

С. В. Богдан,
викладач кафедри економіки і управління, Українсько-Російський інститут (філія)
в м. Чернігові Московського державного відкритого університету імені В. С. Чорномирдіна

ДОСЛІДЖЕННЯ КООПЕРАЦІЙНИХ ЗВ'ЯЗКІВ ВЕЛИКИХ І МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ІННОВАЦІЙНИЙ І РЕГІОНАЛЬНИЙ РОЗВИТОК

RESEARCHES OF COOPERATION CONNECTIONS OF LARGE AND SMALL ENTERPRISES AND
THEIR INFLUENCE ARE ON INNOVATIVE AND REGIONAL DEVELOPMENT

Наведено результати опитування малих підприємств, яке мало за мету дослідження співпраці малих підприємств із великими компаніями та її вплив на інноваційний розвиток. Зроблений висновок про наявність можливості та необхідності більш інтенсивно використовувати потенціал співпраці малих та великих підприємств за умов підтримки з боку регіональних органів управління підприємництвом.

The results of the survey of small enterprises aiming to study the issue of collaboration of small enterprises with large companies and its influence on innovation development are described. It is concluded that there exist capabilities and a necessity to intensify the use of the potential of cooperation between small and large enterprises under the conditions of support on behalf of the regional bodies of entrepreneurship governance.

Ключові слова: Великі підприємства, малі підприємства, інноваційна взаємодія великого та малого бізнесу.

Key words: large enterprises, small enterprises, innovative cooperation of large and small business.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Ринкове середовище економіки України передбачає наявність та функціонування різних суб'єктів підприємницької діяльності. Сектор малого бізнесу містить у собі достатній потенціал для стабільного розвитку економіки. Однак сьогодні незадовільним є стан бізнес-середовища, спричинений відсутністю підтримки з боку держави і саме малий бізнес переживає досить складний період: фінансова криза, ускладнення умов господарювання, які спричинили погіршення результатів їх діяльності, у тому числі і в інноваційній сфері. Тому досить важливою проблемою залишається формування ефективної взаємодії підприємств великого та малого бізнесу і її впливу на інноваційний та регіональний розвиток [7].

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Проблема взаємодії малого та великого бізнесу в економіці досліджується у працях як зарубіжних, так і українських науковців, серед яких: Д. Аткинс [1], Н. Єгорова [5], М. Ахмадєєв [2], О. Ніконова [6], І. Дибач [4], А. Чепуренко [9], З. Варналій [3] та інші.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Стаття присвячена дослідженню коопераційних зв'язків між малими і великими підприємствами і їх впливу на інноваційний і регіональний розвиток.

Таблиця 1. Структура вибірки за віком малих підприємств

Вікова група підприємств	Кількість	%
24-48 міс.	34	31,19
49-119 міс.	46	42,20
120 міс. +	29	26,61
Кількість респондентів	109	100,0

Джерело: власні результати, 2010 р.

Таблиця 2. Розподіл малих підприємств за ознакою "Історія створення підприємства"

Історія створення	Кількість	%
Новостворене	84	77,1
Приватизоване	8	7,3
Змінило форму	17	15,6
Кількість респондентів	109	100,0

Джерело: власні результати, 2010 р.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

З метою аналізу коопераційних зв'язків великого і малого підприємництва було проведено емпіричне дослідження інноваційності та співробітництва великих і малих підприємств на прикладі Чернігівської області, яке включало: анкетне опитування 109 малих підприємств; проведення поглиблених інтерв'ю із керівництвом п'яти великих підприємств промисловості та сфери

Таблиця 3. Розподіл малих підприємств за ознакою "Впровадження інновацій за останні 2 роки (2008–2009 рр.)"

Впровадження інновацій	Питома вага, %
Не було змін	10,1%
Нові продукти/послуги	47,7%
Модифіковані продукти/послуги	14,7%
Нові та модифіковані продукти/послуги	22,0%
Нові методи управління	5,5%
Кількість респондентів	109

Множинна відповідь: респонденти могли навести до 3-ох варіантів відповідей.

Джерело: власні результати, 2010 р.

