Фінанси України. — 1998. — № 2. — С. 76.



Домінуюче становище на кредитному ринку посідають банки трьох регіонів: м. Києва та Київської області, Дніпропетровської та Донецької областей.

Щодо вітчизняних фондів кредитування малого бізнесу — Українського фонду підтримки підприємництва, Українського державного фонду підтримки селянських (фермерських) господарств, Державного інноваційного фонду України, — то вони розпоряджаються досить незначними коштами, щоб бути вагомим джерелом фінансової підтримки. До того ж про їх існування багато підприємців навіть не знає.

Щодо активізації іноземного інвестування малого бізнесу в Україні необхідні принципові зміни в інвестиційному кліматі. Нині, з одного боку, Україна володіє достатнім інвестиційним потенціалом. До регіонів, пріоритетних за інвестиційною привабливістю, належать Київська, Дніпропетровська, Харківська, Донецька, Запорізька області, Автономна Республіка Крим.

16 грудня 1994 р. між Україною та Європейським банком реконструкції та розвитку була підписана угода про надання НБУ кредитної лінії в сумі 100 млн єкю для фінансування малих і середніх приватних підприємств. Поряд з валютним кредитом угодою передбачене надання паралельної технічної допомоги, фінансування консультативних послуг для бізнес-планів, створення систем бухгалтерії тощо. Лінія почала діяти з березня 1998 р., а 4 квітня, за поданими Градобанком проектами, надійшли перші кредити. За цією програмою, як банки-учасники, з ЄБРР співпрацювали Український кредитний банк, “АЖІО”, “ВАбанк”, Приватбанк, Західноукраїнський комерційний банк, банки “Аваль”, “Україна”. Особливістю цієї програми є те, що власний вклад позичальника в проект має бути не нижчим 30 % і співвідношення “позичений / власний капітал” не може перевищувати 70/30.

Фінансування у доларах США надають малим та середнім приватним підприємствам для: довгострокового фінансування засобів виробництва і пов’язаного з ним збільшення нормативного оборотного капіталу; короткострокового фінансування витрат на імпорту сировину та запасні частини або фінансування лізингу. Мінімальна сума позики — 50000 доларів США, максимальна, відповідно, 2,5 млн. Для отримання кредиту потрібно надати бізнес-план і доказ ефективності проекту<sup>95</sup>.

<sup>95</sup> Лавриненко Р. А. Фінансування малого та середнього бізнесу в Україні. — С. 76–77.

На кінець 80-х років за участю Євробанку в Україні реалізовано 26 інвестиційних проектів, на стадії підготовки перебуває 19, з яких 9 здійснюватимуться під гарантії уряду. За час співпраці з Україною близько 60 % кредитів ЄБРР було надано для фінансування приватного сектора (переважно добре розвинутих середніх підприємств). З них: на розвиток харчової промисловості спрямовано 29 % коштів, деревообробної — 10 %, легкої — 8 %, сільського господарства — 10 %<sup>96</sup>.

З кінця квітня 1998 р. в таких банках, як “Аваль”, “АЖІО”, “ВА-банк” працює програма кредитування Німецько-українського фонду (НУФ, угоду про заснування підписано з ініціативи федерального канцлера Німеччини Гельмута Коля під час його візиту в Україну у вересні 1996 р.). Стартовий капітал фонду становив 10 млн німецьких марок. Управлінням капіталу займаються НБУ та німецька кредитна установа “Kreitanstalt fuer Wiederaufbau” (KfW).

Мета даного фонду — надання кредитів малим і середнім підприємствам; технічна підтримка українських комерційних банків у межах фінансування МСП; відрахування довгострокового механізму фінансування у формі НУФ як капіталу особливого призначення, що має функціонувати як “вічний” і такий, що постійно обертається.

Кошти НУФ призначені для трьох цільових груп:

1) мікропідприємств, що перебувають переважно у приватній власності та мають не більше 20 постійних працівників. Максимальний розмір кредиту — 15 тис. німецьких марок. Процентна ставка — 23 % річних;

2) МП (не більше 250 працівників). Кредитом може бути профінансовано виробництво чи послуги, оборотний капітал або інвестиції даного підприємства. Максимальна сума кредиту — 50 тис. марок, процентна ставка — 18 % річних;

3) спільних українсько-німецьких середніх (за 500 працюючих) підприємств. Максимальна сума кредиту — 500 тис. німецьких марок, процентна ставка — 13 % річних.

