

## **Організація ефективної співпраці малого й середнього підприємництва з великим бізнесом в умовах швидких глобалізаційних змін**

**Курей Оксана Андріївна**, асистент кафедри міжнародного бізнесу та світової політики факультету міжнародного бізнесу та міжнародного права Закарпатського державного університету, тел. 050 2171408, e-mail: kurej\_o@yahoo.com

*У статті проаналізовано основні форми та напрямки організації ефективної співпраці малого, середнього та великого бізнесу в умовах сучасного економічного розвитку. Головна увага акцентується на важливості взаємодії малого й середнього та великого бізнесу задля реалізації обоїлїних переваг розвитку. У роботі конкретизовано причини появи основних форм співпраці та інтеграції малих і великих підприємств, їх переваги та напрямки ефективної реалізації.*

**Ключові слова:** підприємництво, малий і середній бізнес, великий бізнес, субпідряд, франчайзинг, лізинг, венчурне фінансування, бізнес-інкубатор.

Функціонування повноцінної та ефективної ринкової економіки з усіма її атрибутами неможливе без створення та розвитку підприємництва. Ефективність економіки пов'язана зі свободою господарювання. Саме діяльність підприємця виступає уособленням свободи вибору на ринку, тобто підприємець є ключовою фігурою відносин вільного ринку. Такі відносини формуються в певному середовищі, ключовими суб'єктами якого виступають малі й середні підприємства. Ефективне та успішне функціонування малого та середнього бізнесу як окремого сектора економіки є найважливішою умовою переходу країни на ринкові засади господарювання. Такий досвід здобутий багатьма країнами, що в кінці 80-х – на початку 90-х рр. ХХ століття розпочали трансформаційні перетворення економічних систем. Найважливішою проблемою на цьому етапі постала проблема формування сприятливого економічного середовища для діяльності малого й середнього

підприємництва з метою забезпечення вільного конкурентного середовища в трансформаційній економіці кожної країни. Великі підприємства виступають елементом зовнішнього оточення для малих і середніх фірм, тому співпраця між ними стає джерелом додаткових прибутків для обох сторін. Увагу на це у своїх працях звертають такі дослідники, як О.Богма, Є.Бухвальд, З.Варналій, А.Віленський, Л.Воротіна, С.Дрига, Н.Карпенко, В.Литвиненко, Е.Омельченко, Т.Щедріна та ін. Необхідність виявлення напрямків ефективної реалізації співпраці між малим, середнім і великим бізнесом та її організаційних форм обумовлює актуальність нашої роботи.

Підприємництво є таким типом господарської діяльності, де головним суб'єктом виступає особа-підприємець, який комбінує фактори виробництва, створює нові комбінації цих факторів (тобто впроваджує інновації) та, постійно ризикуючи, управляє власною справою задля отримання підприємницького доходу, досягнення економічних і соціальних результатів. При цьому підприємець постійно шукає нові можливості для реалізації власних ідей, зорієнтований у своїй роботі на ефективність та якість, готовий ризикувати для досягнення запланованих цілей та має постійну потребу в новій інформації.

Підприємництво реалізується, зокрема, через підприємство. Основою утворення різних розмірів підприємств є форми організації виробництва. При цьому окремо утворюють групи малі підприємства та середні підприємства, які виступають складовими економічної системи (зокрема галузі). Проте існують ще й інші теорії щодо причин, які викликають утворення підприємств різного розміру, зокрема малих та середніх. Одна з таких теорій, сформована на Комітетом Болтона, пояснює утворення підприємств різних розмірів через існування різномасштабних економічних завдань. Це означає, що роль малого бізнесу – у виконанні тих функцій, які малі фірми можуть виконувати ефективніше, ніж великі, тобто основою їх існування є діяльність, яка не може бути ефективною у великомасштабній діяльності економічної організації [1].

Як свідчать численні дослідження [2-4], розвиток малого й середнього підприємництва відповідає загальносвітовим тенденціям формування гнучкої змішаної економіки, комбінуванню різних форм власності й адекватної їм моделі господарювання, у якій реалізується складне поєднання конкурентного ринкового механізму та державного регулювання великого, середнього та малого виробництва. Саме малі підприємства, які не потребують великих стартових інвестицій і гарантують високу швидкість обороту ресурсів, здатні найбільш швидко й економно вирішувати проблеми реструктуризації економіки, формування та насичення ринку споживчих товарів. Мале підприємство, оперативно реагуючи на зміни кон'юнктури ринку, надає економіці необхідної гнучкості, вносить значний вклад у формування конкурентного середовища. Малі компанії здатні швидко реагувати на зміни споживчого попиту і за рахунок цього забезпечувати необхідну рівновагу на споживчому ринку.

