

*Чем более точна наука, тем больше можно
из нее извлечь точных предсказаний.*

А. Франс

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА ТА УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ

УДК 334.7

**Бузько І. Р.,
Буздаков Л. М.**

КООПЕРАЦІЙНА ВЗАЄМОДІЯ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО ТА ВЕЛИКОГО БІЗНЕСУ І ЇЇ ОРГАНІЗАЦІЙНЕ СУПРОВОДЖЕННЯ

Анотація. Охарактеризовано проблеми та переваги розвитку коопераційної взаємодії підприємств малого та великого бізнесу. З урахуванням сучасного соціально-економічного стану України визначено напрями формування і розвитку такої взаємодії.

Аннотация. Охарактеризованы проблемы и преимущества развития кооперационного взаимодействия предприятий малого и большого бизнеса. С учетом современного социально-экономического состояния Украины определены направления формирования и развития такого взаимодействия.

Annotation. Problems and advantages of the development of cooperation interaction of the small and big business enterprises are characterized. With the allowance for a modern social and economic conditions of Ukraine directions of formation and development of such interaction are advanced.

Ключові слова: малий бізнес, великий бізнес, кооперація.

Світовий досвід розвитку країн з розвинутою економікою свідчить про високий рівень участі малого бізнесу у створенні валового внутрішнього продукту держави, що й до теперішнього часу не є характерним для української економіки. До того ж слід відзначити вкрай негативний розподіл підприємств малого бізнесу за регіональною ознакою, відповідно до якої поряд із деякими регіонами-лідерами існують такі, де розвиток означеного сектору майже у занепаді та практично не впливає на процеси регіонального економічного розвитку. Поряд з тим, як негативну тенденцію необхідно розглядати відсутність суттєвих зрушень у галузевій структурі малого бізнесу в напрямі збільшення питомої ваги підприємств виробничої та інноваційної спрямованості.

Усе це свідчить про необхідність відповідного інституціонального просування системи забезпечення стабільного розвитку малого підприємництва не як окремої сфери, а у контексті загального економічного розвитку всіх секторів національної економіки та її основи у вигляді великого бізнесу. Саме великі підприємства мають отримати належні стимули активної коопераційної та іншої взаємодії із малим бізнесом.

Дослідженням проблематики розвитку малого підприємництва та специфіки діяльності малих фірм присвячено значну кількість робіт зарубіжних, а останнім часом і вітчизняних вчених. Зокрема слід відзначити праці Х. Вела, Д. Лембдена, П. Уілсона, П. Друкера, М. Портера, З. С. Варналія, Л. Дмитриченко, А. Хімченка, Г. Білоуса, Ю. Долгорукова. Також слід відзначити внесок вчених у дослідження питань взаємодії малого і великого бізнесу, зокрема таких, як В. Кредісов, Д. Ляпін, В. Шпак, Т. Говорушко, О. Тимченко, Дж. Даннінг, Р. Коуз, Д. Стенворт, О. Уільямсон, А. Чандлер, Г. Клейнер та багато інших.

Однак швидкість змін ділового середовища, загострення конкурентної боротьби та сучасні глобальні кризові явища у світовій економіці вимагають проведення більш глибоких досліджень проблематики коопераційної взаємодії підприємств малого та великого бізнесу.

Метою статті є дослідження можливостей та напрямів розвитку коопераційної взаємодії підприємств малого та великого бізнесу.

Дослідження світового досвіду економічно розвинутих країн відносно взаємодії малих та великих підприємницьких структур свідчить про перспективність та необхідність кооперації підприємств. Окрім наявних переваг, що отримують безпосередньо підприємства від такої співпраці, слід відзначити її позитивний вплив на соціально-економічні показники розвитку та рівень економічного потенціалу як країни в цілому, так і її регіонів.

Серед основних переваг розвитку та налагодження коопераційної взаємодії підприємств малого та великого бізнесу слід виділити такі:

скорочення витрат, пов'язаних із заключенням угод;
зниження виробничих витрат за рахунок спеціалізації і розподілу праці, можливості для кожного підприємства зосереджуватися на головних для нього видах операцій;

розширення доступу до нової технології, інформації, спільної генерації новацій та інноваційних рішень;
прискорене впровадження інновацій, доступ до нових ринків;

розподіл ризику між учасниками коопераційної мережі пропорційно їх внеску в загальну справу.