Таблиця 4. Типи інновацій за видами діяльності малих підприємств респондентів, %

Тип інновацій	В	П	Т	Б	Вибірка
Новий дизайн	54,1%	31,6%	72,0%	88,9%	53,2%
Нова технологія	64,9%	44,7%	24,0%	44,4%	46,8%
Нові матеріали	67,6%	50,0%	48,0%	77,8%	57,8%
Нова упаковка	10,8%	15,8%	56,0%	0,0%	22,0%
Новий метод управління	37,8%	55,3%	32,0%	11,1%	40,4%
Нова послуга	0,0%	10,5%	0,0%	0,0%	3,7%
Кількість респондентів	37	38	25	9	109

Скорочення: В — виробництво; П — послуги; Т — торгівля; Б — будівництво.

Множинна відповідь: респонденти могли навести до 3-х варіантів відповідей.

Джерело: власні результати, 2010 р.

послуг та інтерв'ю з представниками державних і недержавних організацій зі сприяння розвитку підприємництва та інновацій м. Чернігова. Далі наведемо ґрунтовні результати опитування малих підприємств.

Анкетне опитування проводилось у м. Чернігові у березні-серпні 2010 року, у ньому взяли участь власники 109 малих підприємств чисельністю від 1 до 50 чоловік (включно), які працювали у сферах виробництва, послуг, торгівлі та будівництва і мали досвід роботи не менше 24 місяців.

Анкета включала наступні основні розділи: дані про підприємця; характеристики підприємства; інноваційна діяльність підприємства; коопераційні зв'язки з великими підприємствами; зовнішня підтримка малих підприємств.

Більшість опитаних підприємців (85,3%) були власниками підприємства, тобто особами найбільш досвідченими в справах свого бізнесу. Серед респондентів були підприємці різного віку, статі, освітнього рівня і попереднього досвіду роботи. Найбільш представницькі вікові групи — це підприємці у віці 31—40 років (37,6%) і 41—50 років (37,6%); проте серед респондентів були представники молодшого покоління у віці до 30 років. Більше чверті респондентів (25,7%) були жінки-підприємці.

Половина респондентів прийшла в бізнес, маючи досвід роботи в державній виробничій сфері (50,5%), тобто працювали на державних підприємствах. Цей факт можна інтерпретувати, з одного боку, як недолік (відсутність досвіду управління бізнесом), але з іншого боку, даний вид попередньої зайнятості може забезпечувати власників малих підприємств необхідними виробничими навичками і наявністю корисних контактів, зокрема серед керівників і співробітників великих підприємств. На момент опитування до 2010 року приватний бізнес активно розвивався в Україні протягом майже 20 років (і, навіть довше, якщо брати до уваги середину 1990-х років, коли створювалися перші кооперативи). Не дивно, що майже третина респондентів своєю попередньою зайнятістю назвали "приватний бізнес" (28,4%).

Відповідно до програми дослідження в опитування були включені підприємства, які мали досвід роботи не менше 24 місяців (або двох років). Для подальшого аналізу у виборці були виділені три категорії малих підприємств за віком підприємств: від 2 до 4 років, від 4 до 10 років і підприємств із досвідом роботи більше 10 років. У таблиці 1 представлена структура вибірки за віком малих підприємств.

Більшість малих підприємств у виборці (77,1%) були новоствореними підприємствами, проте 7,3% були створені шляхом приватизації, а 15,6% змінили організаційно-правову форму (табл. 2). Невисокий відсоток приватизованих підприємств може пояснюватися розмірами підприємств.

За чисельністю персоналу обстежені підприємства поділяються на дві приблизно рівні групи: мікропідприємства з чисельністю до 10 чоловік включно і малі підприємства з чисельністю від 11 до 50 чоловік. Розподіл малих підприємств на дані дві групи зроблено з метою виявлення відмінностей в оцінках респондентів залежно від розміру бізнесу.

У рамках обстеження малих підприємств автором була проаналізована їх інноваційна діяльність. Переважна більшість респондентів зазначили, що за останніх 2 роки (2008—2009 рр.) на підприємствах були впроваджені нові або модифіковані продукти і послуги, а також нові методи управління. Тільки 10,1% респондентів зауважили, що ніяких змін не було (табл. 3).

