
II. ЕКОНОМІКА, ОРГАНІЗАЦІЯ І УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

УДК 334.78

РОЛЬ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ У ФОРМУВАННІ ТА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ МЕРЕЖ

**О. П. Корольчук, доктор економічних наук;
Г. П. Сиваненко, кандидат економічних наук**

Невід'ємним компонентом розвитку підприємництва є вдосконалення його інфраструктури, тобто сукупності державних, приватних і громадських інститутів, які обслуговують інтереси суб'єктів підприємницької діяльності, забезпечують їх господарську діяльність і сприяють підвищенню її ефективності.

Дослідженням ролі громадських організацій у суспільстві присвячено багато публікацій як вітчизняних (В. Кравчук, К. Козлов, А. Матвійчук, Е. Савченко, В. Кузнецов, В. Дементов), так і зарубіжних науковців (Л. Гинцберг, Г. Джордано, Д. Коен), але вони переважно стосуються політичного життя, а сприяння громадських організацій у розбудові економіки, зокрема, розвитку підприємницьких мереж у торгівлі, яка є однією зі стратегічних галузей економіки, приділено недостатньо уваги, що зумовило вибір теми дослідження.

Передумови формування та зарубіжний досвід існування підприємницьких мереж були розглянуті в інших публікаціях, наприклад [1]. Основною метою даного досліджен-

ня є визначення місця громадських організацій у розвитку підприємницьких мереж, встановлення їх взаємозв'язків і взаємовпливів та обґрунтування можливостей організації на їх основі ефективних конкурентних об'єднань.

Європейська хартія малих підприємств зазначає, що малі підприємства повинні розглядатись як одна з основних рушійних сил інновацій, зайнятості, а також соціальної та локальної інтеграції до Європи.

Комісія та держави-члени повинні заохочувати малі підприємства до використання найефективніших методів й адаптувати успішні бізнес-моделі, які дають їм змогу дійсно процвітати в умовах нової економіки [2].

Відповідно до зазначеної хартії необхідно підтримувати будь-яку діяльність на регіональному та національному рівнях, спрямовану на розвиток міжфірмових груп і мереж, поліпшувати загальноєвропейське співробітництво між малими підприємствами, використовуючи інформаційні технології, поширювати найефективніші методи в угодах про співробітництво

та підтримувати співробітництво між малими підприємствами, щоб підвищити їхній потенціал для виходу на загальноєвропейські ринки й поширити їхню діяльність на ринках третіх країн.

В умовах посткризової економіки та зважаючи на проект нового податкового кодексу [3], роль громадських організацій у суспільно-економічному житті України зростає. До-

сить вагомий внесок вони роблять і для формування та розвитку підприємницьких мереж, що вже зарекомендували себе як перспективна форма партнерських відносин, зокрема в торгівлі.

Варто відмітити стабільну тенденцію до зростання як кількості, так і загального впливу малих підприємств на соціально-економічне становище в Україні (табл. 1).

Таблиця 1

Основні показники розвитку малих підприємств в Україні [4]

Рік	Кількість підприємств у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення, од.	Кількість найманих працівників (штатні та позаштатні працівники), тис. осіб	Частка найманих працівників на малих підприємствах до їх загальної кількості, %	Частка обсягу реалізованої продукції малих підприємств до загального обсягу реалізації, %
2000	44	1709,8	15,1	8,1
2001	48	1807,6	17,1	7,1
2002	53	1918,5	18,9	6,7
2003	57	2034,2	20,9	6,6
2004	60	1928,0	20,2	5,3
2005	63	1834,2	19,6	5,5
2006	72	2158,5	23,5	18,8
2007	76	2154,3	23,7	18,1
2008	72	2156,8	24,3	16,3
2009	75	2067,8	25,2	16,6

Дані, наведені в табл. 1, свідчать про стабільне зростання кількості малих підприємств, чисельності найманих працівників і частки обсягу реалізованої продукції з 2000 до 2007 р. і наступний період стагнації з 2007 до 2009 р., що пов'язано з кризовими явищами в світовій і національній економіці.