Однак незважаючи на достатньо велику кількість потенційних переваг від коопераційної взаємодії підприємств малого та великого бізнесу, проведені дослідження дозволяють стверджувати про відсутність достатнього рів-

ня мотивації щодо її поширення. Зокрема, з боку великих підприємств простежується переважна орієнтація на вирішення поточних проблем функціонування та ігнорування стратегічного планування розвитку. Не в останню чергу це зумовлено складними кризовими явищами, що виникли у світовій та національній економічних системах, результатами яких стали нестача обігових коштів, наявність відносно-незайнятої робочої сили та загострення конкуренції. Це суттєво скоротило обсяги коопераційної взаємодії між великими підприємствами та спеціалізованими малими підприємницькими структурами, у першу чергу, за такими видами, як аутсорсинг, субконтрактинг, спільне виробництво і проекти та ін.

Очевидно, що за таких умов стимулювання мотивації щодо розширення коопераційної взаємодії великого та малого бізнесу повинно мати вигляд цілеспрямованої політики, що включатиме заходи нормативно-правового регулювання, податкового та економічного стимулювання, регулювання зайнятості та ін.

При цьому слід враховувати також і специфіку малого бізнесу, об'єктивні умови функціонування якого в сучасному національному економічному середовищі часто роблять не вигідною його участь у довготривалих коопераційних відносинах із великими підприємствами. Зокрема, можна виділити необхідність суттєвих інвестицій, загрозу неплатежів, податковий пресинг, низьку можливість "тінізації" операцій та ін.

Окрім таких "персоніфікованих" перешкод на шляху поширення коопераційної взаємодії підприємств малого та великого бізнесу слід виділити також ряд об'єктивних загальних причин, завдяки яким такі поширені у світі форми взаємодії, як лізинг, франчайзинг, створення технополісів, мережних територіальних структур тощо, мають в Україні обмежене використання. Найважливішими з них є низький рівень ділового середовища, недосконалість та часті зміни нормативно-правової бази, кризові явища у фінансовій та банківській сферах, рівень конкурентних відносин, нерозвиненість інформаційної бази та новітніх технологій. Вирішення означених проблем шляхом об'єктно-цілеспрямованої та виваженої державної політики відносно конкретних суб'єктів та інститутів створить передумови розширення й інституціоналізації коопераційної взаємодії підприємств малого та великого бізнесу.

Щодо практичного досвіду та оцінки ролі коопераційної взаємодії у функціонуванні малих та великих підприємств, то проведений аналіз даної проблематики серед суб'єктів господарювання Луганського регіону дозволив зробити такі висновки. Перш за все, слід враховувати, що більшість великих вітчизняних підприємств обробної промисловості, зокрема машинобудування та металообробки, формувалася на основі замкнутого циклу виробництва, з максимальним рівнем самозабезпечення. У зв'язку з цим, кількість залучених у коопераційні зв'язки зовнішніх малих підприємств є відносно незначною. До того ж велика частка зовнішніх закупівель припадає на енергоносії та сировину, постачальниками яких доволі часто є природні монополії.

Слід також відзначити різний рівень значущості кожного із малих підприємств, залучених у коопераційну взаємодію, для великого підприємства. Так, наприклад, у постачанні досліджуваних підприємств ХК "Луганськтепловоз" та ВАТ "Алчевський металургійний комбінат" беруть участь більше 100 та 200 малих підприємств відповідно. При цьому лише близько 5 % цих підприємств є повністю орієнтованими на свого головного партнера, тобто такіми, що постачають йому всю свою продукцію. Ще для 10 % малих підприємств головні партнери займають 40–50 % господарського обороту, а ще для 30 % з них – до 20–30 % господарського обороту. Окремо слід виділити малі під-

приємства, які є лише орендарями виробничих площ, офісних приміщень, устаткування тощо. Майже відсутніми є малі підприємства, що орієнтовані на інноваційні розробки та дослідницьку роботу.

