



УДК 330.75

JEL Classification: Q57

Олена Сороківська, Галина Машлій

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ МАЛОГО БІЗНЕСУ З КОРПОРАТИВНИМ СЕКТОРОМ ЕКОНОМІКИ

Анотація. Метою статті є визначення ролі та місця малого бізнесу у розвитку корпоративного сектора економіки, а також дослідження можливості формування об'єднань малих підприємств із вагомими учасниками вітчизняних виробничо-господарських процесів.

Основними завданнями дослідження є проведення аналізу динаміки частки кількості малих підприємств у загальній кількості підприємств корпоративного сектора економіки, визначення основних причин зростання підприємницької активності у сфері малого бізнесу; дослідження особливостей формування партнерських взаємозв'язків між суб'єктами малого і великого бізнесу у пріоритетних галузях економіки; визначення типологій та основних характеристик груп підприємств.

Результати проведеного дослідження полягають у визначенні впливу підприємств малого бізнесу на формування галузевої структури корпоративного сектора економіки України, обґрунтуванні особливостей формування господарських об'єднань за участю підприємств малого бізнесу, визначенні типології та особливостей утворення груп підприємств різних категорій.

Ключові слова: малий бізнес, господарські об'єднання, корпоративний сектор, економічне зростання.

Елена Сорокивская, Галина Машлий

ОСОБЕННОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА С КОРПОРАТИВНЫМ СЕКТОРОМ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. Целью статьи является определение роли и места малого бизнеса в развитии корпоративного сектора экономики, а также исследование возможности формирования объединений малых предприятий с весомыми участниками отечественных производственно-хозяйственных процессов.

Основными заданиями исследования является: проведение анализа динамики части количества малых предприятий в общем количестве предприятий корпоративного сектора экономики, определения основных причин роста предпринимательской активности в сфере малого бизнеса; исследование особенностей формирования партнерских взаимосвязей между субъектами малого и большого бизнеса в приоритетных отраслях экономики; определение типологий и основных характеристик групп предприятий.

Результаты проведенного исследования заключаются в определении влияния предприятий малого бизнеса на формирование отраслевой структуры корпоративного

сектора экономики Украины, обосновании особенностей формирования хозяйственных объединений при участии предприятий малого бизнеса, определении типологии и особенностей образования групп предприятий разных категорий.

Ключевые слова: малый бизнес, хозяйственные объединения, корпоративный сектор, экономический рост.

Olena Sorokivska, Halyna Mashliy

PECULIARITIES OF THE SMALL BUSINESSES INTERACTION TO CORPORATE SECTOR OF THE ECONOMY

Abstract. *The aim of the present article is to define the role and place of small businesses in the development of the corporate sector, as well as to investigate the possibility of forming small businesses associations with significant participants in the domestic production and business processes.*

The main tasks of this study is: to analyze the dynamics of the small enterprises number in the total number of the corporate sector enterprises of the economy, identify them a in reasons for the growth of entrepreneurial activity in the small business study of the formation peculiarities partnership relationships between small and large businesses in priority sectors of the economy, the definition of typologies and the main characteristics of companies groups.

The results of the study are to determine the influence of small businesses on formation of the corporate sector branch structure the Ukraine economy, the justification features of business associations formation, with the participation of small businesses, determining the types and characteristics of the enterprise groups formation in different categories.