Розвиток малого й середнього бізнесу містить у собі багато важливих переваг:

- збільшення кількості власників, а значить, формування середнього класу – головного гаранту політичної стабільності в демократичному суспільстві;
- зростання частки економічно активного населення, що збільшує доходи громадян і пом'якшує диспропорції в матеріальному забезпеченні різних соціальних груп;
- селекція найбільш енергійних, дієздатних індивідуальностей, для яких бізнес стає первинною шкалою самореалізації;
- створення нових робочих місць із відносно низькими капітальними витратами, особливо у сфері обслуговування;
- працевлаштування робітників, які звільняються державним сектором, а також представників соціально слабких груп населення (біженців, інвалідів, молоді, жінок);

- підготовка кадрів за рахунок використання робітників з обмеженою формальною освітою, що набувають свою кваліфікацію на місці роботи;
- розробка і впровадження технологічних, технічних та організаційних нововведень (прагнучи вижити в конкурентній боротьбі, малі фірми частіше здатні йти на ризик і здійснювати нові проекти);
- стимулювання ефективності виробництва великих компаній шляхом освоєння нових ринків, які великі фірми вважають недостатньо місткими (із малих підприємств нерідко розвиваються не тільки великі компанії, але й найбільші сучасні наукомісткі галузі й виробництва);
- ліквідація монополії виробників, створення конкурентного середовища;
- мобілізація матеріальних, фінансових і природних ресурсів, які в іншому випадку залишилися б невикористаними, а також більш ефективно їх використання (наприклад, малий бізнес мобілізує невеликі фінансові ресурси осіб, які не бажають використовувати послуги банківської системи, але готові вкладати гроші у власне підприємство; при цьому власники прагнуть заощаджувати й пускати в оборот навіть невеликий капітал);
- зниження фондо- і капіталомісткості при виробництві більш трудомісткої продукції, швидка окупність вкладень (наприклад, у США в компаній із кількістю зайнятих менше 100 осіб реалізація в розрахунку на долар активів більша, ніж у великих компаній, не тільки в таких галузях, як сервіс, фінансове страхування, гуртова торгівля, але й на транспорті, в обробній промисловості);
- покращення взаємозв'язку між різними секторами економіки.

Ефективність малого й середнього бізнесу, проте, часто обмежується відсутністю доступних ресурсів, багатьма технічними, фінансовими й адміністративними перешкодами. Продуктивність праці на таких підприємствах переважно нижча від середньої з відповідної галузі. Крім цього, соціальний захист, який своїм працівникам пропонують малі та середні підприємства, є обмеженим у порівнянні із соціальними програмами

великих підприємств. Багато систем соціального захисту на осіб-підприємців та на працівників малих підприємств узагалі не розповсюджуються. Дослідження ринку праці країн із розвинутою ринковою економікою показують, що становище у сфері доходів працівників, умов їх праці, додаткових виплат, стабільності зайнятості, пенсійного та медичного обслуговування погіршується зі зменшенням розміру підприємства. Незважаючи на вказані недоліки, ті переваги, які дають малі підприємства у вирішенні проблем зайнятості, роблять забезпечення допомоги та підтримки малого й середнього підприємництва пріоритетним у державній політиці економічно розвинутих країн.

Хоча, у порівнянні з великими підприємствами, малі та середні підприємства, в загальному, пропонують менш привабливі робочі місця, проте незайнятих притягує до них не тільки відсутність інших вакансій, але й незадоволення своїм попереднім місцем роботи. На роботу в малі та середні фірми приходять дві категорії людей: власники-менеджери й функціональні спеціалісти (бухгалтери, постачальники, інженери тощо). Успішна діяльність малих і середніх фірм визначається освітою й досвідом таких працівників, їх підприємливістю і трудовою ініціативою.

Таким чином, мале й середнє підприємництво можна трактувати як спеціалізовану ризикову діяльність особи-підприємця, що спрямована на виготовлення й реалізацію продукції, товарів, робіт чи послуг та має на меті отримання прибутку. Ця діяльність характеризується комплексом якісних і кількісних критеріїв, що сформувались у ході економічного розвитку окремої країни та світової економіки загалом. Малий і середній бізнес виступає показником ступеня розвитку ринкової економіки та двигуном інноваційної діяльності в державі, а також безальтернативною умовою трансформаційних перетворень.

Визначення малого та середнього підприємництва в різних країнах варіює. Для його формування використовують різні класифікаційні ознаки: у Японії – розмір капіталу, чисельність працюючих, галузеву належність, у

Великій Британії – кількість працівників у виробничій сфері та обсяг річного обороту в інших сферах, в Італії – обсяг капіталу та кількість зайнятих, в Росії – середньооблікову чисельність працюючих, в Україні – чисельність працівників та обсяг валового доходу. По своїй суті, загалом, малі, середні та великі підприємства виділяються за ознакою масштабу діяльності, проте кожне таке визначення вкладає окреме значення чи відтінок у розуміння масштабу діяльності. При цьому критеріями поділу виступає кількість працівників, обсяг виготовленої продукції (виконаних робіт, наданих послуг), обсяг валового доходу, виручки від реалізації, а також рідше – обсяг авансованого в підприємство капіталу.