Таким чином, внесок відокремлених самостійних малих підприємств у кінцеву продукцію великих підприємств є поки що незначним. Відповідно до цього й коопераційним зв'язкам із ними з боку великого бізнесу приділяється відносно низька увага, а основними їх напрямками є матеріально-технічне постачання та збут готової продукції. Низьким є рівень залучення малих підприємств до виконання деяких ремонтних та будівельних робіт, консалтингових й транспортних послуг, НДДКР. Взаємодія у сфері основного виробництва розглядається як принципово неможлива у зв'язку із високим рівнем фондоемності виробництва. Загалом, за оцінками керівного складу досліджуваних підприємств, можливості коопераційної взаємодії з малими підприємствами за іншими сферами діяльності є незначними, а загальний вплив означених суб'єктів на діяльність головного підприємства складає менш ніж 5 %.

До того ж слід відзначити і такі обставини, що задають перешкод на шляху розвитку коопераційної взаємодії великих та малих підприємств:

відсутність малих підприємств, здатних надавати необхідний великим підприємствам спектр поставок і послуг через нерозвиненість малого бізнесу в регіоні;

низька якість товарів і послуг, що виробляються малими підприємствами;

недотримання з боку малих підприємств строків поставок;

труднощі розрахунку з малими підприємствами через відсутність у них "живих грошей";

труднощі пошуку партнерів у сфері малого бізнесу через відсутність інформації про виробничі можливості малих підприємств.

Як найбільш перспективні сфери коопераційної взаємодії із малими підприємствами керівники досліджуваних підприємств виділили такі:

виробництво і постачання комплектуючих виробів;

ремонт і наладка устаткування;

вирішення соціальних проблем;

здійснення НДДКР та сприяння в упровадженні їх результатів;

використання відходів основного виробництва;

здача площ, приміщень та устаткування в оренду.

Таким чином, можна зробити висновок, що коопераційна взаємодія великих підприємств з малими поки що лежить у площині звичайних торговельних операцій. При цьому не виявлено випадків сприяння розвитку малих підприємств, що дозволило б визначити наявність цілеспрямованого комплексу заходів щодо розвитку коопераційної взаємодії великого бізнесу з малим. Відсутність означених заходів мотивується складним фінансовим становищем великих підприємств в умовах світової фінансової кризи, а також нестабільністю положення малих підприємств.

Однак виявлені перешкоди не повинні визначати тенденції та напрямки розвитку коопераційної взаємодії підприємств малого та великого бізнесу. На погляд авторів, заохочення такої співпраці повинно стати все більш важливою складовою як державної, так і корпоративної політики. Розробка та запровадження відповідних заходів правового, організаційного, інфраструктурного і загально-економічного характеру допоможуть малому бізнесу ефективно функціонувати в сучасних умовах світової фінансової кризи, а також створять сприятливі умови для реалізації позитивного ефекту взаємодії малого і великого бізнесу в перспективі. Кооперація малих та великих підприємств дозволить певним чином компенсувати недос-

коналість державної політики підтримки малого бізнесу та забезпечити його самоорганізацію.

Література: 1. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер. – М. : Международные отношения, 2003. – С. 33. 2. Варналий З. С. Мале підприємництво: основи теорії і практики / З. С. Варналий. – К. : Т-во "Знання", КОО, 2001. – 277 с. 3. Дмитриченко Л. І. Малий бізнес в системі підприємництва : монографія / Л. І. Дмитриченко, А. Н. Химченко. – Донецьк : Каштан, 2005. – 178 с. 4. Белоус Г. Развитие малого предпринимательства в Украине / Г. Белоус // Экономика Украины. – 2000. – № 2. – С. 35–41. 5. Долгоруков Ю. О развитии малого предпринимательства / Ю. Долгоруков, О. Кужман // Экономика Украины. – 2005. – № 12. – С. 11–18. 6. Великий і малий бізнес: глобальні тенденції розвитку господарської інтеграції й партнерства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.academia.org.ua. 7. Взаимодействие малого и крупного бизнеса // Информационно-аналитический сборник. – М. : Институт предпринимательства и инвестиций, 2003. – 178 с.

Стаття надійшла до редакції
09.02.2010 р.

УДК 339.009.12

Піддубна Л. І.

КОНЦЕПЦІЯ ПРЕДМЕТНО-МЕТОДОЛОГІЧНОГО ОНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ТЕОРІЇ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Проаналізовано сучасний стан та обґрунтовано концепцію предметно-методологічного оновлення і розвитку теорії міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

Аннотация. Проанализировано современное состояние и обоснована концепция предметно-методологического обновления и развития теории международной конкурентоспособности предприятия.

