

*Кармазіна Н.В.,
канд.наук з держ.упр., доцент,
Академія муніципального управління, м. Київ*

ЕФЕКТИВНИЙ МЕХАНІЗМ ВЗАЄМОДІЇ РЕГІОНАЛЬНИХ ГОСПОДАРСЬКИХ СИСТЕМ

В статті розглядається механізм взаємодії регіональних господарських структур. Вивчено форми процесів інкорпорування суб'єктів господарювання та регіонального розміщення (локалізації) корпоративних структур. Проведено діагностику переваг і недоліків інструментів чистих активів регіональних економічних систем.

В статье рассматривается механизм взаимодействия региональных хозяйственных структур. Изучены формы процессов инкорпорации субъектов хозяйствования та регионального расположения (локализации) корпоративных структур. Проведено диагностику преимуществ и недостатков инструментов чистых активов региональных экономических систем.

The mechanism of co-operation of regional economic structures is examined in the article. The forms of processes of incorporation of subjects of menage and regional placing (localizations) of corporate structures are studied. It is conducted диагностика advantages and lacks of instruments of net assets of the regional economic systems.

Постановка проблеми. Завдяки стратегічному управлінню та за використання програмно-цільового підходу, дії окремих галузей промисловості інкорпорується в систему послідовних явищ. При цьому досягається результат (синергетичний ефект), одержати який в інший спосіб більш неможливо. Актуальним напрямом соціально-економічної трансформації є розвиток інтеграційних форм підтримки малого підприємництва. Вони реалізуються як через взаємодію малого підприємництва з великим, так і через інтеграцію малих підприємств шляхом формування товариств взаємного фінансування. Використання в повній мірі потенційних можливостей розвитку малого бізнесу перетворює його на дієвий механізм розв'язання економічних і соціальних проблем як окремих регіонів, так і країни в цілому.

Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій. Проблемам формування і розвитку в Україні малого та середнього підприємництва присвячені роботи таких видатних вчених, як А.В. Ломоносов, Т.В. Зарєвчачька, Є.І. Свідерський, З. Варналій, Т.А. Говорушко, В. Кредісов, О. Тимченко, І Кузнєцова, П. М'ягков, Ф. Шахмалов, О. Щур та інш.. А також не залишилися поза увагою і роботи зарубіжних авторів, в яких розглядаються проблеми підприємництва, - Р.Кантільона, А.Маршалла, М.Пітерса та інш. Однак повністю це питання не було вивчене і воно потребує подальшої розробки.

А що стосується питань загальних закономірностей, теоретичних основ і проблеми інтеграційних процесів, то це все було розглянуто у

працях: Н. Ігнатової, О. Гаврилюка, В. Парсяка, А. Румянцева, Ю. Шишкова та ін.

Але проблема інтеграції малого і середнього підприємництва досліджена недостатньо повно. Адже здебільшого у науковій літературі аналізуються лише питання інтеграції малого і великого бізнесу, стимули і принципи їхньої взаємодії, а також кінцеві результати. У випадках, коли увагу приділяють загальним формам інтеграції малого і середнього підприємництва, незалежно від того з ким вона здійснюється, то зазвичай здійснюють лише перелік і характеристику таких форм.

Практично немає аналізу специфіки малих і середніх підприємств, який саме і визначає вибір напрямів, методів і конкретних форм інтеграції. А також більшість авторів розглядають тільки організаційно-правову форму процесу інтеграції, залишаючи поза увагою ті її складові, які сприятимуть розвитку малого бізнесу.

Метою статті є дослідження теоретичних аспектів інтеграційних процесів в межах регіону з обґрунтуванням механізму вибору ефективних форм господарювання для регіонального розміщення (локалізації) корпоративних структур.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основним завданням інтеграції вбачають – стабілізацію вітчизняного ринку і зростання результатів господарювання окремих суб'єктів ринку.

Діяльність багатьох підприємств, не зважаючи на ряд таких переваг як незалежність дій, гнучкість управлінських рішень у реагуванні на зміну кон'юнктури ринку, можливість ефективної діяльності в умовах обмеженості і дефіциту ресурсів, великі шанси на швидкий матеріальний успіх, є збитковою і їх кількість значно скорочується. Це викликано, в першу чергу, посиленням податкового законодавства, ростом додаткових витрат на страхування, забезпечення умов праці, виконання умов соціального забезпечення тощо.