Така класифікація підприємств і виділення на її основі великих, середніх і малих підприємств (іноді – мікропідприємств) дає можливість розглядати ці елементи підприємницького середовища як окремо один від одного для виявлення характерних особливостей функціонування, так і у взаємодії для з'ясування сфери перетину їх інтересів і покращення результату такої співпраці. Світовий досвід свідчить, що мале, середнє та велике підприємництво доповнюють одне одного, їх оптимальне співвідношення допомагає досягти вищого рівня продуктивності, прибутковості й зайнятості у всіх галузях народного господарства. У той же час, акцент необхідно зробити на розвитку малих наукомістких підприємств, розширення масштабів інноваційного підприємництва і сполучення в економіці малого й великого корпоративного бізнесу.

Розподіл діяльності між великими й малими підприємствами існував завжди, постійно зберігалися та утворювалися певні економічні ніші, у яких діяли загальні передумови для існування малого бізнесу. На це ще на початку ХХ ст. звертали увагу деякі вчені. Зокрема, П.Кропоткін писав: «Безперечно, що певним галузям малої промисловості судилося зникнути, але інші завдяки своїй життєздатності мають всі шанси на існування і на подальший майбутній розвиток... У тих випадках, де вимагається втручання постійної винахідливості та смаку, коли необхідні нові візерунки, а нові зразки товарів

вимагають нових машин, де вимагається велика різноманітність у товарах і безперервне створення новинок... і нарешті, у тих випадках, коли витончений смак працівника складає головну цінність товару... тоді для малих майстерень, промислових селищ та ін. відкривається широке поле діяльності» [5, с.176].

У сучасності відбулося справедливе визнання важливої ролі малого бізнесу у формуванні національної й глобальної економічної системи. Остання передбачає функціональне поєднання інтересів малого й великого корпоративного бізнесу через систему ефективної співпраці, на що звертає увагу Л.Воротіна: «Історія розвитку економічної теорії пройшла шляхи від визнання переваг великого виробництва до усвідомлення синергетичного ефекту поєднання функціонування великих, середніх і малих підприємств. ...Історично малі підприємства були попередниками формування, становлення та розвитку великого бізнесу завдяки тому, що до складових потенційних можливостей об'єктивно належить їх здібність адаптуватись до об'єктивних умов функціонування» [6, с.35-36].

Водночас, як показує досвід, не можна повністю заперечувати міркування тих економістів, які не вважають малий бізнес здатним вирішити всі економічні проблеми суспільства. Афанасьєв В. зазначає: «...визнаючи всю важливість в ринковій економіці ролі малого бізнесу її абсолютизація так само небезпечна, як і недооцінювання, ...малий бізнес функціонує в системі складних інституційних утворень, – великі промислові, торговельні та фінансові структури, державні та суспільні організації й т. ін., – в межах якої виконує притаманні йому функції» [7, с.56]. За твердженням Т.Щедріної, «економіка розвинених держав базується головним чином на великих корпоративних структурах, навколо яких створюються мережі середнього й малого бізнесу» [8, с.89]. Такі мережі на вищому рівні розвитку можуть набувати вигляду кластеру, основою якого стає велике підприємство (компанія), яке займається розвитком та/або виробництвом визначеної продукції. Частина малих підприємств, які входять до складу кластеру, може

створити мережу постачальників матеріалів, сировини, напівфабрикатів та інших ресурсів, необхідних для організації виробничої діяльності; інші малі підприємства можуть виконувати різноманітні роботи, комплексні програми, проекти, замовлення великого підприємства; значна частина малих підприємств стає споживачами проміжної або кінцевої продукції. Особливістю кластерів, яка відрізняє їх від звичайної кооперації на умовах обопільної вигоди між малими, середніми та великими підприємствами є те, що кластер обов'язково залучає до співпраці інші суб'єкти кооперації:

- фінансові установи для кредитування проектів, інвестування та розширення фінансових можливостей малих підприємств;
- інститути для організації навчання, підготовки необхідних кадрів та їх перекваліфікації, проведення необхідних досліджень, розробки проектів та програм подальшого розвитку;
- провладні організації для допомоги й стимулювання діяльності, вирішення суперечностей, просування продукції на нові ринки, надання інформаційних, маркетингових і консультаційних послуг.

Для управління, координації діяльності та визначення стратегії розвитку кластеру обов'язково створюється громадська організація, яка включає представників усіх сторін, що беруть участь у діяльності об'єднання [9].