Keywords: *small business, business associations, corporate sector, economic growth.*

Постановка проблеми. Ринкове середовище економіки України передбачає наявність та рівноправне функціонування різних суб'єктів підприємницької діяльності. Сектор малого бізнесу містить в собі величезний потенціал для стабільного й тривалого розвитку економіки та соціальної сфери. Однак сьогодні незадовільним є стан бізнес-середовища, спричинений відсутністю реальної підтримки з боку держави. Окрім цього, сьогодні малий бізнес переживає складний період: фінансова криза, ускладнення умов господарювання спричинили погіршення фінансових результатів їх діяльності. Тому важливою проблемою на сьогодні залишається формування ефективної взаємодії підприємств малого бізнесу із корпоративним сектором економіки України.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У світовій практиці ведення бізнесу існують такі організаційні форми підприємства – одноосібне володіння, партнерство (товариство) та корпорації. Визначені форми властиві також і для підприємств малого та середнього бізнесу. Саме це і розглядають у своїх наукових працях вітчизняні дослідники малого та середнього бізнесу З. Варналій [2], Б. М. Андрушків [1], В. Шпак [5], В. Сахаров [3].

Як зазначає З. Варналій [2], вибір форми організації бізнесу залежить від відповідної низки ознак, що характеризують відмінності визначених форм бізнесу, до яких належать:

- кількість учасників створюваного господарського суб'єкта (об'єднання);
- хто є власником капіталу об'єднання, що створюється;
- джерела майна як матеріальної основи господарської діяльності;
- межі майнової (матеріальної) відповідальності;
- спосіб розподілу прибутків та збитків;
- форма управління суб'єктом господарювання.

Господарський Кодекс сьогодні виділяє три основні категорії підприємств: малі, середні та великі підприємства. Категорія означає техніко-економічну (не юридичну) класифікацію підприємств (незалежно від форм власності) відповідно до обсягів

господарського обороту підприємства і чисельності його працівників. Малі підприємства виділено в самостійну категорію з метою розвитку малого бізнесу шляхом надання їм певних пільг, переваг тощо. З юридичного боку, важливим є те, що особливості їх створення і діяльності встановлюються як загальним законодавством України про підприємства, так і спеціальним законодавством України про підприємства цієї категорії.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Багато сучасних науковців сьогодні розглядають малий бізнес відокремлено від корпоративного сектора країни, мотивуючи це значними розбіжностями в обсягах випуску продукції, частках ринку, механізмах ціноутворення та особливостях формування попиту на продукцію [4]. На цій основі навіть виникла концепція "подвійної економіки", у якій виділено дві підсистеми: великомасштабного (масового) виробництва та виробництва в малих обсягах. Проте слід враховувати те, що за умови формування комплексних ринкових взаємовідносин жоден із цих секторів не може існувати повністю відокремлено. Протистояння корпоративного та малого бізнесу може призвести до взаємного послаблення конкурентних позицій, не дозволить у повній мірі розкрити потенціал та реалізувати переваги функціонування підприємств різних галузей.

Постановка завдання. Метою представленої статті є визначення ролі та місця малого бізнесу у корпоративному секторі економіки, а також дослідження можливості формування об'єднань малих підприємств із вагомими учасниками вітчизняних виробничо-господарських процесів.

Виклад основного матеріалу. Серед недооцінених можливостей для економічного зростання дедалі частіше експерти називають малий та середній бізнес. Сьогодні його частка у формуванні ВВП – трохи більше 10%. Зокрема, у Тернопільській області у 2010 р. на 10 тис. осіб наявного населення припадало 34 малих підприємства, що менше, ніж у 2009 р. (36 підприємств). Серед регіонів України за цим показником Тернопільщина посіла останнє місце. Загальнодержавний показник був більшим від обласного і склав 63 підприємства[4]. Порівняно з європейськими країнами це дуже мало. Саме через це Україна переживає кризу болісніше ніж, наприклад, Польща, де по-іншому побудована структура економіки. Саме малий бізнес у Польщі формує економіку. У нас – це прерогатива металургійних та хімічних гігантів, які залежать від світової кон'юнктури та вартості енергоносіїв. Порятунком української економіки полягає у тому, щоб поставити її на міцну основу, якою став би малий та середній бізнес.