Тому, на нашу думку, необхідно застосовувати нові підходи як до сьогоденної організації малого бізнесу, так і визначення ключових компетенцій його подальшої конкурентоспроможності, використовуючи у тому числі перспективні форми співпраці, зокрема громадські об'єднання та підприємницькі мережі, що дозволить мінімізувати комерційні і адміністративні ризики, суттєво зменшити вплив на господарську діяльність будь-яких кризових явищ.

На даний час розвиток підприємницьких мереж відбувається стихійно, без належної нормативно-правової бази. Основною метою

учасників є збереження та укріплення свого конкурентного становища на ринку, як правило, для реалізації короткострокових проектів без розробки стратегічного плану розвитку на майбутнє.

Можемо відмітити і внесок держави в розвиток підприємництва, зокрема створення рад підприємців і єдиних вікон для оформлення дозвільної документації при всіх районних і обласних адміністраціях, але, на жаль, механізм їх роботи є недосконалим, унаслідок цього дані структурні одиниці існують більше на папері, ніж у практичному житті підприємців.

При цьому велике значення набувають громадські об'єднання (далі ГО) підприємців – це реальна сила, яка сьогодні допомагає підприємцям зорієнтуватися, і до певної міри виконує багато функцій, які лише декларує держава.

Діяльність громадських об'єднань підприємців – це конкретна підтримка і розвиток підприємництва як у цілому в Україні, так і в

кожному конкретному регіоні, а також вплив на владу в тих питаннях, що стосуються розвитку бізнесу. Дієвість такої підтримки, звісно, вимірюється не лише кількістю суб'єктів підприємництва в тому чи іншому регіоні, а й тим, настільки вільно і прозоро вони можуть займатися підприємницькою діяльністю.

Разом з тим, діяльність таких громадських об'єднань через об'єктивні причини поки що ще не набула в Україні (і насамперед у регіонах) належного розвитку, зокрема через:

- недовіру та традиційно негативне ставлення самих підприємців до таких об'єднань;
- протистояння окремих місцевих органів влади;
- винятково слабкий взаємозв'язок малих і середніх підприємств з інститутами політичної системи суспільства, що насамперед зумовлено нерозвиненістю самої політичної сфери;
- відсутність у підприємців свідомої потреби в структурній інтеграції;
- недостатність коштів на утримання таких структур тощо.

Відповідно до Закону України «Про об'єднання громадян» від 16 червня 1992 р. № 2460-ХІІ із змінами та доповненнями до нього «громадською організацією є об'єднання громадян для задоволення та захисту своїх законних соціальних, економічних, творчих, вікових, національно-культурних, спортивних та інших спільних інтересів» (стаття 3 Закону).

Підприємницькі мережі, вважаємо, доцільно визначати як форму співпраці різних учасників ринку за рахунок спільних дій і спільного використання ресурсів з метою досягнення спільних цілей.

У визначеннях підприємницької мережі й громадської організації (об'єднання підприємців) є загальні риси: мова йде про незалежних підприємців, які мають спільну стратегічну мету.

Зважаючи на розвиток економіки та еволюційне зростання малого та середнього бізнесу, стає очевидним, що його подальший розвиток без інноваційної структурної перебудови неможливий, тому що здійснюється блокування їх розвитку потужними національними й

інтернаціональними компаніями, які мають змогу за рахунок потужного економічного потенціалу лобіювати свої інтереси як у державних, так і в інших структурах, пов'язаних із функціонуванням бізнесу.

Отже, невеликі підприємства або стають структурним підрозділом великої компанії (злиття та поглинання), або залишаються на тому рівні, який не передбачає подальший розвиток. Але існує і третій альтернативний шлях розвитку – об'єднання, яке надає об'єктивну можливість краще відстоювати свої інтереси, вирішувати проблеми, зміцнювати конкурентні позиції, ефективно об'єднавши ресурси, як матеріальні, так і інтелектуальні, в результаті отримавши синергетичний ефект.

