ВИКОРИСТАННЯ ДОСВІДУ КОМПАНІЙ MITTELSTAND ЯК СТИМУЛ ДЛЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

А.А. Мельник
Національний університет «Одеська юридична академія», аспірантка кафедри господарського права і процесу

Основою розвитку підприємництва у європейських країнах, зокрема у Німеччині, є провадження ефективної державної політики у певній сфері господарювання та стимулювання ділової активності населення. В Україні розвиток малого та середнього бізнесу залишається на низькому рівні, не дивлячись на те, що серед усіх підприємств України малий та середній бізнес складає 99,8%, однак частка загального експорту в структурі ВВП складає усього 16% [1]. Така ситуація спричинена нерозвиненою регуляторною політикою держави, слабким доступом до фінансування і низькою конкурентоспроможністю малих та середніх підприємств.

Для сприяння розвитку малого та середнього бізнесу в Україні, цікавим буде звернутися до німецького досвіду компаній Mittelstand, як взірців успішного започаткування та ведення бізнесу.

Mittelstand у перекладі з німецької означає «середній клас». Виходячи із визначення наданого Інститутом дослідження малого і середнього бізнесу, м. Бонн, середній клас включає всіх самозайнятих осіб у вільних професіях, ремісничих підприємствах і всіх комерційних підприємствах, які відповідають наступним критеріям: менш ніж 500 співробітників та річний обіг не перевищує 50 мільйонів євро [2].Компанії Mittelstand включають у себе середні, малі та мікро підприємства.

Малі та середні підприємства складають значну частку в Німеччині. За даними німецького Федерального міністерства економіки та енергетики це 99,7% всіх підприємств Німеччини. Вони не тільки виробляють 57% доданої вартості, а й експортують свою продукцію на світові ринки.

Заступник директора Центру економічної стратегії Д. Яблоновський виділяє наступні особливості німецьких компаній Mittelstand:

1) вузька спеціалізація, яка полягає у концентрації лише на одному продукті, що дозволяє зберігати клієнтську базу упродовж десятиліть, а також розвивати власну компетентність в окремій підгалузі;

2) фокус на інноваціях. Постійно удосконалюючи власний продукт, найбільш успішні з них стають лідерами ринку в окремих нішах (так звані «приховані чемпіони»). Першість в окремій ніші в національній економіці стимулює до виходу на зовнішні ринки, що дозволяє їм ставати вже глобальними лідерами;

3) гра в довгу. Враховуючи, що багато фірм є сімейними, тимчасові втрати під час криз не призводять до рішень про закриття: вони готові до втрат, вірячи у довгостроковий успіх [3].

Отже, можна дійти висновку, що компанії Mittelstand це переважно сімейні підприємства, які займають вузьку нішу на ринку та постійно вдосконалюються застосовуючи інноваційні технології.

Для того, щоб допомогти німецьким компаніям Mittelstand залишатися сильними і інноваційними перед обличчям широкого кола проблем в епоху глобалізації, оцифрування і демографічних змін, Федеральне міністерство економіки і енергетики Німеччини представило Програму дій «Майбутнє МСП» (далі – Програма) в липні 2015 року [4]. Вона містить ключові заходи та ініціативи для політики малого та середнього бізнесу.

Згідно вказаної програми, до основних областей на які направлена політика малого та середнього бізнесу Німеччини відносяться: підвищення духу підприємництва; зменшення бюрократії; посилення фінансування стартапів і їх зростання; вирішення проблеми нестачі навичок у певних професіях; використання та формування оцифрування; зміцнення інноваційних можливостей; активне формування європейської політики малого та середнього бізнесу; зміцнення малого та середнього бізнесу у структурно слабких регіонах; підтримка розвитку нових сфер бізнесу, що випливають з енергетичного переходу.

Як бачимо, Німеччина активно здійснює державну підтримку розвитку малого і середнього бізнесу спираючись на новітні технології, постійно створює сприятливі соціальні, економічні, правові та політичні умови ведення бізнесу та допомагає бізнесу виходити на зовнішні ринки.

Підводячи висновок, слід зазначити, що використання досвіду компаній Mittelstand може стати потужним стимулом для розвитку

малого та середнього бізнесу в Україні. Але в першу чергу, державі необхідно створити якісні та працюючі програми підтримки українського бізнесу, надати можливість отримання пільгових кредитів починаючим підприємцям, поліпшувати інвестиційний клімат та зменшити податкове навантаження. Тільки виконання цих умов та ґрунтовна державна підтримка малого і середнього бізнесу може забезпечити економічне зростання і стабільність Україні.

Література

1. Букатюк У. Підтримати малий бізнес. Як Україна відстала від світу [Електронний ресурс] / Уляна Букатюк. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: https://espreso.tv/article/2017/07/11/malyy_seredniy_biznes.
2. Definition Mittelstand [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://archive.is/20160327145841/https://www.ihk-berlin.de/standortpolitik/mittelstand/Mittelstand_Definitionen/2251944#selection-799.0-799.22
3. Яблоновський Д. Чому Україні потрібен активний малий та середній бізнес [Електронний ресурс] / Д. Яблоновський. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: https://delo.ua/econonomyandpoliticsinukraine/ukrajini-potriben-aktivnij-malij-ta-serednij-biz-348259/.
4. “Future of the German Mittelstand” Action Programme [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Publikationen/aktionsprogramm-zukunft-mittelstand.pdf?__blob=publicationFile&v=7.