У дослідженні було використано поняття інновацій у широкому сенсі, включаючи технологічні та організаційні інновації. За результатами опитування найчастіше впроваджувалися такі типи інновацій, як "Нові матеріали" (57,8%), "Новий дизайн" (53,2%) і "Нова технологія" (46,8%). Респонденти могли вибрати від 1 до 3 типів інновацій, найбільш характерних для їх бізнесу. Спостерігаються деякі відмінності залежно від виду діяльності, розміру і віку малих підприємств. Виробничі малі підприємства частіше за інші сектори вказували на такий тип інновацій, як "Нова технологія". Для малих підприємств сектора послуг типовішим було впровадження нових методів управління (55,3%). "Новий дизайн" і "Нова упаковка" є інноваціями переважно для торгових підприємств (таблиця 4). Впровадження таких інновацій, як "Новий дизайн" і "Нові матеріали", був типовішим для будівельних малих підприємств.

Інноваційна активність підприємств багато в чому визначається прагненням і установками власників, а також їх знаннями і інформованістю. Результати опитування підтверджують, що переважна більшість власників малих підприємств як джерело інновацій використовують, перш за все, інноваційні ресурси власного підприємства (88,1%). Проте зустрічаються випадки, коли підприємці використовують інноваційні продукти інших підприємств (57,8%) або впроваджують інновації в результаті співпраці з іншими малими підприємствами (26,6%). На жаль, такі джерела інновацій, як співпраця з науково-дослідними інститутами або вузами, а також співпраця з великими підприємствами складають невеликий відсоток вибірки: 6,4% і 2,8% відповідно.

На думку респондентів, більше всього впровадженню інновацій на їх підприємствах перешкоджає відсутність і нестача фінансових коштів. Так вважають 97,2% опитаних підприємців (табл. 5). На другому місці серед перешкод для інноваційної діяльності знаходиться такий чинник, як несприятливе середовище (48,6%). Відсутність зовнішньої допомоги і відсутність необхідного устаткування є бар'єром для інновацій для 33,9% і 31,2% респондентів.

Одним із можливих важелів сприяння інноваційному розвитку малих підприємств може стати активізація коопераційних зв'язків із великими підприємствами. У ході опитування ми проаналізували роль великих підприємств у створенні малих підприємств, їх досвід роботи (у своєму місті або області, в інших областях України, у країнах СНД, у країнах далекого зарубіжжя), частку продукції або послуг, яку поставляють та споживають великі підприємства по відношенню до малих підприємств, ефект співпраці малих підприємств із великими підприємствами, джерела кредитування малих підприємств (фінансування капіталовкладень, кредитування оборотних коштів), труднощі малих підприємств щодо взаємин із банками, рівень допомоги та підтрим-

Таблиця 5. Перешкоди для інновацій за видом діяльності малих підприємств респондентів, %

Перешкоди для інновацій	В	П	Т	Б	Вибірка
Недостатність інформації	16,2%	13,2%	4,0%	0,0%	11,0%
Недостатність зовнішньої допомоги	29,7%	44,7%	32,0%	11,1%	33,9%
Недостатність фінансів	97,3%	94,7%	100,0%	100,0%	97,2%
Недостатність обладнання	51,4%	26,3%	12,0%	22,2%	31,2%
Недостатність знань	10,8%	15,8%	8,0%	0,0%	11,0%
Патентування	21,6%	7,9%	20,0%	11,1%	15,6%
Ліцензування	0,0%	5,3%	12,0%	0,0%	4,6%
Середовище	48,6%	36,8%	48,0%	100,0%	48,6%
Інше	2,7%	0,0%	4,0%	0,0%	1,8%
Кількість респондентів	37	38	25	9	109

Скорочення: В — виробництво; П — послуги; Т — торгівля; Б — будівництво.

Множинна відповідь: респонденти могли навести до 3-х варіантів відповідей.

Джерело: власні результати, 2010 р.

ки, яку отримують малі підприємства від регіональної адміністрації та інших організацій (центральної влади, місцевої адміністрації, торгівельно-промислових палат і асоціацій, спеціальних фондів підтримки підприємств, малих вітчизняних фірм-партнерів, великих вітчизняних підприємств-партнерів, зарубіжних партнерів).