Але за допомогою впровадження нових механізмів і форм господарської організації дало можливість при цьому значно розширити можливості малих і середніх підприємств, що і призвело до зростання їх кількості.

У той же час, такий механізм визнається доцільним, якщо він буде спрямований на тісну взаємодію великих (середніх) за розмірами та обсягами діяльності підприємств із суб'єктами малого бізнесу [2, 6]. Малий бізнес не повинен їм протистояти. Тільки тісна інтеграція малого та великого бізнесу сприяє структурній перебудові економіки й прискоренню інноваційних процесів.

Тому зростання кількості малих і середніх підприємств супроводжується саме їхнім активним залученням в інтеграційні відносини.

Розвиваються різні форми інтеграційних об'єднань як вже відомі, так і принципово нові. Інтеграція стала однією з головних рушійних сил

сучасної економіки на всіх її рівнях (світовому, національному, регіональному, муніципальному) і сферах використання (у великому і малому підприємстві, реальному і фінансовому секторах економіки, науці і виробництві тощо).

Найбільш широко економічна інтеграція трактується як універсальна закономірність, що реалізується через посилення взаємодії різних господарювання суб'єктів і формування на його підставі стійких об'єднань. Інтеграція в економічному житті зростає паралельно збільшенню поділу праці та спеціалізації. Разом вони становлять сторони прояву єдиного процесу економічного розвитку [6].

Інтеграція малого і середнього підприємництва, у вузькому розумінні - це один з проявів універсальної закономірності. Її розвиток на сучасному етапі економічних перетворень пов'язаний з комплексом процесів, характерних для інноваційної економіки: зростання ролі науково-технічного прогресу, бурхливий розвиток інформаційних технологій, скорочення життєвого циклу продукту, перехід до малосерійного виробництва, орієнтація підприємств на задоволення індивідуальних потреб замовника.

Пропонують визначати інтеграцію малого і середнього підприємництва як об'єктивно стійкі організаційно-економічні відносини малих і середніх підприємств один з одним, великими фірмами і державою щодо об'єднання зусиль для підвищення ефективності використання всіх ресурсів національної економіки на мікро- і макрорівнях на сучасному етапі інноваційного розвитку.

Інтеграційні відносини малого і середнього підприємництва зазвичай розглядаються загалом, без виділення окремих частин і елементів, що мають власну принципово різну специфіку. Для аналізу такої специфіки і її впливу на процес інтеграції пропонують ділити мале і середнє підприємство на традиційне (фірми "рівня життя") й інноваційне ("підприємницькі фірми"). У США, за офіційними даними, до "підприємницьких" належать лише 4,7 % малих і середніх підприємств [2].

Розглядаючи механізм та економічний зміст інтеграційної взаємодії малого й великого бізнесу, необхідно зазначити наступне. Якщо метою останньої виступає процес отримання взаємної вигоди, а процес співпраці носить стійкий характер, між підприємствами, що створюють інтеграційну структуру, формується економічний симбіоз [3]. Тобто така стійка (довготермінова) економічна взаємодія підприємств-партнерів, результат якої визначається у вигляді ефекту, розмір якого значно перевершує економічний результат одноосібної дії кожного з учасників процесу.

Як визначає З.Варналій, форми інтеграції великих і малих підприємств не виступають у вигляді ідеальної моделі, яка виконує нову функцію, пов'язану із трансформаційними процесами в діяльності підприємств. Зміни в організаційно-економічній побудові підприємницької

діяльності сформовані в першу чергу існуючими вимогами ринку, суб'єкти якого і потребують такої взаємодії.

Саме вдало обрана інтеграційна структура сприяє появі у підприємств малого бізнесу значної кількості переваг, які в подальшому і дозволяють йому вийти із кризової ситуації, розширити обсяги виробництва, збільшити розмір прибутку та перейти до розряду конкурентоспроможних підприємств і, нарешті, подовжити період життєвого циклу бізнесу та забезпечити його стійке функціонування.