У рамках цієї програми вже надано 46 кредитів на суму близько 1700000 німецьких марок. З них: 8 — мікrokредити, інші — малі кредити. Середній термін кредитів — від 3 до 12 місяців. Забезпеченням

<sup>96</sup> Качмарик Я. Д., Хуткий Р. І. Ефективність формування фінансових ресурсів підприємства // Фінанси України. — С. 141.

за кредитами є застава нерухомості, товарів на складі, товарів в обігу, застава третьої особи.

Однак хоч відкриття кредитних ліній є, безперечно, позитивним зрушенням, незначні їх фінансові надходження не вирішують проблеми фінансування. Основними перешкодами на ринку залучення прямих інвестицій виступають насамперед макроекономічні проблеми, які відштовхують особливо західних потенційних кредиторів (краще вкласти гроші з меншим ризиком в інших країнах Східної Європи), а також відсутність у сьогоденні законодавстві України стимулів і гарантій для виробничих інвестицій, які внаслідок своєї природи носять характер довгострокового кредиту. Наприклад, за оцінками експертів Європейського центру досліджень ризик інвестицій в Україні за схемами чинного законодавства становить 80 %. За цим рейтингом у 1993 і 1994 рр. Україна перебувала, відповідно, на 146 і 147 місцях у світі<sup>97</sup>. Сильно підірвало авторитет України скасування податкових пільг для СП, адже це — невиконання гарантій. У цілому за 1998 р. Україна отримала лише 2,054 млрд доларів іноземних інвестицій<sup>98</sup>. Прямі іноземні інвестиції на початок 2000 р. склали 3281,8 млн доларів США, на 1.01.2001 р. вони збільшилися на 583,7 млн доларів США. Станом на 1 січня 2002 р. інвестиції в основний капітал склали 26744 млн грн. Для порівняння, в Росії лише за програмою кредитування малого та середнього бізнесу ЄБРР за 1995–1997 рр. тільки мікrokредитів було надано на 15 млн доларів і малих кредитів на суму 20 млн доларів США.

Значно ускладнює діяльність МП нерозвиненість вітчизняного ринку нерухомості. Як наслідок — відчувається гостра нестача офісних приміщень, що посиляються ускладненими правилами оренди та купівлі.

До суттєвих проблем функціонування малого бізнесу слід віднести фактичну нерозвиненість власне ринкової інфраструктури. З одного боку, на початок нового сторіччя в Україні діє близько 130 бірж, 230 комерційних банків, 600 фондів та інвестиційних компаній, 230 страхових організацій, 1515 аудиторських фірм, 50 бізнес-центрів, 20 бізнес-інкубаторів, 30 регіональних центрів підтримки підприємництва, 35 відділень державних фондів підтримки підприємництва

<sup>97</sup> Мар'яненко В. Чому інвестори обминають Україну? // Діловий вісн. — 1996. — № 9. — С. 8–9.

<sup>98</sup> Квартальні передбачення. — С. 68.

тощо<sup>99</sup>. У 2002 році працювало 429 бірж, з них 113 — універсальних, 176 — товарних та товарно-сировинних, 32 — агропромислові, 27 — фондових. Однак, з другого боку, незважаючи на досить велику кількість зазначених об'єктів, їх роль у розвитку підприємництва залишається незначною — не налагоджена співпраця обміну інформацією.

Надалі гострою проблемою в господарській практиці, що затримує організаційну сторону, залишається суперечливість, недосконалість та нестабільність нормативно правової бази функціонування підприємництва як форми ділової активності в умовах ринкової економіки. Хоч у 1998 р. низкою указів щодо дерегулювання МП було зменшено кількість ліцензій для здійснення підприємницької діяльності, запровадження мікропідприємств, регламентовано умови та періодичність здійснення контрольних перевірок державними органами на МП, проблема ще далека до вирішення.

Як і в багатьох інших перехідних економіках (насамперед пострадянських), в Україні надзвичайно ускладнюється розвиток малого бізнесу адміністративними бар'єрами:

“Дорога, складна та тривала процедура реєстрації МП. Якщо в розвинутих економіках для відкриття нового суб'єкта підприємництва достатнє відвідання двох інстанцій — спеціального органу реєстрації та банку, що вирішується упродовж 1 дня, у нас реєстрація в середньому займає від 5 до 8 тижнів”<sup>100</sup>.