Було виявлено різні варіанти впливу великих підприємств на створення та роботу малих підприємств (таблиця 6). Найчастіше фірма створювалася під потреби великих підприємств (52,3%), технічні розробки, зроблені на великих підприємствах (35,8%), власники

Таблиця 6. Роль великого підприємства у створенні малих підприємств респондентів, %

Роль ВП у створенні МП	В	П	Т	Б	Вибірка
Ви прийшли з ВП	21,6%	21,1%	12,0%	66,7%	22,9%
Працівники з ВП	16,2%	7,9%	16,0%	55,6%	16,5%
Продовжуєте працю на ВП	0,0%	2,6%	4,0%	11,1%	2,8%
Оренда приміщення на ВП	2,7%	0,0%	8,0%	0,0%	2,8%
Оренда обладнання ВП	8,1%	10,5%	0,0%	0,0%	6,4%
Технічні розробки ВП	48,6%	23,7%	40,0%	22,2%	35,8%
Фірма була створена під потреби ВП	64,9%	50,0%	52,0%	11,1%	52,3%
Розпад ВП	8,1%	7,9%	4,0%	22,2%	8,3%
Зв'язків немає	5,4%	23,7%	16,0%	0,0%	13,8%
Кількість респондентів	37	38	25	9	109

Скорочення: В — виробництво; П — послуги; Т — торгівля; Б — будівництво.

Множинна відповідь: респонденти могли навести до 3-ох варіантів відповідей.

Джерело: власні результати, 2010 р.

Таблиця 7. Ефект співпраці з великими підприємствами за видами діяльності малих підприємств респондентів, %

Ефект співпраці з ВП	В	П	Т	Б	Вибірка
Стабільність постачань	67,6%	52,6%	76,0%	22,2%	60,6%
Якість товарів і послуг	27,0%	21,1%	24,0%	0,0%	22,0%
Своєчасність платежів	13,5%	28,9%	44,0%	0,0%	24,8%
Залучення до держзамовлень	2,7%	5,3%	0,0%	0,0%	2,8%
Експорт	32,4%	13,2%	16,0%	33,3%	22,0%
Консультації і навчання	32,4%	42,1%	20,0%	55,6%	34,9%
Реалізація власних інновацій	24,3%	28,9%	12,0%	11,1%	22,0%
Фінансова підтримка	70,3%	60,5%	60,0%	88,9%	66,1%
Попередня оплата	27,0%	21,1%	12,0%	55,6%	23,9%
Ризик неплатежів	0,0%	0,0%	8,0%	11,1%	2,8%
Надмірна бюрократизація	0,0%	5,3%	12,0%	11,1%	5,5%
Кількість респондентів	37	38	25	9	109

Скорочення: В — виробництво; П — послуги; Т — торгівля; Б — будівництво.

Множинна відповідь: респонденти могли навести до 3-ох варіантів відповідей.

Джерело: власні результати, 2010 р.

малих підприємств прийшли в бізнес із великого підприємства (22,9%). Однак 13,8% підприємців вважають, що великі підприємства не відіграють важливої ролі у створенні малих підприємств.

Аналізуючи досвід роботи малих підприємств із великими підприємствами ми можемо відзначити, що у своєму місті, області малі підприємства підтримують постійні контакти з великими підприємствами (68,8%), більше того, працюють у тісній виробничій кооперації (12,8%), окрім будівельних підприємств. Серед вікових груп підприємства з меншим досвідом роботи більш схильні до кооперації з великими підприємствами.

Малі підприємства мають менше контактів із великими підприємствами поза межами свого міста (області): 35,8% респондентів схиляється до відповіді "немає контактів" в інших областях України і, в основному, це виробничі малі підприємства, але 64,2% респондентів стверджують про наявність торгових зв'язків

Таблиця 8. Частка респондентів, які відчувають допомогу і підтримку своїх малих підприємств із боку наступних організацій за видами діяльності, %

Організації	В	П	Т	Б	Вибірка
Центральні органи влади	21,6%	7,9%	4,0%	0,0%	11,0%
Місцева адміністрація	91,9%	81,6%	72,0%	100,0%	84,4%
Торгівельно-промислова палата і асоціації	24,3%	7,9%	24,0%	0,0%	16,5%
Фонди (спеціальні фонди підтримки)	0,0%	5,3%	4,0%	11,1%	3,7%
Малі вітчизняні фірми-партнери	37,8%	55,3%	48,0%	33,3%	45,9%
Великі вітчизняні підприємства-партнери	75,7%	47,4%	68,0%	44,4%	61,5%
Зарубіжні партнери	21,6%	15,8%	20,0%	11,1%	18,3%
Кількість респондентів	37	38	25	9	109

Скорочення: В — виробництво; П — послуги; Т — торгівля; Б — будівництво.