Партнерство між підприємцями зумовлює успіхи і невдачі бізнесу в усьому світі. Постійне підвищення вимог до оперативності та гнучкості дій фірми на ринку призвело до появи та поширення мереж малих підприємств. Мережний принцип став фактично основним у маркетинговій стратегії завоювання ринку [5].

До загальних відмінностей мережної структури від інших типів організації варто віднести те, що вона припускає не зосередження в межах однієї фірми або ексклюзивного контракту всіх активів, необхідних для створення продукту, а використання колективних активів декількох фірм, розташованих на різних стадіях вартісного ланцюжка. Крім того, мережі покладаються більше на ринкові механізми, ніж на адміністративні процеси в керуванні потоками ресурсів. При цьому різні учасники створених мереж визнають свою взаємозалежність і прагнуть обмінюватися інформацією, кооперуватися [6].

Американські автори Дж. Дайер і Х. Сингх для пояснення конкурентних переваг мережі запропонували концепцію, яка полягає в тому, що «декілька або мережа фірм можуть розвинути стосунки, що приводять до стійкої конкурентної переваги». Дана конкурентна перевага полягає в отриманні кожною фірмою, що входить у мережу, більшого прибутку, ніж при самостійній комерційній діяльності.

Історія бізнесу знає багато прикладів провалів великих компаній у конкуренції з їх мен-

шими за розміром, але які створили свої мережі, суперниками.

Питання мережних структур як нових організаційних стратегій сьогодні досить актуаль-

ні. Виділимо основні відмінності мереж від інших форм управлінських структур, у тому числі й від гібридних, багато з яких можуть розглядатися як мережі (табл. 2).

Таблиця 2

Відмінності мереж від незалежних підприємницьких структур та корпорації

Критерій відмінності	Незалежна підприємницька структура	Корпорація	Мережа
Основний механізм координації діяльності суб'єктів	Ціновий механізм	План	Колективні формальні та неформальні домовленості
Ресурсна база (форма власності)	Приватна	Єдина (акціонерна)	Колективна (дольова)
Юридична залежність	Повна юридична незалежність	Повна юридична залежність	Юридична незалежність
Стратегічна залежність	Повна стратегічна незалежність	Стратегічна залежність периферії від центру	Стратегічна взаємозалежність
Характеристика взаємозв'язків	Разові угоди	Вертикальні зв'язки	Горизонтальні зв'язки
Роль неформальних відносин	Не мають особливого значення	Визначаються ієрархією	Грають основну роль
Роль лідера	Лідери визначають напрямлення розвитку галузевого ринку	Один лідер (головна фірма) визначає стратегію розвитку корпорації	Фірма-лідер визначає спільну стратегію розвитку мережі
Базовий принцип керування	Самоорганізація	Змішаний централізований і децентралізований	Координація
Механізм розподілу прибутку	Конкуренція	Адміністративно-фінансовий механізм	Пропорційно до вкладу кожного учасника
Границі управлінської структури динаміка їх змін	Визначаються границями товарного ринку та змінюються залежно від динаміки ринку	Визначаються складом фірм, що входять до складу корпорацію залежать від стратегії	Визначаються фірмами, що входять до мережі та видом мереж (відкриті чи закриті)

Основними особливостями мереж, що відрізняють їх від ринку й ієрархії, є: заміна вертикальної ієрархії більш ефективними горизонтальними зв'язками, більша гнучкість і реакція на зміну вимог споживачів у силу автономності учасників і можливості швидкої заміни партнера, істотна роль особистих зв'язків, що визначають довіру учасників один до одного, що спрощує процедуру досягнення домовленостей і прийняття рішень.