“Дуже ускладнена система ліцензування та патентування. Донедавна ліцензуванню підлягало 102 види діяльності. Ліцензії видавали 34 міністерства та агентства, 824 регіональних органи влади. Ліцензування регулювалося трьома кодексами, 28 законами, 2 декретами Президента, 48 нормативними актами Кабміну та 53 інструкціями”<sup>101</sup>.

Щоб вийти з такої ситуації, було створено Ліцензійну палату України — центральний контролюючий і координуючий орган з питань ліцензування та державної реєстрації суб'єктів підприємництва. Дещо спрощено процедуру отримання ліцензій Законом України

<sup>99</sup> Варналій З. С., Лукашенко А. М. Моніторинг малого підприємництва України (економічні та правові аспекти). — С. 14–15.

<sup>100</sup> Погорелов А. Налоги и дураки. — С. 23.

<sup>101</sup> Decree Prepared to Topple Barriers to Small Business Development in Ukraine // Intelnews. — 1997. — June 5. — P. 3.

“Про внесення змін до Закону України “Про підприємництво”, зокрема, передбачене зменшення кількості ліцензій зі 102 до 41. Проте відсутня норма про стандартизований пакет документів і порядок ліцензування різних видів діяльності, не передбачено строгої відповідальності за неправомірні дії ліцензійних органів з компенсацією підприємцям втрат, немає єдиної ставки ліцензійного збору. А все це — хороше підґрунтя для зловживань службовим становищем, хабарництва.

Не краща ситуація і в галузі патентування, якому сьогодні підлягає торгівля, громадське харчування, побутові послуги незалежно від площі і форми розрахунку. Плата за патент стягується з кожного пункту продажу товару щомісячно. Вартість патенту встановлюється органами місцевого самоврядування.

Значна кількість контролюючих органів та дублювання ними функцій, часті перевірки, при тому що більшість нормативних документів не подають детального обґрунтування підстав для перевірок, інколи підставою служить лише письмовий дозвіл керівника державного органу. У цьому ж контексті слід розглядати й таке специфічно вітчизняне негативне явище, як переведення на часткове самофінансування деяких контролюючих органів. Наприклад, Державна Податкова Адміністрація, яка отримує частку зі штрафів, об’єктивно зацікавлена у “провинах” підприємців, а можливо, і в моделюванні ситуації підриву бізнесу як засобу збагачення.

Суттєвим кроком на шляху поліпшення ситуації став Указ Президента України “Про деякі заходи з дерегулювання підприємницької діяльності”, згідно з яким зведено до мінімуму кількість контролюючих органів, регламентуються планові перевірки суб’єктів підприємництва — не частіше 1 разу на календарний рік у межах своєї компетенції, а також позапланових — у випадку виявлення порушень чи інших надзвичайних ситуацій з чітким визначенням підстав. Однак ситуація і надалі залишається складна й суперечлива. За підрахунками спеціалістів, у середньому на відносини з державними органами та виконання “бюрократичних формальностей” підприємці витрачають 1/3 продуктивного часу<sup>102</sup>. При цьому щорічно на вирішення питань регулятивного характеру, за даними Державного комітету з розвитку підприємництва та Міжнародного Центру

<sup>102</sup> Погорелов А. Налоги и дураки. — С. 23.

перспективних досліджень, підприємці витрачають близько 2,6 млн грн<sup>103</sup>.