Малий бізнес завжди був невід'ємною компонентою ринкової системи господарювання, оскільки тут об'єктивно існують умови, сприятливі для його розвитку: регіональна диференціація ринку; необхідність певного спеціалізованого ремесла; важливість персонального обслуговування клієнтів; зручність обслуговування; циклічність попиту тощо. Але у другій половині ХХ сторіччя чітко вимальовується тенденція до зростання його ролі і значення в структурі економіки розвинених країн. Зростання хвилі малого підприємництва характерне насамперед для США. Протягом першого десятиріччя після війни у США щорічно виникало в середньому до 130 тис. нових малих фірм, у 60-х роках — 220 тис. , у 70-х — 400 тис. , у 80-х — близько 700 тис. , а у 90-х майже 1 млн. [2]. Згодом така тенденція поширилася на країни Західної Європи, Японію, інші індустриальні країни. Отже, основу цього явища складають не якісь особливі риси однієї країни, а об'єктивні (глобальні) тенденції розвитку індустриальних країн і цивілізованого суспільства в цілому.

Результати аналізу динаміки частки кількості малих підприємств у загальній кількості підприємств України (рис. 1) свідчать про значне зростання сектору малого бізнесу. У порівнянні з даними 2006 року спостерігаємо збільшення частки на 2,5%.

Дослідження причин зростання підприємницької активності у сфері малого бізнесу дозволяє виділити ряд факторів, які сприятливо позначилися на її розвитку:

- прискорення темпів науково-технічного прогресу;

- прискорення змін у зовнішньому середовищі та загострення конкуренції; Враховуючи слабку життєздатність малих підприємств (за оцінками Світового банку, із 100% новостворених малих підприємств через рік продовжують свою діяльність 50%, а через 5 років залишається не більше 5%), і тенденцію до зростання з року в рік їх загальної кількості, можна зробити висновок про високу інтенсивність реорганізаційних процесів усередині малого бізнесу, про його гнучкість, здатність швидко пристосуватися до змін у середовищі, що зрештою сприяє кращому використанню потенціалу малого бізнесу;
- своєрідним імпульсом для прискорення розвитку малого бізнесу є тенденція до підвищення якості робочої сили (рівень освіти, кваліфікації, самосвідомості). Дослідження з соціальної психології свідчать, що для висококваліфікованих робітників ступінь задоволення працею знаходиться у зворотній залежності від величини організації, де вони працюють. Цей факт багато в чому пояснює прагнення висококваліфікованих робітників, які вбачають у трудовій діяльності не лише засіб заробітку, але і самовиявлення, шукати застосування своїм силам на малих фірмах або започатковувати власну справу [3];
- створення урядами західних країн сприятливого для малого бізнесу середовища, зокрема: застосування пільгової системи оподаткування; створення потужної інфраструктури підтримки малого бізнесу; наявність розвиненої системи захисту інтелектуальної власності; формування у суспільстві авторитету підприємницької діяльності як однієї з найвищих соціальних цінностей.