Великі підприємства, в свою чергу, також очікують від такої співпраці позитивних результатів, серед яких найбільш вагомими є - мінімізація кількості виробничих та збутових операцій, що впливають на зменшення витрат, скорочення технологічного циклу, здешевлення продукції тощо.

Аналіз досліджень і публікацій з даної теми свідчить, що переважна більшість науковців, які розглядали процес інтеграції малого та великого бізнесу, зосереджують свою увагу на таких найбільш поширених організаційно-економічних моделях(формах), як субпідряд (субконтракт), франчайзинг, лізинг та венчурний бізнес [5]. Змістом зазначених моделей є інтеграція (переплетення) функціональних сфер діяльності великих і малих підприємств [1, с. 154]. Водночас вони визначають тільки сутність обраної форми і не розглядають її зміст, який саме характеризує процес розвитку малого бізнесу.

Основною формою взаємодії великого та малого бізнесу виступає субконтрактна модель кооперування (субпідряд).

Субпідряд - це різновид ділового партнерства між головною компанією та малими підприємствами, які працюють на основі подетальної та технологічної спеціалізації.

Сутність субпідряду полягає у довгострокових відносинах між великим (головним) підприємством, яке виступає основним виробником продукції, та значною кількістю малих підприємств, що працюють на принципі подетальної технологічної, модельної спеціалізації виробництва продукції [4].

Велике підприємство, на основі договору з малим підприємством, розміщує замовлення, визначає необхідну специфікацію виробів, надає сировину для її подальшої переробки тощо.

Малі підприємства (виконавці) працюють на основі спеціалізації виробництва продукції, що виробляється невеликими обсягами, або вузької номенклатури, здійснюють часткову чи заключну обробку отриманого матеріалу (сировини).

Механізм взаємодії учасників субконтрактної моделі полягає у двосторонніх умовах та вигодах, що їх отримують суб'єкти в процесі співпраці.

Основними складовими визначеної моделі виступають виробничі, економічні та ринкові процеси, в результаті яких кожний з учасників

отримує відповідний ефект, який визначається не тільки в економічному зростанні обсягів виробництва і збуту, але й стосується виробничого та трудового потенціалу.

Так, для великого підприємства такий ефект визначається через: технологічний розподіл праці; зменшення кількості етапів технологічного процесу; можливість здійснювати технологічне переоснащення; поновлення модельного ряду продукції; зменшення витрат виробництва; здешевлення продукції; просування товарної марки на інших сегментах ринку.

У свою чергу мале підприємство отримує наступні переваги від провідного підприємства [3]: надане в оренду приміщення та засоби виробництва; гарантоване замовлення на виконання роботи; участь у виробничому процесі та сфері обслуговування великого підприємства; можливість виконувати роботу під торговельною маркою великого підприємства; регулярне постачання сировини та матеріалів; гарантоване забезпечення збуту; постійна інформація щодо стану попиту та пропозиції на ринку продукції; результати проведених маркетингових досліджень.

Доволі часто малі підприємства укладають такі контракти із декількома великими підприємствами, тим самим поширюючи свої партнерські стосунки за межі одного ланцюга.

Реалізація субконтрактної моделі виступає важливою складовою стратегічного розвитку малого бізнесу, формує його незалежну, конкурентоспроможну позицію на ринку.

Друга модель розвитку малого бізнесу набула поширеного застосування у сфері розподілу товарів та послуг. У світовій практиці вона відома під назвою "франчайзинг". Франчайзинг (від французького "franchise" - пільга, привілеї) - підприємницька діяльність, яка здійснюється через отримання ліцензії.

У процесі взаємного співробітництва франчайзі, тобто мале підприємство, зобов'язується продавати товар чи надавати послуги на умовах, визначених франчайзером (провідним великим підприємством). В обмін на ці обов'язки мале підприємство отримує право користуватися товарним знаком великого підприємства, його іміджем, товарами чи послугами, маркетинговими технологіями та діючим механізмом підтримки. В деяких випадках провідне підприємство передає в оренду малому приміщення, обладнання тощо.