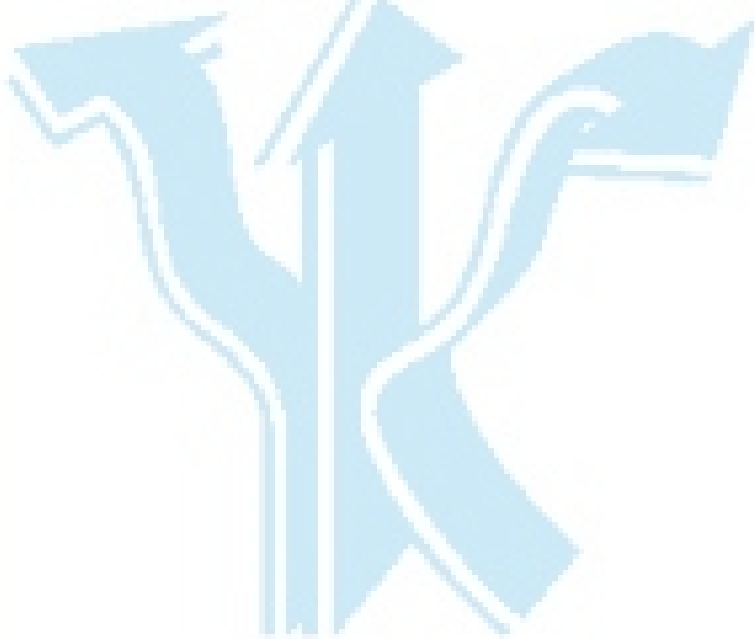
Підсумовуючи, варто зазначити, що за досліджений період ні уряд, ні парламент не приділяли належної уваги розвитку малого бізнесу в Україні в плані прийняття тих законів, що сприяли б розвитку цього сектора економіки. Сьогодні в Україні існують численні перешкоди для розвитку малого підприємництва, першим з яких є відсутність чіткої сформованої системи правових актів, державної політики в сфері підтримки малого підприємництва. Крім цього, негативним чином на розвиток підприємств малого і середнього бізнесу позначається відсутність реальних механізмів фінансово-кредитної сфери. Незважаючи на те, що в Україні створений Фонд підтримки підприємств, а також діє чимало комерційних банків, частина з яких співробітнічає по лінії ЄБРР, більшість суб'єктів малого підприємництва не має можливості одержувати кредити по тих ставках, що їм пропонують. Гальмують розвиток малого та середнього бізнесу адміністративні бар'єри у питаннях реєстрації, сертифікації, системи контролю, регулювання орендних відносин та ін., а також сильний податковий пресинг і обтяжлива система звітності. Для вирішення проблем, що нагромадилися в даній сфері, необхідний комплексний підхід, тобто прийняття нових законів, зменшення податкового тиску, удосконалення системи кредитування малого бізнесу, подальше впровадження спрощеної системи оподаткування і звітності тощо.

Так, проведений аналіз сплати податків фізичними особами — суб'єктами підприємницької діяльності, за інформацією Марії Орещенко, заступника начальника Головного управління методології — начальника управління загальної методології та інформаційного забезпечення ДПА України, що надрукована у тижневику Консультант (2002. — 16 груд. — № 50(373)), дозволяє зробити висновки, що при близькому до стабільного темпі приросту кількості платників податків, що є на обліку в органах державної податкової служби (11 % — у 1999 р., 16 % — у 2000 р., 17,9 — у 2001 р.) спостерігається зменшення темпу росту кількості платників, що сплачують прибутковий податок, фіксований податок, вартість торгового патенту. При цьому майже в 2 рази (1,8) збільшилася відносна кількість платників, що пла-

<sup>103</sup> *Quarterly Predictions*. — К.: International Centre for Policy Studies, 1998. — № 2. — Р. 50–51.

тять єдиний податок відносно загальної кількості зареєстрованих підприємців (11 % — у 2000 р., 20,7 % — у 2001 р.).

Зарегульованість, адміністративні бар'єри, як правило, викликані необ'єктивними чинниками, їх усунення не потребує значних матеріальних витрат, а насамперед політичної волі. Крім того, без розвитку малого підприємництва неможливе формування середнього класу — надійного фундаменту демократичного суспільства.