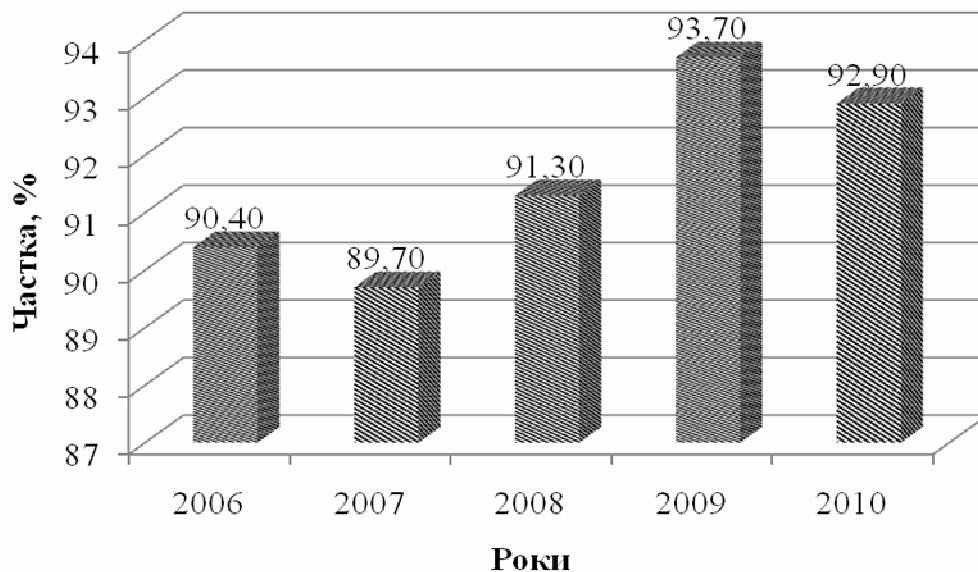


Рис. 1. Частка кількості малих підприємств у загальній кількості підприємств, %
Складено автором за [4]

У процесі дослідження внеску малого бізнесу у розвиток вітчизняного корпоративного сектора доцільно виділити п'ять галузей економіки України, де, за даними 2010 року, частка малих підприємств була найбільшою (рис. 2).

Цікавим явищем у контексті досліджуваної проблеми є бурхливий розвиток в останні 5-10 років партнерських взаємозв'язків між суб'єктами малого і великого бізнесу у цих галузях. Загострення конкуренції нині відчувають не тільки суб'єкти малого бізнесу, але і великі компанії, що примушує останніх формувати принципово нові партнерські відносини з малим бізнесом. Річ у тім, що для створення конкурентних переваг будь-яка фірма має визначити свої основні компетенції і зосередитися на їх розвитку. Проте для досягнення успіху ніколи не буває достатньо однієї основної компетенції. Ліквідувати дефіцит

необхідних додаткових компетенцій можна або за рахунок створення (придбання) відповідних структурних одиниць, або шляхом налагодження партнерських взаємовідносин (від простого субпідряду до мережових структур і бізнес-альянсів) з іншими самостійними організаціями. Перший шлях, як свідчить сучасна практика, є дорогим, негнучким і забезпечує конкурентні переваги лише у короткостроковому періоді. В межах партнерських відносин у кожного із учасників з'являється унікальна можливість використовувати на взаємовигідних умовах основних компетенцій решти учасників. Суттєвими перевагами малих підприємств від участі у партнерських зв'язках з великими компаніями є відносна стабільність забезпечення замовлення, гарантований збут, зменшення трансакційних витрат, фінансова і технологічна підтримка, навчання сучасним методам управління тощо.



Рис. 2. П'ять галузей України із найбільшою часткою малих підприємств
Складено автором за [4]

Для великого бізнесу малі підприємства можуть бути системними інтеграторами, центрами прибутку, центрами витрат, центрами обслуговування. Внаслідок поглиблення партнерських відносин забезпечується досягнення синергійного ефекту, прискорюються темпи розвитку як малого, так і корпоративного секторів економіки.

Результати аналізу обсягів реалізованої продукції малих підприємств (рис. 3) дають підстави зробити висновок про значний внесок малого бізнесу у формування валового національного продукту України. Так, у порівнянні із даними 2006 року обсяги реалізованої продукції малого бізнесу зросли на 124,83 млрд. грн.

Останніми роками набуває все більшого поширення утворення в Україні груп підприємств, які є продуктом глобалізації та економічної інтеграції, одним із проявів яких є рівень активності саме великого національного бізнесу та його просування за межі країни.

За загальносвітовою практикою виділяють три типи груп підприємств:

- транснаціональна група підприємств, тобто група з не менш як двома підприємствами, розташованими у різних країнах;
- група підприємств-резидентів, усі підприємства якої розташовані на одній національній території;
- частина транснаціональної групи підприємств, розташована на національній території.

Група виникає з об'єднання акціонерних товариств, серед яких за різними рівнями ієрархії існують материнські та дочірні підприємства. Тобто підприємство може бути як незалежним, так і в складі групи підприємств.