Отже, розвиток підприємницьких мереж і ГО є невід'ємною частиною сучасної економіки. На їх основі можна створити гнучкі горизонтальні управлінські структури, що функціонують за рахунок найбільш вдалого сполучення формальних і неформальних зв'язків, які дозволяють більш ефективно розподіляти ресурси між учасниками та досягати

максимального синергетичного ефекту від їхнього використання. Даний підхід є перспективним напрямом розвитку для Української економіки.

Більшість наших великих корпорацій, фінансово-промислових груп будують і реалізують організаційні структури за унітарним і холдинговим типом, що менш пристосовані для роботи в умовах постіндустріальної економіки і заважають розвитку конкурентоздатності як окремих елементів корпорацій, так і корпорації у цілому. Глобальна економіка диктує свої правила гри й вимагає більшої гнучкості від великих промислових підприємств. Отже, перехід на мережні форми організації бізнесу є важливим і перспективним напрямом розвитку економіки України.

Однією з можливостей такої організації є об'єднання (інтеграція) підприємницьких мереж як господарських формувань, так і громадських організацій об'єднань підприємців, основні завдання яких полягають у сприянні розвитку своїх членів, а саме:

- участь у формуванні єдиних, чітких і зрозумілих правил відносин між органами виконавчої влади, контролюючими органами та підприємцями;
- розробка та втілення пропозицій, спрямованих на усунення адміністративних перешкод у процедурі реєстрації, ліквідації суб'єктів господарювання, отриманні дозволів, ліцензій та інших погоджень;
- участь у розробці зручних для підприємців процедур одержання адміністративних послуг, професійних стандартів цих послуг;
- підтримка малого та середнього підприємства;
- регулювання підприємницької діяльності: захист системи приватного підприємництва, притягнення уваги до проблем бізнесу, стимулювання регулювання підприємництва самими підприємцями, розгляд питань, що стосуються підприємництва, банківської справи, навколишнього середовища, фінансової системи, страхування, оподаткування, міжнародних інвестицій, інтелектуальної власності, маркетингу, торгової політики;
- проведення наукових досліджень у галузі економіки та бізнесу, узагальнення вітчизняного та світового досвіду для розширення цих знань серед усіх верств населення;
- організація і проведення науково-практичних і навчальних семінарів за участю вітчизняних та іноземних спеціалістів у галузі економіки, бізнесу та права;
- поширення досягнень української і зарубіжної науки та практики в галузі економіки, бізнесу та права, з цією метою налагодження міжнародної співпраці з відповідними науковими і навчальними закладами, організаціями, асоціаціями, установами, службами зарубіжних країн;
- розробка стандартів ведення бізнесу.

Отже, виконання зазначених завдань не лише захищає учасників ГО від адміністративного свавілля, а дає змогу приймати повно-

цінну участь у політичному житті як окремого регіону, так і всієї країни. Також учасники даного ГО мають змогу створити підприємницьку мережу, об'єднавши свої економічні інтереси, таким чином створивши висококонкурентну структуру, що може конкурувати з великим бізнесом. Одним із основних аргументів щодо такого об'єднання є незалежність усіх його учасників.

Існують міжнародні та спільні програми підтримки розвитку підприємництва та громадських організацій підприємців в Україні, зокрема Міжнародні програми економічного розвитку Інституту «Відкрите суспільство», Суспільний Добровільний Фонд «Науково-технологічний парк» та БІЗПРО за підтримкою Агентства Міжнародного розвитку США (USAID) через Winrock International, Міжнародний фонд соціальної адаптації, Американо-Українська Програма «Розвиток Бізнес Інкубаторів в Україні» (ВІД) за фінансової підтримки USAID тощо. За допомогою даних програм можливо отримати як додаткову фінансову підтримку, так і консультативну допомогу, що є досить актуальним, особливо для малих і середніх підприємств.