За отримання франшизи (дозволу) мале підприємство сплачує великому вступний внесок (паушальний платіж), а також регулярні платежі, які виступають сервісною платою (роялті) і визначаються у вигляді відповідного відсотка від виручки, або сплачуються фіксованою сумою. Це і є свого роду дозвіл на ведення бізнесу. В подальшому мале підприємство зобов'язується сплачувати франчайзеру орендні платежі, суми заборгованості за отриманий кредит, витрати на поточні

управлінські, фінансові та консультаційні послуги, а також витрати на маркетинг та рекламні заходи.

Більш детально франчайзингова модель розвитку малого бізнесу відображена на рис.1. У поданій моделі визначені ті умови, які беруть на себе кожна із сторін-учасників угоди. На нашу думку, їх необхідно розглядати з точки зору виробничих, економічних та ринкових процесів, участь в яких і приймають велике та мале підприємства.

Розглядаючи франчайзинг як модель розвитку малого бізнесу, необхідно сформулювати ті переваги (складові), які і впливають на зазначений процес. До таких ми віднесли наступні [1;2]: відкриття власної справи на вигідних стартових умовах; доступ до капіталу з більш низьким ступенем ризику; зниження первісних витрат; зниження ризику банкрутства; отримання передового досвіду та інформації у франчайзинговій мережі; набуття ефективних методів управління, підвищення професіоналізму і компетенції; постійне підвищення кваліфікації персоналу; використання інновацій головного підприємства.

Окрім переваг, визначена модель має і недоліки, які також впливають на розвиток малого бізнесу, але їх вплив є незначним. До таких в першу чергу належать: вартість франшизи; можливі фінансові проблеми через регулярну сервісну сплату; конкуренція між бажаними отримати франшизу; суворе дотримання процедур стандартизації; обмеженість обсягів збуту з боку франчайзера; обмеження асортименту продукції; обмеженість самостійності та скорочення підприємницької ініціативи; залежність від франчайзера в межах дотримання ним умов угоди; ризик через банкрутство материнської компанії.

Форма майстер франчайзингу полягає у тому, що франчайзер підписує базову угоду із субфранчайзером, який, в свою чергу, - угоди з багатьма франчазі на відповідному сегменті ринку.

Яскравим прикладом використання франчайзингової моделі в Україні є мережа відомих підприємств харчування, таких як фаст-фуд "Швидко", "Картопляна хата", "МакСмак", відомих ресторанів "Козирна карта", підприємств роздрібної торгівлі "Монарх", "Еконіка" тощо.

Головною привабливістю франчайзингу є те, що франчайзі отримує готове підприємство. Франчайзинг досягає успіху, процвітає, тому що поєднується стимул до власності малим підприємством з управлінською майстерністю великого бізнесу.

Постійна підтримка і контроль з боку франчайзера дає можливість власникам франшиз навчитися ефективним методам управління бізнесом. Практика франчайзингу в зарубіжних країнах продемонструвала, що франчайзі, знаходячись безпосередньо біля споживача, більш чутливі до коливань попиту в умовах конкуренції.

Розвиток франчайзингу в Україні буде сприяти вирішенню багатьох проблем формування малого підприємства:

- по-перше, притягнення до бізнесу великого кола осіб, які не можуть прийняти рішення займатися бізнесом без підтримки та навчання;

- по-друге, освоєння малим бізнесом нових технологій, розширення сфер діяльності малих підприємств;

- по-третє, підвищення якісного рівня підготовки кадрів для вітчизняного малого підприємництва.

На жаль, сьогодні поширення франчайзингової моделі серед підприємств малого бізнесу стримується через низку бар'єрів, серед яких найбільш впливовими є: нестабільність розвитку економіки; відсутність у більшості потенційних франчазі необхідного стартового капіталу; проблеми, що виникають при отриманні кредитів; а недосконалість правового забезпечення розвитку означеної моделі.

В процесі переходу до ринкових відносин одне з найважливіших місць у розвитку економічних структур почали займати орендні операції, а разом з ними і лізинг.

Лізинг здійснюється за договором лізингу, який регулює правові відносини між суб'єктами лізингу.

