

УДК 338.436

Л. М. Березіна,
д. е. н., професор, професор кафедри економіки підприємства,
Полтавська державна аграрна академія, м. Полтава

РОЗВИТОК ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ТА СЕРЕДЬОГО ПРІДПРИЄМНИЦТВА

L. Berezina,
doctor of Economic Sciences, professor, professor of the subdepartment of enterprise economics,
Poltava State Agrarian Academy, Poltava

DEVELOPMENT OF ORGANIZATIONALLY-ECONOMIC RELATIONS OF SMALL AND MIDDLE BUSINESS ENTITIES

Важливу роль у соціально-економічному розвитку національної економіки відіграють суб'єкти малого та середнього підприємництва, які варто розглядати як один із головних чинників формування й розвитку конкурентоспроможності економіки, підтримки внутрішнього ринку, як важливе джерело формування бюджету різних рівнів і створення нових робочих місць.

Метою дослідження є узагальнення сучасних тенденцій та особливостей розвитку організаційно-економічних відносин суб'єктів малого та середнього підприємництва та окреслення можливих шляхів подолання проблем, пов'язаних з їх забезпеченням.

Однією з основних проблем суб'єктів малого та середнього підприємництва є необхідність свідомого формування власного майбутнього, що передбачає завоювання на ринку сприятливих конкурентних позицій з метою забезпечення довготривалого зростання. В умовах зростаючої глобалізації економічні процеси, що відбуваються у господарській діяльності підприємства, спрямовані на його розвиток у поєднанні з можливістю розвитку ефективних організаційно-економічних відносин з іншими учасниками ринку.

Для малих і середніх підприємств важливим завданням є обґрунтування власної стратегії на підставі наявної інформації та сигналів, що надходять з навколишнього середовища, з урахуванням необхідності формування ефективних організаційно-економічних відносин з партнерами.

Управління реалізацією стратегій співпраці суб'єктів малого і середнього підприємництва має низку специфічних особливостей. Це стосується як обґрунтування самої стратегії, широти охоплення нею напрямів і сфер господарської діяльності підприємства, так і часу виконання, забезпечення контролю ходу реалізації стратегії, можливості для здійснення змін (забезпечення гнучкості, адаптивності стратегії).

Дослідження доводить, що основними напрямками розвитку відносин між суб'єктами малого та середнього підприємництва мають стати: вдосконалення правового супроводу їх діяльності; підвищення відповідності функціонування малих і середніх підприємств світовим стандартам; впровадження міжнародного досвіду їх діяльності; активізація інноваційної діяльності; поглиблення міжрегіональних та міжнародних зв'язків; розвиток конкуренції тощо.

An important role in socio-economic development of national economy is played by small and middle business entities, which should be considered as one of main factors of forming and development of economy competitiveness, support of internal market, as an important source of budget formation at different levels and creation of new workplaces.

The aim of the research is to summarize the current trends and peculiarities of the development of organizationally-economic relations of small and middle business entities and the determination of possible ways to overcome the problems associated with their provision.

One of basic problems of small and middle business entities there is a necessity of the conscious forming of the own future, which involves gaining favorable competitive positions in the market in order to ensure long-term growth.

In the context of growing globalization, the economic processes, which take place in the economic activity of the enterprise are focused on its development in consolidation with the possibility of developing effective organizational and economic relations with other market participants.

The important task for small and medium-sized enterprises is to justify their own strategy based on available information and signals coming from the environment, taking into account the need to form the effective organizational and economic relations with partners.

The management of implementation of strategies of small and middle business entities collaboration has a row of specific features. This concerns both the justification of the strategy itself, the breadth of its scope and areas of the enterprise's economic activity, and the time of execution, ensuring control over the implementation of the strategy, the opportunity for change (flexibility, adaptability of the strategy).

The research proves that the main directions of the relations development between the subjects of small and middle business entities should be: improvement of their activities legal support; increasing the correspondence of the small and middle business entities functioning to world standards; introduction of international experience of their activities; activation of innovation activity; deepening interregional and international relations; development of the competition etc.

Ключові слова: підприємництво, суб'єкти підприємництва, організаційно-економічні відносини, розвиток, співробітництво.

Key words: entrepreneurship, business entities, organizationally-economic relations, development, cooperation.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Характерною особливістю сучасної економіки є зростаюча конкуренція, прогресивна глобалізація і зростаючі вимоги споживачів. Забезпечення ефективності господарської діяльності вимагає належного обґрунтування стратегії для її розвитку.

Важливу роль у соціально-економічному розвитку національної економіки відіграють суб'єкти малого та середнього підприємництва, які варто розглядати як один із головних чинників формування й розвитку конкурентоспроможності національної економіки, підтримки внутрішнього ринку, як важливе джерело формування бюджету різних рівнів і створення нових робочих місць. Отже, ці суб'єкти господарювання варто називати рушійною силою економіки.

Основні причини, які перешкоджають розвитку малого і середнього підприємництва в Україні: недостатність підтримки малого та середнього підприємництва; складність доступу до фінансово-кредитних ресурсів; неналежний розвиток інфраструктури, що виявляється у недостатньому рівні методичного, консультативного, інформаційного забезпечення підприємницької діяльності.