**МАУП**



## Список використаної та рекомендованої літератури

1. Конституція України // Відомості Верховної Ради України. — 1996. — № 30.
2. Закон СРСР “Про індивідуальну трудову діяльність” від 19.11.86 // Відомості Верховної Ради СРСР. — № 47. — Ст. 964.
3. Закон СРСР “Про державне підприємство (об’єднання)” від 30.06.87 № 7284-XI // Відомості Верховної Ради СРСР. — № 26. — Ст. 385.
4. Закон СРСР “Про кооперацію в СРСР” від 26.05.88 № 8998-XI // Відомості Верховної Ради СРСР. — № 22. — Ст. 355.
5. Закон СРСР “Про податки з підприємств, об’єднань і організацій” від 14.06.90 № 1560-I // Відомості Верховної Ради СРСР. — 1990. — № 27. — Ст. 522.
6. Закон УРСР “Про економічну самостійність Української РСР” від 03.08.90 // Відомості Верховної Ради України. — 1990. — № 34. — Ст. 499.
7. Закон України “Про підприємництво” від 07.02.91 № 698-XII // Відомості Верховної Ради України. — 1991. — № 14. — Ст. 168.
8. Закон України “Про власність” від 07.02.91 № 697-XII // Відомості Верховної Ради України. — 1991. — № 20. — Ст. 249.
9. Закон України “Про підприємства в Україні” від 27.03.91 № 887-XII // Відомості Верховної Ради України. — 1991. — № 24. — Ст. 272.
10. Закон України “Про господарські товариства” від 19.09.91 № 1576-XII // Відомості Верховної Ради України. — 1991. — № 49. — Ст. 682.
11. Закон України “Про селянське (фермерське) господарство” від 20.12.91 № 2009-XII // Відомості Верховної Ради України. — 1992. — № 14. — Ст. 186.
12. Закон України “Про Єдиний митний тариф” від 05.02.92 № 2097-XII // Відомості Верховної Ради України. — 1992. — № 19. — Ст. 259.
13. Закон України “Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності” від 18.02.92 № 2132-XII // Відомості Верховної Ради України. — 1992. — № 21. — Ст. 296.
14. Закон України “Про інформацію” від 02.10.92 № 2657-XII // Відомості Верховної Ради України. — 1992. — № 48. — Ст. 650.
15. Закон України “Про видавничу справу” від 05.06.93 № 318/97-ВР // Відомості Верховної Ради України. — 1993. — № 32. — Ст. 206.
16. Закон України “Про авторське право і суміжні права” від 23.12.93 № 3792-XII // Відомості Верховної Ради України. — 1994. — № 13. — Ст. 64.
17. Закон України “Про державну таємницю” від 21.01.94 № 3855-XII // Відомості Верховної Ради України. — 1994. — № 16. — Ст. 93 (нова редакція від

- 21.09.99 № 1079-XIV // Відомості Верховної Ради України. — 1999. — № 49. — Ст. 428).
18. Закон України “Про оподаткування прибутку підприємств” від 28.12.94 № 334/94-XII // Відомості Верховної Ради України. — 1995. — № 4. — Ст. 28.
  19. Закон України “Про рекламу” від 03.07.96 № 270/96-ВР // Відомості Верховної Ради України. — 1996. — № 39. — Ст. 181.
  20. Закон України “Про податок на додану вартість” від 03.04.97 № 168/97-ВР // Відомості Верховної Ради України. — 1997. — Ст. 156.
  21. Закон України “Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальної захист журналістів” від 23.09.97 № 540/97-ВР // Відомості Верховної Ради України. — 1997. — № 50. — Ст. 302.
  22. Закон України “Про лізинг” від 16.12.97 № 723/97-ВР // Відомості Верховної Ради України. — 1998. — № 16. — Ст. 68.
  23. Закон України “Про ліцензування певних видів господарської діяльності” від 01.06.2000 № 1775-III // Відомості Верховної Ради України. — 2000. — № 36. — Ст. 299.
  24. Закон України “Про державну підтримку малого підприємництва” від 19.10.2000 № 2063-III // Відомості Верховної Ради України. — 2000. — № 51–52. — Ст. 447.
  25. Закон України “Про внесення змін до деяких законів України з питань оподаткування” від 17.05.01 № 2410-III // Відомості Верховної Ради України. — 2001. — № 30. — Ст. 143.
  26. Указ Президента України “Про приватизацію та оренду земельних ділянок несільськогосподарського призначення для здійснення підприємницької діяльності” від 12.07.95 № 608/95 // Уряд. кур’єр. — 1995. — 18 лип. — № 106.
  27. Указ Президента України “Про державну підтримку малого підприємництва” від 12.05.98 № 456/98 // Уряд. кур’єр. — 1998. — 16 трав. — № 91–92.
  28. Указ Президента “Про деякі питання державної підтримки книговидавничої справи” від 23.07.98 № 816/98 // Уряд. кур’єр. — 1998. — 25 лип. — № 141–142.
  29. Указ Президента України “Про деякі заходи з дерегулювання підприємницької діяльності” від 23.07.98 № 817/98 // Уряд. кур’єр. — 1998. — 28 лип. — № 143.
  30. Постанова Кабінету Міністрів України від 29.01.97 № 86 “Про Програму розвитку малого підприємництва в Україні на 1997–1998 роки” // Офіційний вісн. України. — 1997. — № 5. — Ст. 159.
  31. Постанова Кабінету Міністрів України від 08.09.97 № 997 “Про затвердження Порядку накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу та Порядку відрахування на виробництво соціальної рекламної інформації про шкоду тютюнопаління та вживання алкогольних напоїв” // Уряд. кур’єр. — 1997. — 9 трав. — № 187–188.
  32. Постанова Кабінету Міністрів України від 05.01.98 № 13 “Про реалізацію Угоди між Урядом України та Урядом Російської Федерації про вільну торгівлю” // Уряд. кур’єр. — 1998. — 15 січ. — № 8–9.