Сьогодні все більше підприємців об'єднуються між собою. До об'єднань загального спрямування належать: Спілка підприємців малих, середніх і приватизованих підприємств України, Українська рада промисловців і підприємців, Спілка орендарів і підприємців України, Союз нової формації України, Спілка підприємців Київщини тощо. Також можна відзначити збільшення кількості об'єднань за професійними ознаками, наприклад: Асоціація приватних пекарів і кондитерів України, Асоціація фермерів України, Асоціація сприяння обігу, виробництву алкоголю та тютюнової продукції, Ліга нафтопромисловців України (ЛНУ), Федерація професійних бухгалтерів і аудиторів України, Спілка молочних підприємств України тощо.

Отже, ми можемо спостерігати формування класичних кластерів на основі ГО або, навпаки, формування ГО на основі кластерів, таким чином вони об'єднують не лише свій економічний потенціал, а мають змогу політично-

го лобіювання своїх інтересів, що позитивно впливає на їх ринкові позиції.

Об'єднання зусиль, спрямованих на дослідження і розвиток, маркетинг, підтримку партнерів, інша діяльність можуть оптимізувати внутрішні потоки ресурсів та інформації, взаємну доповнюваність і інші переваги. Члени такого об'єднання більш адекватно й швидко реагують на потреби ринку. Вони розпізнають наявні тенденції швидше, ніж конкуруючі з ними окремі організації. Участь у об'єднанні надає також перевагу в доступі до нових технологій, методів роботи. Учасники об'єднання оперативно отримують інформацію про прогрес у технологіях, доступність нових товарів, появу нових концепцій в обслуговуванні й маркетингу, оскільки ці завдання полегшуються постійними зв'язками, візитами й особистими контактами.

Функціонування у складі об'єднання створює можливість для спостереження за діяльністю інших організацій. На противагу цьому ізольована організація має більше вузький доступ до інформації і змушена при цьому більше платити; для неї зростає також необхідність виділяти більші ресурси на одержання інформації.

Створення подібних об'єднань – це бажання всіх учасників економічної діяльності знайти додаткову стійкість і захистити свої соціальні, політичні та економічні інтереси.

З огляду на вищенаведене можемо зробити такі висновки:

Інтеграція ГО та підприємницьких мереж є новою високоефективною структурною організацією, на основі якої учасники об'єднання (партнерства) здобувають не лише конкурентні переваги й укріплюють свої ринкові позиції, а мають змогу впливати на регуляторну політику держави, відстоювати та захищати свої інтереси як у державних інституціях, так і перед великим бізнесом. При цьому ефективні ГО можуть бути сформовані як на базі

підприємницької мережі, так і навпаки, мережа може бути створена на основі ГО, залежно від того, де більш розвинена інфраструктура. Об'єднання зусиль, спрямованих на дослідження і розвиток, маркетинг, підтримку партнерів, інша діяльність сприятимуть оптимізації внутрішніх потоків ресурсів і інформації. На основі таких партнерств можливо створити гнучкі горизонтальні управлінські структури, які передбачатимуть найбільш вдале сполучення формальних і неформальних зв'язків, що дозволить більш ефективно розподіляти ресурси між учасниками і досягати максимального синергетичного ефекту від їхнього використання. Дані об'єднання (партнерства), безперечно, є перспективним для подальшого інноваційного розвитку як окремих підприємств, так і загальної економіки України.

ЛІТЕРАТУРА

1. Сиваненко Г. П. Організаційно-економічний механізм формування каналів розподілу продовольчих товарів на засадах створення підприємницьких мереж // Підприємництво, господарство і право. – 2009. – № 6. – С. 164–168.
2. Офіційний сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/>
3. Офіційний сайт Міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.minfin.gov.ua/>
4. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Масленников В. В. Предпринимательские сети в бизнесе / В. В. Масленников. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1997. – 168 с.
6. Катькало В. С. Межфирменные сети: проблематика исследований новой организационной стратегии в 1980–90-е годы / В. С. Катькало // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 1999. – Вып. 2. – С. 21–38. – (Серия 5 «Экономика»).