Однією з основних проблем суб'єктів малого та середнього підприємництва є необхідність свідомого формування власного майбутнього, що передбачає завоювання на ринку сприятливих конкурентних позицій з метою забезпечення довготривалого зростання, незважаючи на зміни навколишнього середовища. В умовах зростаючої глобалізації, економічні процеси,

що відбуваються у господарській діяльності підприємства, спрямовані на його розвиток у поєднанні з можливістю розвитку ефективних організаційно-економічних відносин з іншими учасниками ринку.

Однією з основних умов подолання негативних тенденцій розвитку малого і середнього підприємництва в Україні є розроблення та здійснення комплексу заходів щодо розв'язання проблем, які перешкоджають подальшому поліпшенню бізнес-середовища.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Вирішенню проблем розвитку малого та середнього підприємництва в Україні у різних аспектах присвятили свій доробок відомі вітчизняні фахівці. Зокрема, А. Безчасний, З. Варналій, В. Геєць, О. Лібанов, І. Лукінов, В. Новіков та ін. Проте невирішеними певною мірою залишаються питання розвитку організаційно-економічних відносин між суб'єктами малого та середнього бізнесу. Тому, враховуючи актуальність вирішення зазначених проблем, подальші дослідження є цілком обґрунтованими.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Метою дослідження є узагальнення сучасних тенденцій та особливостей розвитку організаційно-економічних відносин суб'єктів малого та середнього підприємництва та окреслення можливих шляхів подолання проблем, пов'язаних з їх забезпеченням.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Для малих і середніх підприємств важливим завданням є обґрунтування власної стратегії на підставі наявної інформації та сигналів, що надходять з навколишнього середовища, з урахуванням необхідності формування ефективних організаційно-економічних відносин з партнерами по ринку.

Економічне співробітництво як інструментарій реалізації стратегії дозволяє формувати конкурентні переваги для суб'єктів малого і середнього підприємництва. Особливості розвитку організаційно-економічних відносин суб'єктів малого і середнього підприємництва мають вплив на концепцію та обґрунтування стратегії економічної активності.

Офіційна статистика України та ЄС свідчить, що частка великого бізнесу у ВВП України в 2016 р. склала близько 40%. У 2012 р. вона становила 47,5%. Має місце фактичне зменшення частки великого бізнесу у ВВП України та зростання частки малого і середнього. У 2012 р. частка малого бізнесу у ВВП України була 10,7%, а в 2016 р. 16,7%. Частка великого бізнесу у ВВП ЄС складає 38% (останні дані є тільки за 2015 р.). У той же час, частка середнього бізнесу у ВВП ЄС становить 29%, а малого 27%. В окремих країнах ЄС ці показники різняться. У Польщі частка великого бізнесу у ВВП країни 49%, у Німеччині 46%, а у Франції 45%. На Кіпрі частка великого бізнесу всього 23%, на Мальті 23%. При цьому Мальта є лідером малого бізнесу. У ВВП Мальти 47% має малий бізнес [1].

Результати дослідження та господарська практика свідчать, що конкурентоздатність сучасного підприємства значною мірою залежить від його здатності вийти за межі попередніх організаційних кордонів і формувати міжсуб'єктні організаційно-економічні відносини на ринку, які дозволяють отримати синергійний ефект.

Організаційно-економічну взаємодію варто розглядати у двох аспектах. З позицій першого аспекту передбачається широка співпраця суб'єктів ринку як співіснування економічних операторів, функціонування яких спрямоване на спільні дії. Сутність такого співіснування, відповідно до теорії ігор, полягає у певній співпраці гравців на ринку, але при цьому їх господарська діяльність залишається у стані окремих механізмів [2].

З погляду другого аспекту, варто розглядати вузьку співпрацю, пов'язану з існуванням певних господарських контактів, виникненням недовготривалих зв'язків між підприємствами.

Такі зв'язки можуть проявлятися у межах господарської діяльності кожного з учасників.

В економічній літературі взаємодія між суб'єктами ринку зазвичай розглядається як співробітництво з метою досягнення спільних цілей на основі їх ідентифікації, взаємної довіри, лояльності та дій в інтересах усіх учасників, дотримуючись при цьому загальноприйнятих принципів вирішення конфліктів. Такі дії на ринку є взаємно сумісними і доповнюють господарські інтереси кожного з учасників відносин, мають позитивне значення з точки зору їх впливу на формування власних економічних вигод підприємства.

Різні типи і види відносин, що виникають між гравцями на ринку, забезпечують, у той же час, просування до спільної мети і взаємного пошуку шляхів її досягнення.

Форми організаційно-економічних відносин між підприємствами обираються залежно від рівня диверсифікації їх господарської діяльності.

Взаємодія між підприємствами у межах такого розуміння може бути визначена як формування таких відносин, які не є притаманними звичайним відносинам за господарськими угодами.