33. *Постанова* Верховної Ради СРСР від 13.06.90 № 1558-І “Про Концепцію переходу до регульованої ринкової економіки в СРСР” // Відомості 3’їзду народних депутатів СРСР і Верховної Ради СРСР. — 1990. — № 25. — Ст. 464.
34. *Постанова* Кабінету Міністрів України від 27.06.01 № 745 “Про внесення змін до пункту 1 постанови Кабінету Міністрів України від 05.01.98 № 13” // Уряд. кур’єр. — 2001. — 4 лип. — № 116.
35. *Декрет* Кабінету Міністрів України “Про податок на прибуток підприємств і організацій” від 26.12.92 № 12–92 // Відомості Верховної Ради України. — 1993. — № 10. — Ст. 76.
36. *Угода* між Урядом України та Урядом Російської Федерації про вільну торгівлю від 24.06.93.
37. *Алексєєв Ю. М., Кульчицький С. В., Слюсаренко А. Г.* Україна на зламі історичних епох (Державотворчий процес 1985–1999 рр.). — К.: ЕксОб, 2000.
38. *Бедринєць М. Д.* Податки в системі фінансової підтримки розвитку малого підприємництва // *Фінанси України*. — 1998. — № 9.
39. *Бізнес-огляд / промисловий сектор*. — К.: Міжнародний центр перспективних досліджень. — 1998. — № 1.
40. *Бойко О. Д.* Історія України. — К.: Видавничий центр “Академія”, 1999.
41. *Большой коммерческий словарь / Ред. Т. Ф. Рябова*. — М.: АСТ, 2000.
42. *Большой экономический словарь / Ред. А. М. Азраэлян*. — М.: ИНФРА-М, 2000.
43. *Буряк Л. Д., Гапонюк М. А.* Проблеми фінансового забезпечення розвитку малого бізнесу // *Фінанси України*. — 1998. — № 9.
44. *Варналій З. С., Лукашенко А. М.* Моніторинг малого підприємництва України (економічні та правові аспекти). — К.: Ін-т приватного права і підприємництва, 1998.
45. *Ваулина О.* Стратегия новая. А тактика? // *Зеркало недели*. — 2000. — 23 сент.
46. *Виноградов В. А.* Приватизация: опыт Франции на фоне глобальных тенденций // *Мировая экономика и международные отношения*. — 1996. — № 10.
47. *Вісник* Держкомстату України. — 1992–1996.
48. *Власик О., Парахонський Б., Пирожков С.* Людський вимір: реалії та перспективи України // *Політика і час*. — 1995. — № 2.
49. *Врублевський В. К., Хорошковський В. І.* Український шлях: Начерки: геополітичне становище України та її національні інтереси. — К., 1997.
50. *Гаврилишин Б.* Дороговкази в майбутнє. — К.: Основи, 1993.
51. *Герасимчук З. В.* Проблеми розвитку малого бізнесу в Україні // *Фінанси України*. — 1998. — № 9.
52. *Греков Ю.* Разработан проект программы развития малого бизнеса // *Всеукраинские ведомости*. — 1997. — № 3.
53. *Громадянське суспільство і підприємництво в Україні: проблеми і шляхи становлення: Зб. наук. пр.* — К.: Манускрипт, 1996.
54. *Евенко Д.* Мелкий бизнес в Западной Европе. — М., 1991.