Розвиток малого та середнього підприємництва визначається насамперед розвитком бізнесу великого, оскільки саме він відіграє провідну роль у ринковій економіці та має можливість підтримувати мале підприємництво через систему співпраці, яка полягає у виконанні замовлень (так званий субпідряд). Малий і середній бізнес, забезпечуючи економіку необхідною гнучкістю, даючи поштовх розвитку конкурентних процесів, має дещо обмежені можливості у вирішенні великих і капіталомістких технологічних завдань. Порівняно з великими корпоративними структурами в малих підприємств більш ускладнений доступ до необхідної інформації та більший ступінь залежності від зовнішніх інвестицій.



Співпраця малих підприємств із великим бізнесом відіграє велику роль у досягненні малими підприємствами ефективної діяльності. Досвід функціонування малого підприємництва в економіці доводить, що більшість малих і середніх фірм, які активно співпрацюють із великими підприємствами, отримують набагато більше шансів підвищити свою стійкість (конкурентоспроможність) на ринку та свою ефективність. У цьому контексті аналіз діяльності малого й середнього підприємництва за ступенем залежності від великого бізнесу дає можливість поділити їх на три групи:

- 1) умовно незалежні;
- 2) субпідрядні;
- 3) франчайзингові (найбільш поширені у світі).

Інтеграція малих і середніх підприємств із великим бізнесом має кілька форм:

- 1) виробнича інтеграція – субпідряд;
- 2) виробничо-збутова інтеграція – франчайзинг;
- 3) інноваційна інтеграція – венчурне фінансування;
- 4) виробничо-фінансова інтеграція – лізинг.

Узагалі незалежних від великого бізнесу малих підприємств не існує, оскільки завжди залишається фактор залежності від ринкової кон'юнктури. Проте є група умовно незалежних невеликих фірм, які обирають таку сферу діяльності, у якій мінімальний ефективний розмір підприємства дуже невеликий (сімейний бізнес чи програміст-одинак, тобто самозайнята особа).

Субпідряд як різновид ділової співпраці передбачає таку кооперацію малих і навіть мікропідприємств із великим бізнесом, при якій велике підприємство на основі договору (контракту) дає замовлення, визначає специфікацію виробів, надає сировину й напівфабрикати для подальшої переробки, а виконавці (малі підприємства) виконують часткову чи кінцеву обробку отриманого матеріалу. Велике підприємство може укласти договір або на виготовлення кінцевого виробу без власної участі у виробництві (комерційний варіант), або на участь малих підприємств у окремих стадіях

технологічного процесу (виробничий варіант). На основі субпідряду може здійснюватись і реалізація продукції великого підприємства. Причинами популярності такого способу співпраці малого та великого бізнесу в розвинутих країнах є взаємна вигода для обох сторін:

1) великі підприємства вносять елемент стабільності та планованості в роботу малих фірм, пом'якшуючи вплив ринкової кон'юнктури;

2) малі підприємства виконують частину функцій великих фірм, концентруючись на питаннях збуту й постачання, розробці та впровадженні новинок, підвищенні якості виробів тощо. Так, малі підприємства, на противагу великим корпоративним структурам, часто є більш сприйнятливими до нововведень. Це ілюструє той факт, що, наприклад, у США малі підприємства реєструють у 13-14 разів більше патентів у розрахунку на одного зайнятого, ніж великі компанії [10].

Система субпідряду в промислово розвинених країнах досить поширена в автомобільній, електротехнічній, електронній галузях, у деяких сферах машинобудування. Ця форма стала важливим напрямом господарської стратегії малих підприємств, які часто, намагаючись позбавитися залежності від одного замовника й покровителя, прагнуть працювати відразу з кількома великими компаніями, і навіть самі розширюють межі свого ринку. Унікальним прикладом може слугувати компанія «Тойота», яка в межах своєї діяльності демонструє ефективну вертикальну інтеграцію з малими фірмами-субпідрядниками. «Тойота» купує сировину в інших фірмах, виробляє корпуси й двигуни, складає та фарбує кінцеву продукцію на власних заводах. Багато комплектів (поршні, литво тощо) постачають 230 спеціалізованих компаній-субпідрядників, які входять у Кооперативну Асоціацію «Тойота». За дослідженнями на субпідрядників припадає 60% всіх витрат фірми [11, с.105]. Частка субпідряду сягає 50-70% у вартості літаків, понад 40% обсягу торгівлі машинобудівною продукцією промислово розвинутих країн [12].

Економічна діяльність практично всіх світових виробничих монополій опирається на дедалі ширше коло субпідрядників і субпостачальників, якими,

як правило, є малі фірми. Їм притаманна виробнича гнучкість, високий рівень адаптації до мінливого ринкового попиту. Причому, малі фірми тут, як правило, розподіляються на два табори: одні вступають у субпідрядні відносини з виробниками-гігантами й структурно зміцнюють їхні позиції; інші ж, навпаки, стають на шлях самостійної виробничої діяльності й навіть, час від часу, вступають у відкриту конкурентну боротьбу з великими корпораціями.