Множинна відповідь: респонденти могли навести до 3-х варіантів відповідей.

Джерело: власні результати, 2010 р.

із великими підприємствами — це свідчить про те, що малі підприємства працюють не тільки на внутрішньому, але й починають освоювати зовнішні ринки. 55,6% власників малих будівельних підприємств мають разові контакти з великими підприємствами. У країнах СНД та в країнах далекого зарубіжжя контакти практично відсутні (74,3% та 85,3% респондентів відповідно). Причин цьому може бути багато: малі підприємства в основному здійснюють торгову діяльність на вітчизняному ринку і частково в інших областях України, і, можливо їм не вигідно підтримувати торгові зв'язки з великими підприємствами у країнах СНД та країнах далекого зарубіжжя, або ж цьому не сприяють законодавчі умови ведення бізнесу, відсутність певних знань про зарубіжні ринки тощо.

За результатами опитування найчастіше респонденти обирали такі види ефекту від коопераційних зв'язків, як "Фінансова підтримка", "Стабільність постачань" і "Консультації та навчання персоналу". Спостерігаються деякі відмінності залежно від видів діяльності малих підприємств (табл. 7). Наприклад, торгівельні малі підприємства найчастіше за інші сектори вказували на такі види ефекту, як "Стабільність постачань", "Фінансова підтримка" та "Своєчасність розрахунків і платежів". Малі підприємства сфери будівництва обрали дещо інші ефекти від коопераційних зв'язків: "Фінансова підтримка", "Консультації та навчання персоналу", "Надання попередньої оплати при закупівлі товарів і послуг".

Окрім позитивних видів ефектів від коопераційних зв'язків були також і негативні: "Ризик неплатежів" та "Надмірна бюрократизація". Такий ефект, як "Ризик неплатежів", характерний для малих торгівельних та будівельних підприємств, "Надмірна бюрократизація" притаманна ще й малим підприємствам сфери послуг.

Можна виділити наступні сфери кооперації між малими та великими підприємствами: основне виробництво та виробництво комплектуючих, ремонт устаткування, наукові дослідження і розробки, постачання та збут готової продукції. Власники малих підприємств очікують від співробітництва з великими підприємствами фінансової підтримки, стабільних постачань продукції та послуг та надання консультацій і навчання персоналу.

У ході дослідження коопераційних зв'язків малих і великих підприємств певна увага приділялась зовнішній підтримці малих підприємств, а саме фінансуванню капіталовкладень та кредитуванню оборотних коштів.

За результатами опитування найчастіше джерелами фінансування капіталовкладень та кредитування оборотних коштів для малих підприємств виступають "Власні накопичення", "Регіональні або муніципальні комерційні банки" та "Великі підприємства-партнери".

Наступним і заключним питанням, яке розглядалося в ході опитування власників малих підприємств, було дослідження організацій та регіональної адміністрації, які надають допомогу та підтримку малим підприємствам (табл. 8).

В ході опитування власники малих підприємств зазначили, що в більшій мірі відчувають підтримку від місцевої адміністрації (84,4%), великих вітчизняних підприємств-партнерів (61,5%), малих вітчизняних фірм-партнерів (45,9%), менше — від зарубіжних партнерів (18,3%), торгівельно-промислової палати (16,5%), центральних органів влади (11%). Досить цікавим залишається той факт, що власники малих підприємств практично не отримують допомоги та підтримки від спеціальних фондів підтримки підприємництва (3,7%).

Перехід України на інноваційний розвиток є важливим для підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки. Водночас варто зауважити, що через світову фінансово-економічну кризу бракує коштів для збільшення інвестицій в інноваційні проекти, а без цього інноваційний розвиток неможливий [8].

Після підписання угоди про партнерство і співробітництво з Європейськими співтовариствами Указом Президента України затверджено Стратегію інтеграції України до Європейського Союзу, якою визначено курс на розвиток національної економіки за інноваційною моделлю.

Слід зазначити, що серед країн Європейського Союзу мінімальні показники інноваційної активності мають Португалія — 26% та Греція — 29%, але навіть вони у два рази вищі, ніж в Україні [8].