Annotation. The concept of subject and methodological renovation and development of company's international competitiveness theory in modern conditions are analysed.

Ключові слова: міжнародна економічна діяльність, міжнародна конкурентоспроможність підприємства, зовнішній ринок, потенціал зовнішньоекономічної взаємодії, результат.

На межі XX – XXI століть проблематика міжнародної конкурентоспроможності підприємств перетворилася в одну з найважливіших складових світової економічної думки. Об'єктивні причини її виключної актуальності є добре відомими: із критерію оцінки конкурентного успіху феномен міжнародної конкурентоспроможності стрімко перет-

ворився в імператив розвитку, на базі якого формується нова конфігурація міжнародного поділу праці, утверджуються нові правила гри на світових ринках, розподіляються у глобальних масштабах власність, доходи та ролі суб'єктів у світовій економіці.

Зародження теорії міжнародної конкурентоспроможності підприємства пов'язується, зазвичай, із японським "економічним дивом" і процесами глобалізації, що викликали потребу формування нового наукового інструментарію та методів їх осмислення. Дослідження вчених Гарвардської школи конкурентоспроможності дозволили ідентифікувати зміст і масштаби основних проблем глобальної конкуренції, актуалізувати перегляд класичної теорії порівняльних переваг і сконцентрувати дослідницький інтерес на пошук нових засобів і технологій досягнення міжнародного конкурентного успіху.

Основні наукові концепції, що поступово сформувалися в межах західних конкуруючих шкіл конкурентоспроможності (поведінкова, еволюціоністська, глобалістська, культурологістська, коаліційна, соціально-державна, інституційна, інноваційна) істотно розширили базовий аналітичний інструментарій і методологію дослідження міжнародної конкурентоспроможності підприємства, охоплюючи різні її аспекти.

Новітній етап розвитку наукового знання міжнародної конкурентоспроможності підприємства пов'язаний із працями вчених української і російської шкіл конкурентоспроможності, в яких предметом аналізу стають системно-структурні аспекти міжнародної економічної діяльності та просторові й інституційні аспекти у взаємодії її виробничої і ринкової систем.

Проте, незважаючи на активний науковий пошук, теорії міжнародної конкурентоспроможності підприємства як цілісного системного знання дотепер не сформовано, а сам термін "міжнародна конкурентоспроможність підприємства" не отримав однозначного теоретичного пояснення.

Мета цієї статті – обґрунтувати концепцію розвитку теорії міжнародної конкурентоспроможності підприємства на підставі її нового об'єкт-предметного і методологічного оформлення та категоріальної реінтерпретації феномену міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

Теоретичну науку, як відомо, збагачує серйозний науковий дискурс, у перебігу якого й народжується істина. Наукове поняття "міжнародна конкурентоспроможність підприємства" в сучасній економічній науці майже відсутнє. Розбіжності у поглядах вчених, як правило, обмежуються аргументацією щодо можливостей підприємства виробляти товари і послуги, які відповідають вимогам світових ринків та обґрунтуванням ключових факторів досягнення міжнародного конкурентного успіху. При цьому у різних авторів ці можливості й фактори асоціюються із державно-регулятивною політикою [1], у других – із демократичним корпоратизмом [2], у третіх – із відносинами між урядом, бізнесом і працею [3], у четвертих – із соціально-політичними інститутами [4], у п'ятих – із стратегіями конкуренції [5], у шостих – із стратегічним потенціалом підприємства [6 – 8], у сьомих – із інноваціями [9 – 10]. Відповідно, дефініції міжнародної конкурентоспроможності підприємства будуються як логічні конструкції зі зв'язками "причина – наслідок" або "ключовий фактор – мета", наприклад, "стратегічний потенціал (інновації) – міжнародна конкурентоспроможність".

Практична цінність цих підходів є очевидною: в їх межах формується багате методологічне підґрунтя для факторного аналізу та оцінки міжнародної конкурентоспроможності підприємства. Проте внесок цих наукових розробок у формування теорії міжнародної конкурентоспроможності підприємства стосується переважно її функці-