Поширеність і корпоративна спрямованість розвитку субпідрядних зв'язків дозволила класифікувати моделі співпраці в рамках виробничої інтеграції малих, середніх і великих фірм на «американську» та «японську» моделі [13]. При цьому основними рисами моделей є такі:

1) американської – великий ступінь незалежності субпідрядників від виробників кінцевої продукції, домінування цінових критеріїв при виборі субпідрядників, відсутність координації довгострокових планів партнерів, обмеженість ринків, політика вбудованого контролю якості;

2) японської – великий сумарний обсяг субпідрядних робіт, домінування критерію сумісності технологічного базису партнерів при виборі субпідрядників, щільна виробничо-технічна кооперація.

Основними складовими субпідряду виступають виробничі, економічні та ринкові процеси, в результаті яких кожний із учасників отримує відповідний ефект, який визначається не тільки в економічному зростанні обсягів виробництва і збуту, але й стосується виробничого та трудового потенціалу. При цьому складові процесу взаємодії включають [14; 15]:

1). для великого підприємства-замовника:

а) виробнича складова – технологічний розподіл праці, скорочення виробничого процесу, можливість технологічного переоснащення, дотримання термінів постачання готової продукції;

б) ринкова складова – інновації в товарній політиці, висока якість продукції, поширення інформації про товарну марку;

в) економічна складова – зменшення виробничих витрат, собівартості продукції, збільшення обсягів виробництва та реалізації.

2). для малого підприємства-виконавця:

а) виробнича складова – орендоване приміщення, технологічне обладнання, гарантоване замовлення, постачання сировини й матеріалів, участь у виробничому процесі;

б) ринкова складова – діяльність під торговою маркою виробника, повне інформаційне забезпечення, гарантований збут, результати маркетингових досліджень, моніторингу ринку, високий рівень конкурентоспроможності;

в) економічна складова – стабільний дохід, гарантований прибуток, кредитна, фінансова, інвестиційна підтримка.

Виробничо-збутова інтеграція малого, середнього й великого бізнесу реалізується через франчайзинг. Основні визначення цього поняття зводяться до такого:

– це організація бізнесу, при використанні якої компанія (франчайзер) передає належній особі або підприємству (франчайзі) право на продаж продуктів та послуг компанії [16, с.81,84];

– це спосіб доставки продукції та послуг споживачеві, форма організації й здійснення підприємницької діяльності на основі кооперації матеріальних та фінансових ресурсів і зусиль різних підприємств [17, с.156];

– це підприємницька діяльність, яка здійснюється на основі ліцензії [18, с.92];

– це взаємовигідна форма співпраці великого та дрібного підприємництва: надання невеликій фірмі ліцензії на товарний знак чи технологію, права на виробництво чи продаж продукції великої, незалежної фірми з високим рейтингом на ринку. Необхідною умовою є дотримання франчайзингоотримувачем (франчайзі) запропонованих франчайзингодавцем (франчайзером) «правил гри» стандартів якості продукції чи послуг, певних вимог щодо форми, часу і місця їх виробництва (надання) та реалізації [19].

У процесі взаємного співробітництва франчайзі – мале підприємство – зобов'язується продавати товар чи надавати послуги на умовах, визначених франчайзером – великим підприємством, в обмін на що отримує право користуватися товарним знаком, іміджем, товарами чи послугами, маркетинговими технологіями та діючим механізмом підтримки, у деяких випадках – приміщенням, обладнанням великого підприємства. За отримання франшизи (дозволу) мале підприємство сплачує великому вступний внесок (паушальний платіж) і регулярні платежі (роялті), що визначаються у вигляді відповідного відсотка від виручки або сплачуються фіксованою сумою. Це і є свого роду дозвіл на ведення бізнесу. У подальшому мале підприємство зобов'язується сплачувати франчайзеру орендні платежі, суми заборгованості за отриманий кредит, витрати на поточні управлінські, фінансові й консультаційні послуги, а також витрати на маркетинг та рекламні заходи [14].

У процесі співпраці малого й великого бізнесу франчайзинг набуває різних форм залежно від галузі діяльності та рівня посередництва між учасниками. У міжнародному бізнесі виділяють промисловий (виробничий), розподільчий, сервісний та діловий франчайзинг, сутність яких обумовлюється галуззю діяльності підприємства, а також прямий та майстер франчайзингу [20, с.82]. При цьому прямий франчайзинг характеризується традиційною формою ведення бізнесу й передбачає співробітництво франчайзера зі всіма франчайзі, що входять у його мережу та діють на різних територіальних сегментах ринку, а сутність майстра франчайзингу полягає в тому, що франчайзер підписує базову угоду із субфранчайзером, а останній – угоди з багатьма франчайзі на відповідному сегменті ринку.

Незважаючи на переваги франчайзингу для малого бізнесу, його можливості створювати нові робочі місця, це питання на сьогодні неодноразово критикується, що зводиться до прирівнювання франчайзингу до монополії. Дослідники приходять до висновку, що малі підприємства на

основі укладання договорів франчайзингу повністю підпорядковуються франчайзеру, втрачаючи при цьому свою індивідуальність [21, с.368].