55. *Економічний і соціальний розвиток України в 1995 році. Щорічна доповідь Президента України про внутрішню та зовнішню політику України.* — К., 1996.
56. *Зяблюк Н. Г. Государство и малый бизнес США.* — М.: Наука, 1987.
57. *Иванова Н. Ю. Малый инновационный бизнес в странах развитой рыночной экономики // Российский экономический журнал.* — 1995. — № 12.
58. *Иорданская Э. Н. Мелкие и средние предприятия в Германии // Мировая экономика и международные отношения.* — 1993. — № 9.
59. *Катинос Р. Малый бизнес в мировой экономике и экономике Украины // Бизнес-информ.* — 1995. — № 27–28.
60. *Качмарик Я. Д., Хуткий В. І. Ефективність формування фінансових ресурсів підприємства // Фінанси України.* — 1999. — № 10.
61. *Квартальні передбачення.* — К.: Міжнародний центр перспективних досліджень, 1998. — № 3.
62. *Кемтбелл Р. Макконнелл, Стенлі Л. Брю. Макроекономіка: Пер. з англ.* — Львів: Просвіта, 1997.
63. *Клаус Вацлав. Десять заповітів для економіки ХХІ ст.* — К., 2000.
64. *Коломойцев В. Е. Структурна трансформація промислового комплексу України.* — К.: Українська енциклопедія, 1997.
65. *Костриба А. І. Передумови фінансової кризи в Україні та характер її прояву // Фінанси України.* — 1999. — № 9.
66. *Кубай Н. С. Становлення і розвиток приватного підприємництва в перехідній економіці (на прикладі малих підприємств України): Дис... к. е. н.: 08.01.01 / Львівський державний ун-т ім. І. Франка.* — Львів, 1999.
67. *Лавриненко Р. А. Фінансування малого та середнього бізнесу в Україні // Фінанси України.* — 1998. — № 2.
68. *Ллухто К. Развитие предпринимательства в Эстонии // Вопр. экон.* — 1996. — № 5.
69. *Лукинов И. Социальная переориентация структуры экономики Украины // Вопр. экон.* — 1995. — № 12.
70. *Малый бизнес у світі та в Україні // Економіка України.* — 1995. — № 7.
71. *Малый бизнес Украины: підприємці здатні відродити країну / Під ред. Д. В. Ляпіна.* — К.: Асоціація сприяння розвитку приватних підприємств в Україні “Єднання”, 1997.
72. *Марьенко В. “Карапетик бедный, отчего ты бледный?..” // Діловий вісн.* — 1996. — № 2.
73. *Мар'єнко В. Чому інвестори обминають Україну? // Діловий вісн.* — 1996. — № 9.
74. *Невелєв О. М. Мале підприємництво в регіоні: Економічні та правові засади.* — К., 1998.
75. *Нестеренко А. От кризиса к стабилизации: экономика стран Центральной и Восточной Европы в 1993–1994 гг. // Вопр. экон.* — 1995. — № 3.
76. *Печерский В. Через разумные налоги — к выходу из кризиса // Діловий вісн.* — 1996. — № 12.

77. Півнев С. Зовсім маленький бізнес // Закон і бізнес. — 1996. — № 51.
78. Погорелов А. Налоги и дураки. — К., 1997.
79. Пухлій В., Скульбіденко О. Вже не прима ра бідності, а сама бідність бродить в Україні // Діло. — 1996. — № 79.
80. Реверчук С. К. Мале підприємство в перехідній економіці України (Макро- і мікроаспекти): Дис... д. е. н.: 08.01.02 / Львівський державний ун-т ім. І. Франка. — Львів, 1996.
81. Реверчук С. К., Крупка М. І. Анатомія малого бізнесу. — Львів: Діалог, 1996.
82. Савка Н. В. Макроекономічні проблеми розвитку підприємництва у перехідній економіці України: Дис... к. е. н.: 08.01.02 / Львівський державний ун-т ім. І. Франка. — Львів, 1997.
83. Савченко В. Е. Феномен предпринимательства (экспериментальный спецкурс) // Рос. экон. журн. — 1995. — № 10.
84. Следзь С. Три миллиарда из воздуха? // Зеркало недели. — 2000. — 23 сент. — № 37(310).
85. Смитт А. Исследование о природе и причинах богатства народов. — М.: Соцэкгиз, 1962.
86. Социальная рыночная экономика в Германии и экономическая трансформация в России: Пер. с нем. — М.: ИНФРА-М, 1996.
87. Троценко Р. Малий бізнес: чи є перспектива? // Діловий вісн. — 1997. — № 1.
88. Україна в цифрах. — К.: Техніка, 1996.
89. Черниш О. В. Міжнародний досвід підтримки й розвитку малого бізнесу // Фінанси України. — 1999. — № 1.
90. Aksyonov I. How to Improve the Regulatory Conditions for Small Business // The Ukrainian Legal and Economic Bulletin. — 1997. — № 4.
91. Bailey S. Defence of Joint-Stock Banks and Country Issues (London James Ridgeway), переклад видавництва “Новости”, Москва.
92. Decree Prepared to Topple Barriers to Small Business Development in Ukraine // Intelnews. — 1997. — June 5.
93. Defillippi R. Stall Business Development in the Czech Republic // Review of Business. — 1995. — № 3.
94. Hisrich R., Peters M. Entrepreneurship. — Homewood, Ill. Richard D. Irwin, 1989.
95. Problems of Small Business in Ukraine // The Ukrainian Legal and Economic Bulletin. — 1997. — № 1-2.
96. Quarterly Predictions. — К.: International Centre for Policy Studies, 1998. — № 2.
97. Small as Foreign investors: Case Studies from Transition Economics. — Paris: OECD, 1996.
98. Statistical Yearbook. U. N., N. Y, 1994.
99. Storey D. Understanding the Small Business Sector. — London: Boutledge, 1995.
100. Walton G. M. Wykoff F. C. Understanding Economics Today. — Boston: Irwin, 1994.