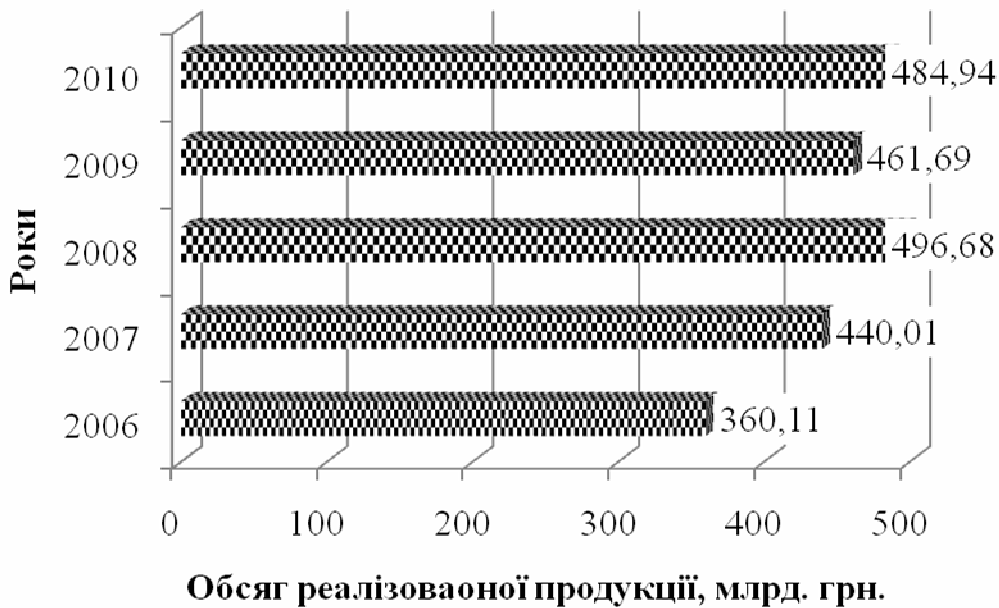


Рис. 3. Обсяг реалізованої продукції малих підприємств, млрд. грн.

Для економістів і статистів постає питання щодо завершеності формування групи як єдиної економічної одиниці, оскільки внутрішніх рівнів ієрархії може бути досить багато. Актуальним для України є питання неготовності законодавчої бази, яка б забезпечувала нормативне забезпечення організації груп підприємств та інформації про їх діяльність. Законодавче врегулювання цього питання є одним із завдань державної політики на майбутнє.

Співпраця між малим бізнесом та великими корпоративними структурами може проявлятися у формі інтеграції виробничо-господарської діяльності та системи управління. Залежно від сфери діяльності великих і малих підприємств в країнах з розвинутою ринковою економікою практикуються різні форми господарської інтеграції.

В умовах ринкових відносин головними формами господарської інтеграції великого й малого підприємництва є субпідряд, франчайзинг, лізинг та венчурне фінансування. Вони об'єднують потенційні можливості, переваги, ресурси та сфери діяльності великих і малих підприємств. Зокрема, субпідряд – це форма виробничо-збутової інтеграції, франчайзинг, лізинг – виробничо-фінансової, а венчурне фінансування є формою інноваційної інтеграції.

Ці форми дають змогу використати динаміку малого підприємництва і збільшити його життєздатність. Форми інтеграції забезпечують єдиний взаємовигідний обіг інформаційних, технологічних, сировинних, фінансових та кадрових ресурсів. Інтеграція між малим, середнім і великим підприємництвом є характерною рисою економіки ринкових країн. Великі підприємства значно розширюють можливості виробництва й збуту за допомогою малих фірм, які з більшою ефективністю й конкурентоспроможністю виконують ті виробничі операції, які для великого бізнесу є надто затратними.