Інноваційна інтеграція малого, середнього та великого бізнесу у формі венчурного фінансування спрямована на усунення такої важливої перешкоди на шляху розвитку малого підприємництва, як обмеженість фінансових джерел. Венчурні фірми утворюються, як правило, невеликою групою однодумців – інженерів, дослідників, менеджерів, що мають відповідний досвід роботи в лабораторіях великих фірм, з метою залучення коштів великих компаній для вирішення певної наукової проблеми. Їх перевагами є вузька спеціалізація, концентрація матеріально-технічних і фінансових ресурсів за обраним напрямком досліджень та можливість швидкої переорієнтації на нові напрямки. За кордоном венчурні фірми користуються підтримкою держави та великих компаній, яким не вигідно займатися розробкою нових технологій через існування ризику зазнати збитків. Тому до венчурного фінансування звертаються насамперед монополії, застосовуючи його як інструмент розширення власного науково-технічного потенціалу. Як правило, корпоративні структури зацікавлені у практичній реалізації результатів інноваційного розвитку. Вони здійснюють відбір ідей та проектів, під які доцільно виділити кошти, та здійснюють поточний контроль за ходом досліджень. Результати проекту зазвичай привласнюються корпорацією, що його фінансувала. Таким чином великі підприємства мінімізують свої витрати й ризик, пов'язаний із відволіканням фінансових і трудових ресурсів на проведення досліджень.

В Україні венчурне фінансування ще не набуло необхідного поширення й розвитку. У цьому важливу роль могли б відіграти великі компанії, а також банки. Проте перші поки що не бажають так ризикувати, а другі більше турбуються про повернення наданих кредитів, ніж про інвестування в ризиковий бізнес. Очевидним є те, що держава повинна заохочувати існування венчурного малого та середнього підприємництва через надання переваг засновникам фондів венчурного фінансування в оподаткуванні тієї

частини коштів, яка спрямовується на розвиток інноваційної діяльності регіону (в розвинутих країнах вкладені в науково-інноваційну сферу гроші взагалі вилучаються із оподаткування). У цьому процесі важливу роль відіграє налагоджена співпраця між владними структурами та працівниками науково-інноваційної сфери. Така співпраця сприяє розвитку регіону й держави, з одного боку, а також дає можливість представникам влади залучати до роботи з інноваційними проектами молодих фахівців і науковців та підвищувати рівень професійної майстерності своїх працівників, з другого боку [22]. Не менш важливим фактором у цьому процесі є встановлення міцних зв'язків між великими й малими підприємствами, а також надання останнім вчасної та корисної інформації про можливості розвитку через венчурне фінансування.

Близькою до венчурного фінансування є технологія бізнес-інкубування. Інкубатори надають малим інноваційним фірмам на певний період приміщення та необхідне обладнання, забезпечують їх на пільгових засадах консультаціями з економічних і юридичних питань, виконують організаційне та рекламне забезпечення (у тому числі комп'ютерне), проводять експертизу інноваційних проектів (науково-технічну, екологічну, комерційну), ведуть пошук інвесторів, дають можливість скористатися своїм досвідним виробництвом.

Перший у світі бізнес-інкубатор з'явився в 1959 році в США, коли працівники однієї з фабрик, що припинила свою роботу, створили в її приміщенні свої підприємства. Активно розвиватися бізнес-інкубатори почали у 80-х роках. За 20 років у світі з'явилося більше тисячі бізнес-інкубаторів, і їхня чисельність зростає. Лише в 90-х роках завдяки їх діяльності малий бізнес створив близько 80% нових робочих місць у Європі та США. Практика свідчить, що значно більше інноваційних малих підприємств виживають у конкурентному середовищі в межах інкубаторів, ніж поза ними. Потреба в бізнес-інкубаторах спричинена тим, що протягом трьох років виживають лише 14-30% новостворених малих підприємств. Тоді

як у бізнес-інкубаторі ця чисельність значно зростає й становить 85-86% [23].

У 1998 р. у США нараховувалося понад 350 фірм-інкубаторів, що виникли з метою організації нових підприємств, і в тому числі – інноваційних, а до 1980 р. їх було близько 10. Серед відомих американських компаній, які володіють бізнес-інкубаторами, є «Дженерал-електрик» та «ІВМ». Материнська компанія фінансує значну суму витрат, пов'язаних зі становленням малої інноваційної фірми (до 80%), що надає можливість їй пізніше повністю викупити малу інноваційну фірму та організувати на її базі свої дослідно-експериментальні, конструкторські або виробничі підрозділи. Вартість створення одного робочого місця, що входить до складу інкубатора, дорівнює в середньому 1109 дол., а відкриття його за традиційними проектами – 3058 дол., тобто у 2,8 рази дорожче [24].