---

---

## Зміст

---

---

<b>Вступ</b> .....	3
<i><b>Розділ 1</b></i>	
<b>Малий бізнес: теоретичні основи і специфіка розвитку в перехідній економіці України</b> .....	9
1.1. Зміст, критерії, основні тенденції розвитку малого підприємництва .....	9
1.2. Умови становлення малого бізнесу в контексті соціально-економічних реалій України на етапі економічної трансформації .....	23
1.3. Мале підприємництво у структурі національної економіки, особливості та проблеми розвитку .....	45
<i><b>Розділ 2</b></i>	
<b>Малий бізнес на вітчизняному ринку рекламних і видавничо-поліграфічних товарів і послуг (на прикладі діяльності Української видавничо-поліграфічної компанії “ЕксОб”)</b> .....	62
2.1. Друковані засоби масової інформації України на межі тисячоліть .....	62
2.2. Видавничо-поліграфічна, рекламна діяльність УВПК “ЕксОб”: історія розвитку, досвід, основні принципи .....	67
<b>Заключна частина</b> .....	105
<b>Список використаної та рекомендованої літератури</b> .....	118

The proposed work covers economical processes concerned with small-scale business formation and functioning in Ukraine on the example of Ukrainian publishing and printing company, illustrates business undertakings developing in publishing and printing and advertising spheres in conditions of transitional economy. The topic takes in economical processes in Ukraine on macro- and micro-levels, documents and materials that reflect formation and developing of small-scale and middle-sized business on the transitional stage of economy, native market conjuncture and developing of publishing and printing and advertising goods and services, experience of home and foreign enterprises in this sphere.

The book will be useful for students of higher educational establishments and specialized secondary schools, future entrepreneurs and all, who start their own business, businessmen, and also all, who are interested in problems of business undertakings developing problems.

Наукове видання

**Шпак Віктор Іванович**

## **РОЗВИТОК МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ**

(на прикладі Української видавничо-поліграфічної  
компанії “Експрес-Об’ява”)

3-тє видання, стереотипне

Scientific edition

**Shpak, Victor Iv.**

## **SMALL ENTERPRISE DEVELOPING IN UKRAINE**

(on the example of Ukrainian publishing and printing  
company “Expres-Ob’yava”)

3rd edition, stereotype

Редактор *В. Д. Бондар*

Комп’ютерне верстання *Л. О. Кулагіна*

Оформлення обкладинки *М. В. Куліков*

Підп. до друку 05.07.04. Формат 60×84/16, Папір газетний.

Друк офсетний. Ум. друк. арк. 7,44. Обл.-вид. арк. 7,4.

Тираж 5000 пр. Зам. № 4-159

*Свідоцтво про внесення до Державного реєстру  
суб’єктів видавничої справи ДК № 8 від 23.02.2000*

Друкарня ТОВ “Техніка ЛТД”  
04119 Київ-119, вул. Білоруська, 36а

*Свідоцтво ДК № 54 від 17.04.2000*