Так, під час відносин субпідряду багато малих підприємств, які спеціалізуються на подетальному, технологічному, модельному, спеціальному виробництві, постачають свою продукцію великому підприємству, що виробляє значно більші промислові об'єми. Субпідряд дає змогу великим підприємствам значно удосконалити виробничий цикл і збільшити обсяги своїх робіт, значну частину яких вони на контрактній основі передають малим і середнім підприємствам. І до того ж, спростити управління виробництвом, суттєво

зменшивши коло прямих постачальників комплектуючих, що працюють на умовах підряду. Для малого бізнесу така форма кооперації досить вигідна, адже йому значно важче самостійно утвердитися на ринку. Особливо це стосується високотехнологічної продукції. Організація її виробництва й збуту потребує значних управлінських, фінансових і технічних можливостей, яких малі підприємства, як правило, не мають. Використовуючи виробничий потенціал малого бізнесу, могутні компанії й корпорації надають їм певні пільги: гарантують закупівлю значної частини виробленої ними продукції, доставляють або надають в оренду засоби виробництва, визначають пільгові умови придбання сировини й матеріалів тощо.

У Західній Європі велика кількість підприємств, що працюють у таких сферах як мережа ресторанів і кафе, продуктових магазинів, а також будівельній галузі, в сфері реконструкції, в автосервісі, здійснюють діяльність за системою франчайзингу. Широко практикується франчайзинг і в роздрібній та гуртовій торгівлі товарами під час надання різноманітних послуг – бухгалтерських, аудиторських, юридичних, туристичних, готельних. Загалом, франчайзинг можна застосувати в будь-якій господарській діяльності, що здійснюється на основі спеціально розроблених, новаторських процесів виробництва, переробки й продажу товарів і послуг.

Система лізингу в країнах з розвинутою ринковою економікою дає змогу малим підприємствам швидко модернізувати обладнання й техніку, пожвавлює інвестиційну активність. Лізинг забезпечує для цього економічного сектора повноцінне кредитування, що не передбачає негайних платежів. Договір лізингу підписується на повну вартість, а лізингові платежі є поточними і, як правило, починаються після постачання майна або ще пізніше. Контракт з лізингу отримати значно легше, аніж позику. Лізингові операції дають змогу залучити значні кошти банків, страхових, акціонерних товариств тощо. Ця форма дає змогу отримати в оренду, та ще й на вигідніших умовах, ніж за просто за угодою купівлі-продажу, необхідне обладнання навіть тим малим підприємствам, які не мають достатньо обігових коштів для його придбання. Отримана в лізинг техніка стає заставою і гарантією повернення коштів лізингодавцеві. Врешті-решт, лізинг надає інвестиціям товарної форми, бо зовнішній інвестор може вкладати свої інвестиції не у формі фінансових ресурсів, а технікою й обладнанням.

Отож, завдяки лізингу мале підприємство може оперативно не лише оперативно реконструювати виробництво, а й спрямовувати кошти, зекономлені на операціях безпосередньої купівлі-продажу, на розвиток виробництва.

Велике значення для розвитку малого бізнесу, підвищення рівня його життєздатності має легальний доступ малих підприємств до новітніх технологій та можливість виробничого впровадження їхніх результатів в тісній кооперації з великими підприємствами. Великий бізнес в країнах розвинутою з ринковою економікою умов часто використовують малі підприємства, що займаються наукоємним виробництвом, як дослідницький полігон для комерційних випробувань різноманітних інновацій.

Венчурне (ризикове) фінансування в широкому розумінні цього поняття означає весь ризиковий внесок й фінансові проекти, передовсім, у галузі високих технологій. У більш вужчому його можна розглядати як довго- або середньострокові інвестиції у формі кредитів або вкладень в акції. Їх здійснюють венчурні фонди з метою створення й розвитку малих підприємств, які швидко розвиваються.