Як показує досвід розвинених країн світу, вплив інноваційного фактора на економіку має відбуватися шляхом узгодження інноваційної політики з науково-технічною, бюджетно-фінансовою, грошово-кредитною, промисловою та зовнішнь-торгівельною політикою й за умови досягнення єдності інтересів і встановлення злагоджених стосунків між суспільством, державою, владою, бізнесом та іншими громадськими і науковими інститутами [8].

ВИСНОВКИ

Досліджуючи коопераційні зв'язки великих і малих підприємств, слід відмітити, що в економічно-розвинених країнах малі підприємства є невід'ємною частиною виробничої структури великих підприємств, що використовують ринкову і структурну гнучкість малих підприємств, їх інноваційні можливості. Необхідність у співробітництві великого та малого бізнесу обумовлена тим, що малі підприємства, з одного боку, значно активніші і сприйнятливіші до технічних нововведень, ніж великі виробничі структури. З іншого боку, у малого підприємства обмежені можливості отримання необхідної інформації, воно залежить від постійної підтримки його зовнішніми інвестиціями. Інноваційне мале підприємство найчастіше базується на ризиковій інноваційній діяльності. На відміну від нього на великих підприємствах створюються максимально сприятливі умови для залучення інвестицій, акумулювання надходжень із різних джерел. Тому існує необхідність розумного використання переваг малих підприємств, розширення масштабів інноваційного підприємництва і сполучення в економіці малого та великого бізнесу.

У ході проведеного дослідження ми відзначили як позитивні, так і негативні чинники щодо взаємодії великого та малого бізнесу регіону. Автор зазначає, що результати опитування великих та малих підприємств Чернігівської області підтверджують наявність коопераційних зв'язків великого та малого бізнесу, але відсутність інноваційного характеру цих зв'язків. У сучасних умовах зростає зацікавленість з боку великих фірм у співпраці із малими підприємствами, оскільки таким чином вони компенсують свою негнучкість та мають можливість перекласти ризик від здійснених операцій на своїх малих партнерів. У сучасній ринковій економіці зникає протистояння великих та малих підприємств. Саме тому наукові дослідження мають бути спрямовані на пошук шляхів подальшого об'єднання інтересів великого, середнього і малого бізнесу.

Література:

1. Аткинс Д. Практика бизнес-инкубирования: международный опыт [Электронный ресурс] / Д. Аткинс [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.nisse.ru>. — Название с экрана.
2. Ахмадеев М. Г. Инновационное взаимодействие малого, среднего и крупного предпринимательства [Электронный ресурс] / М. Г. Ахмадеев. — Режим доступа: <http://www.cemi.rssi.ru>. — Название с экрана.
3. Варналій З. Кооперація великих і малих підприємств як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємництва України / Варналій З., Дрига С. // Вісник КНТУ. — 2010. — № 1. — С. 5—16.
4. Дибач І. Л. Систематизація форм економічної інтеграції невеликих підприємств / Дибач І. Л. // Актуальні проблеми економіки. — 2009. — № 2. — С. 70—78.
5. Егорова Н. Е., Хачатрян С. Р. и др. Методы измерения взаимодействий малого и крупного бизнеса в ходе реструктуризации предприятий [Электронный ресурс] / Н. Е. Егорова, С. Р. Хачатрян и др. — Режим доступа: <http://www.cemi.rssi.ru>. — Название с экрана.
6. Никонова О. Е. Взаимодействие малого и крупного предпринимательства: системный подход / Никонова О. Е. // Проблемы современной экономики. — 2001. — № 4 (24). — С. 38—42.
7. Сороківська О. Особливості взаємодії малого бізнесу з корпоративним сектором економіки [Електронний ресурс] / О. Сороківська, Г. Машлій // Соціально-економічні проблеми і держава. — 2012. — Вип. (1). — С. 156—163. — Режим доступа: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2012/12soak-se.pdf>
8. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010—2020 роки в умовах глобалізаційних викликів / Г. О. Андрощук, І. Б. Жилияєв, Б. Г. Чижевський, М. М. Шевченко. — К.: Парламентське видавництво, 2009. — 632 с.
9. Чепуренко А. Ю. Взаимодействие малых предприятий с крупным производством на региональном уровне. (Аналитическое пособие) / А. Ю. Чепуренко. — М.: Институт стратегического анализа и развития предпринимательства, 1998. — 282 с.

Стаття надійшла до редакції 20.02.2013 р.