Виділяють кілька способів зв'язку бізнес-інкубатора із корпорацією-засновником інкубатора [8]:

- інкубатор та результати його діяльності є повною власністю корпорації;
- корпорація фінансує лише створення інкубатора, деякі його витрати й надає гарантії на отримання кредитів інноваційним малим підприємствам;
- інкубатор самостійно розпоряджається своєю власністю й доходами, уклавши із корпорацією ліцензійну угоду на право розвивати нові фірми для розробки і продажу фірмової продукції.

Загалом, налагодження відносин між малими й великими підприємствами у процесі створення й діяльності бізнес-інкубатора дає можливість виконувати такі завдання:

- розподіляти й мінімізувати ризики, пов'язані з впровадженням інновацій;
- створювати нові виробничі можливості;
- ефективніше використовувати досвід і ресурси обох сторін;



– швидше й ефективніше досягати цілей.

І, нарешті, лізинг як форма виробничо-фінансової інтеграції малих, середніх і великих підприємств є одним із дієвих методів оновлення матеріально-технічної бази малих і середніх фірм через стимулювання інвестиційної активності, залучення вкладень у розвиток бізнесу.

Потреба в лізингу викликана насамперед фінансовими труднощами, зокрема, невеликими шансами малого й середнього підприємництва отримати банківські кредити через неможливість надати тверді гарантії їх повернення. З іншого боку, власні кошти малих і середніх підприємств також обмежені, а тому їх не можна спрямувати на забезпечення ефективного розвитку.

Перевагами лізингової форми фінансування для малих і середніх фірм є, зокрема, такі [25]:

- 1) стовідсоткове кредитування, яке не вимагає негайного початку платежів (лізингові платежі, як правило, починаються після постачання майна або пізніше);
- 2) набагато простіше отримання в порівнянні з кредитом;
- 3) залучення великих коштів;
- 4) можливість отримати обладнання шляхом оренди на вигідніших умовах, ніж за контрактами купівлі-продажу;
- 5) можливість оперативно реконструювати виробництво й направляти зекономлені кошти на інші потреби;
- 6) можливість отримання додаткових інвестицій від іноземних партнерів у формі майна.

У столітті бурхливого науково-технічного прогресу, а звідси, й надшвидкого не тільки матеріального, а й морального старіння технічних засобів, лізинг виступає найбільш оптимальною альтернативою розвитку виробництва для малих і середніх фірм. Свідченням цього є той факт, що станом на початок 2009 р. в Україні було зареєстровано 790 лізингових

центрів, тобто майже у 2 рази більше від попереднього року, та більше ніж у 10 разів – у порівнянні з 2001 роком [26, с.170].

Отже, взаємодія малих, середніх і великих підприємств дає можливість ефективно поєднати підприємницьку чутливість і динамічну реакцію малих та середніх фірм із менеджментом, комерційними й технічними навичками та розгалуженими господарськими стосунками великих підприємств через безліч форм співпраці – субпідряд, франчайзинг, венчурне фінансування, бізнес-інкубування, лізинг. Це в результаті створює такі можливості, які за інших умов були б надзвичайно складними або й зовсім нереальними.

#### **Список використаних джерел:**

1. Boltons. Small Firms: Report of the Committee of Inquiry on Small Firms. – UK: HMSO Cmnd. 4811, November 1971. – P.28.
2. Бабицкий А. «Слоны» и «моськи» рыночной экономики: (Малые предприятия в структуре народного хозяйства Украины и др. стран) / А.Бабицкий // Віче. – 1999. – № 9. – С.27-33.
3. Биковець В. Малий і середній бізнес – майбутнє України: Спілка підприємців малих, середніх і приватизованих підприємств / В.Биковець // МК Злагода. – 2001. – №2.
4. Богиня Э. Комплексное исследование проблем малого предпринимательства / Э.Богиня // Економіка. Фінанси. Право. – 2003. – № 1. – С.10-12.
5. Кропоткин П. Поля, фабрики и мастерские / П.А.Кропоткин. – М., 1988. – 235 с.
6. Воротіна Л. Можливості збереження підприємств сектору малого бізнесу економіки України / Л.І.Воротіна // Теоретичні та прикладні питання економіки. Збірник наукових праць. – 2009. – Вип.19. – С.32-37 [Електронний ресурс]. – Режим доступу до журн.: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/tppe/2009\\_19/Zb19\\_05.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/tppe/2009_19/Zb19_05.pdf)