Як правило, малі венчурні (ризикові) підприємства тісно пов'язані зі сферою науково-дослідних та експериментально-конструкторських розробок. Тому для їх позначення часто використовують поняття «малі інноваційні підприємства». Венчурні фонди створюються в декількох організаційних формах, головною з яких є спеціалізована незалежна фірма венчурного капіталу. Іншими формами є венчурні фонди великих корпорацій, інвестиційні компанії малого бізнесу, науково-дослідні товариства з обмеженою відповідальністю тощо. Через свої венчурні фонди великі промислові корпорації здійснюють ризикове фінансування малих підприємств. З огляду на цю особливість розвиток венчурного фінансування в нашій країні дасть змогу щонайповніше розкрити й реалізувати потенціал фінансово-промислових

груп. Вони, взаємодіючи з малими інноваційними підприємствами, дали б змогу сповна застосовувати творчі можливості й теоретичні здобутки українських вчених і завдяки цьому осучаснювати застарілу технічну й технологічну базу економічних галузей нашої країни.

Висновки та перспективи подальших досліджень в даному напрямку. Отже, взаємодія малого бізнесу та великих підприємств корпоративного сектора дозволить досягнути синергійного ефекту. Для малих підприємств – це доступ до нових технологій, фінансових, кадрових, матеріальних ресурсів. Великі підприємства можуть набути окремих компетенцій шляхом залучення невеликих, вузькоспеціалізованих підприємств у власні виробничі процеси.

Перспективами подальших досліджень у даному напрямку можуть стати вивчення та визначення ефективності можливих об'єднань та спільних господарських утворень підприємств малого бізнесу з вагомими учасниками корпоративного сектора економіки України.

Використана література

1. Андрушків Б. Інноваційно-комплексні шляхи розвитку малого підприємництва: монографія / Б. Андрушків, Ю. Вовк, І. Крамар [та ін.]. – Тернопіль: ТНТУ ім. І. Пулюя, 2011. – 340 с.
2. Варналій З. С. Мале підприємництво: основи теорії і практики / З. С. Варналій. – К.: «Знання», 2005. – 302 с.
3. Малий та середній бізнес. За загальною редакцією В. С. Сахарова. – К.: ВНЗ «Національна академія управління», 2008. – 368 с.
4. Основні показники діяльності малих підприємств за регіонами у 2010 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Державний комітет статистики України.
5. Шпак В. І. Розвиток малого підприємництва в Україні (на прикладі української видавничо-поліграфічної компанії «Експрес-Об'ява») / В. І. Шпак. – К.: МАУП, 2010. – 112 с.

REFERENCES:

1. Andrushkiv B., Vovk Yu., Kramar I. Innovation and comprehensive way of small business: monograph [*Innovatsiyno-kompleksni shlyakhy rozvytku maloho pidpryyemnytstva: monohrafiya*]. Ternopil, 2011. 340 p.
2. Varnaliy Z. S. Varnaliy ZS Small business: basic theory and practice [*Male pidpryyemnytstvo: osnovy teorii i praktyky*]. Kyiv, Znannya, 2005. 302 p.
3. Sakharov V. Ye. Small Business [*Malyy ta seredniy biznes*]. Kyiv, Natsional'na akademiya upravlinnya, 2008. 368 p.
4. The basic performance of small enterprises by region in 2010 [*Osnovni pokaznyky diyal'nosti malykh pidpryyemstv za rehionamy u 2010 rotsi*], available at: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Shpak V. I. Development of small business in Ukraine (for example, Ukrainian publishing and printing company "Quick Ad") [*Rozvytok maloho pidpryyemnytstva v Ukrayini (na prykladi ukrayins'koyi vydavnycho-polihrafichnoyi kompaniyi «Ekspres-Obyava»*)]. Kyiv, MAUP, 2010. 112 p.

Рецензія: д.е.н., проф. Кирич Н. Б.

Received: February, 2012

1st Revision: April, 2012

Accepted: May, 2012