Привабливість лізингу в тому, що він надається суб'єктам малого підприємництва, що не мають достатньо капіталу для купівлі обладнання.

Для суб'єктів малого і середнього бізнесу лізинг забезпечує такі переваги: стовідсоткове кредитування, яке не потребує негайного початку платежів; договір підписується на повну вартість, а лізингові платежі є поточними і починають стягуватися після постачання майна; контракт за лізингом отримати значно простіше ніж позику; до лізингових операцій залучаються великі кошти банківських установ, акціонерних, страхових та ін.; можливість через лізинг отримання сучасних високопродуктивних технічних засобів та оперативно реконструювати виробництво; лізинг дає можливість отримати додаткові іноземні інвестиції для виробничої діяльності.

В розвинутих країнах - щорічний обсяг прямих інвестицій на лізинг досягає до 30%. В Україні лізинг, на жаль, ще не набув відповідного поширення.

Велике значення для підвищення життєздатності суб'єктів малого та середнього підприємництва має система організації доступу цих фірм до механізму передачі технологій та результатів наукових розробок у виробництво на основі їх кооперації з великими компаніями, завдяки венчурному фінансуванню [8].

Венчурне фінансування - інвестиції у вигляді кредитів або вкладень у акції, які здійснюють венчурні фонди з метою створення і розвитку малих інноваційних підприємств.

Венчурне (ризиковане) фінансування у широкому значенні - це вклад у ризикові, з погляду фінансових результатів, проекти, передусім у галузі високих технологій. Як правило, малі венчурні підприємства пов'язані зі сферою науково-дослідних і експериментально-конструкторських

розробок. Саме тому, венчурні підприємства розглядаються як малі інноваційні підприємства, які займаються апробацією, доробкою та доведенням до промислової реалізації “ризикових” інновацій.

Висновки: Отже, сьогодні спостерігається тенденція, коли великі підприємства відмовляються від деяких непрофільних функцій (правова підтримка, консалтинг, певні виробничі цикли), залишаючи за собою тільки основні, що являє собою додатковий шанс для малого та середнього бізнесу. Проведений аналіз особливостей регіонального розміщення (локалізації) корпоративних структур дозволяє зробити основне припущення, що не тільки значна присутність таких корпорацій в регіоні, але й синергетичний ефект від їх концентрації в межах окремих регіонів є одним із показників ступеня економічного розвитку останніх, а як наслідок і країни в цілому. Рациональне розміщення продуктивних сил, збалансований та комплексний розвиток господарства регіонів країни можливий за допомогою застосування кластерного підходу до побудови корпоративно-коопераційного каркасу економіки.

Використані джерела інформації:

1. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики : навч. посібн. / З.С. Варналій. - 4-те вид., [стер.]. – К. : Вид-во "Знання", 2008. – 432 с.
2. Взаимодействие малого и крупного бизнеса. Информационно-аналитический сборник. Институт предпринимательства и инвестиций. – Москва, 2003. – 178 с.
3. Говорушко Т.А., Тимченко О.І. Малий бізнес. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 200 с.
4. Гаврилюк О.В. Экономическая интеграция в современном мире: монография / О.В. Гаврилюк, А.П. Румянцев. – К., 1995. – 324 с.
5. Литвиненко В.М. Малий бізнес у світовій економіці: Монографія - Київ-Ніжин: ТОВ «Видавництво «Аспект-Поліграф», 2004 . – 180 с.
6. Сахарова В.Є. Малий та середній бізнес. За загальною редакцією В.Є.Сахарова. - К.: ВНЗ «Національна академія управління », 2003. – 368 с.
7. Геєць В.М. Перехідна економіка: Підручник / В.М. Геєць, Є.Г. Панченко, Е.М. Лібанова, З.С. Варналей та ін.; За ред. Гейця - К.: Вища школа, 2003. - 591 с
8. Шпак В. І. Розвиток малого підприємництва в Україні (на прикладі української видавничо-поліграфічної компанії «Експрес-Об’ява»). – К.:МАУП, 2002. – 112 с.: іл. – Бібліогр.: с.107-110.