7. Афанасьев В. Анатомия отечественного малого бизнеса / В.Афанасьев // Российский экономический журнал. – 1993. – №2. – С.55-65.
8. Щедрина Т. Особенности трансферу технологий в корпоративных структурах / Т.И.Щедрина // Экономика і прогнозування. – 2006. – С.89-100 [Электронный ресурс]. – Режим доступа до журн.: [http://www.ief.org.ua/Arjiv\\_EP/Shchedrina206.pdf](http://www.ief.org.ua/Arjiv_EP/Shchedrina206.pdf)
9. Богма О. Кластер як приклад ефективної взаємодії великих та малих підприємств / О.С.Богма [Электронный ресурс]. – Режим доступа до журн.: [http://www.rusnauka.com/NPM\\_2006/Economics/13\\_bogma%20e.s..doc.htm](http://www.rusnauka.com/NPM_2006/Economics/13_bogma%20e.s..doc.htm)
10. Трошанов С. Финансирование малых компаний в США / С.Е.Трошанов // США и Канада. – 2005. – №9. – С.59-67.
11. Коно Т. Стратегия и структура японского предпринимательства / Т.Коно. – М.: Прогресс, 1987. – 250с.
12. Бухвальд Е. Российская модель взаимодействия крупного и малого предпринимательства / Е.Бухвальд, А.Виленский // Вопросы экономики. – 1999. – №12. – С.68.
13. Омельченко Е. К проблеме взаимодействия малого и крупно-корпоративного предпринимательства в современном общественном производстве / Е.Омельченко // Российский экономический журнал. – 2002. – №8. – С.84-87.
14. Карпенко Н. Інтеграційні моделі розвитку малого бізнесу / Наталія Карпенко // Журнал «Схід» [Электронный ресурс]. – Режим доступа до журн.: [http://experts.in.ua/baza/analitic/index.php?ELEMENT\\_ID=27421&print=Y](http://experts.in.ua/baza/analitic/index.php?ELEMENT_ID=27421&print=Y)
15. Взаимодействие малых предприятий с крупным производством на региональном уровне. – М.: Институт стратегического анализа и развития предпринимательства, 1998. – 282 с.
16. Говорушко Т. Малий бізнес / Т.А.Говорушко, О.І.Тимченко. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 200 с.

17. Варналій З. Мале підприємництво: основи теорії і практики / Захарій Степанович Варналій. – 3-є вид., стер. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2005. – 302 с.
18. Литвиненко В. Малий бізнес у світовій економіці: Монографія / В.М.Литвиненко. – Київ-Ніжин: ТОВ «Видавництво «Аспект-Поліграф», 2004. – 180 с.
19. Загородній А. Фінансово-економічний словник / А.Г.Загородній, Г.Л.Вознюк. – Львів: Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2005. – 714 с.
20. Рыкова И. Франчайзинг в деятельности отечественных производителей / И.В.Рыкова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – №1. – С.81-88.
21. Іжик Х. Договір франчайзингу – запорука успіху малого бізнесу / Х.Б.Іжик, О.Б.Курило // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. – 2006. – Вип.16.1. – С.362-368.
22. Зілгалова О. Засоби державної підтримки розвитку малих і середніх підприємств / Оксана Андріївна Зілгалова // Вісник КНТЕУ. – 2007. – №4. – С.72-80.
23. Бізнес-інкубатор: середовище взаємодії великих і малих підприємств // Аналітичний центр «Академія» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до журн.: <http://www.academia.org.ua/?p=263>
24. Зілгалова О. Розвиток інноваційного підприємництва в умовах трансформаційної економіки / Оксана Андріївна Зілгалова // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. – 2008. – №18.8. – С.188-192.
25. Варналій З. Розширення коопераційних зв'язків великих та малих підприємств як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємництва України / Захарій Степанович Варналій, Сергій Георгійович Дрига // Український фонд підтримки підприємництва. Публікації та статті. – С.1-12 [Електронний ресурс]. – Режим доступу до журн.: [http://ufpp.kiev.ua/states/driга\\_8.pdf](http://ufpp.kiev.ua/states/driга_8.pdf)

26. Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні:  
Національна доповідь. – К.: ЛОГОС, 2009. – 180 с.

*В статье проанализированы основные формы и направления организации эффективного сотрудничества малого, среднего и крупного бизнеса в условиях современного экономического развития. Основное внимание акцентируется на важности взаимодействия малого, среднего и крупного бизнеса для реализации обоюдных преимуществ развития. В работе конкретизированы причины появления основных форм сотрудничества и интеграции малых и крупных предприятий, их преимущества и направления эффективной реализации.*

**Ключевые слова:** *предпринимательство, малый и средний бизнес, крупный бизнес, субподряд, франчайзинг, лизинг, венчурное финансирование, бизнес-инкубатор.*

*The basic forms and areas of effective cooperation between small, medium and large businesses in the modern economic development are discussed in the article. Main attention is emphasized on the importance of interaction between small, medium-sized and large businesses in order to realize mutual benefits of development. The causes of the main forms of small and large enterprises cooperation and integration, their strengths and areas of effective implementation are also specified in the work.*

**Keywords:** *entrepreneurship, small and medium business, large business, subcontracting, franchising, leasing, venture financing, business incubator.*