При формуванні організаційно-економічних відносин, насамперед, визначаються мета і зміст співробітництва та їх правове й організаційне підґрунтя як відповідні форми співробітництва та інтеграції господарської діяльності підприємств.

Якщо у підприємстві розвиваються зовнішньоекономічні відносини, то вони потребують відповідних умов, вимагають від суб'єктів ринку нових поглядів на питання щодо формування конкурентних переваг і подальшої співпраці.

В економічній літературі можна знайти багато відображень форм і методів формування та розвитку економічного співробітництва. Наголосимо на тому, що різноманітність форм і методів співпраці зумовлюється великою кількістю чинників, пов'язаних, як правило, з особливостями організації господарської діяльності суб'єктів ринку.

Розвиток економічного співробітництва забезпечує виникнення синергійного ефекту. Такий ефект від взаємодії підприємств дає кожному учаснику відносин більше, ніж функціонування кожного з них окремо. З цих позицій, взаємодіючі підприємства набувають принципово нові властивості, яких не було у господарській діяльності до формування організаційно-економічних відносин.

Підприємства, співпрацюючи з іншими суб'єктами господарювання, отримують додаткові ресурси, необхідні для зміцнення власного потенціалу та ефективної конкуренції на ринку. Такі ресурси мають стратегічний характер і є цінним джерелом щодо зміцнення конкурентних переваг.

У свою чергу, ресурси стратегічного характеру як джерело формування конкурентних переваг підприємства, варто розглядати як результат співпраці з іншими суб'єктами ринку, адже вони дозволяють створювати ефективний інструментарій конкуренції, передбачають отримання спільних конкурентних переваг усіма учасниками партнерських відносин. Співпраця з іншими підприємствами забезпечує відчутні переваги та економічні вигоди, що слугуватимуть на користь подальшого розвитку учасників організаційно-економічних відносин.

Серед найбільш важливих з подібних переваг та економічних вигод варто назвати: підвищення ефективності господарської діяльності підприємства шляхом досягнення економії від масштабу, передачі технологій, підвищення рівня інноваційної діяльності та зміцнення конкурентоздатності суб'єктів ринку та їхньої продукції чи послуг.

Таким чином, співпраця, розвиток організаційно-економічних відносин між підприємствами, зумовлює можливість реалізації інвестиційних проектів завдяки накопиченим додатковим ресурсам.

Погляд на процеси економічного співробітництва через призму теорії формування стратегії підприємства показує, що функціональні стратегії розвитку можуть мати вплив як внутрішніх, так і зовнішніх чинників.

Внутрішній розвиток підприємства охоплює проблеми збереження, розширення та забезпечення ефективного використання його потенціалу. Це досягається за рахунок залучення додаткових інвестицій, спільного використання майна усіма учасниками організаційно-економічних відносин у межах існуючої правової та організаційної структури суб'єктів господарювання.

На противагу цьому, вплив зовнішніх чинників на зростання інтеграції та ресурсного забезпечення господарської діяльності з іншими підприємствами, зумовлений саме співпрацею з різноманітними суб'єктами ринку при збереженні економічної та правової незалежності партнерів і обмеження взаємодії у конкретних діапазонах, а також у низці випадків об'єднання з іншими операторами щодо спіль-

ного управління усіма господарськими процесами.

Вибір стратегії розвитку зовнішньоекономічного зростання підприємства пов'язаний з природою цієї взаємодії і визначає вибір конкретної форми співпраці та побудови організаційно-економічних відносин. Взаємодія відбувається також у виборі та обґрунтуванні конкретної стратегії, що сприяє забезпеченню перемоги у конкурентній боротьбі та пропонує тип відносин, який буде спрямованим на поєднання підприємства з іншими гравцями ринку в певній галузі національної економіки.

На початковій стадії розвитку організаційно-економічних відносин між підприємствами вони мають не економічний характер, а лише соціально-інформативний. У цьому випадку відсутні видимі зв'язки, прямі господарські контакти не підтримуються.

Нагадаємо, що такі форми взаємовідносин, як конкуренція і співпраця, зумовлені певним природним станом речей, характерним для ринкової економіки. Конкуренція у загальному розумінні є наслідком дії на ринку значної кількості операторів з таким самим чи подібним діапазоном господарської діяльності.

Економічне співробітництво підприємств, у свою чергу, є прямим відображенням об'єктивних процесів економічного розвитку, у першу чергу, у широкому контексті поділу праці і спеціалізації виробництва. Наголосимо, що обидва ці аспекти у кожному конкретному випадку забезпечують спільний продукт, спільний процес, спільне освоєння ринку, зростання капіталу тощо. Це означає, що розвиток організаційно-економічних відносин підприємств забезпечує спільну реалізацію господарських планів у межах стратегії розвитку кожного з суб'єктів ринку.

Спільне формулювання цілей у взаємодії підприємств і збереження господарської незалежності кожного з учасників забезпечують динаміку у процесі кооперації. Ключовим елементом співпраці є те, що вона дозволяє підсилити конкурентний статус кожного з партнерів, ефективніше використовувати ресурси і організаційний потенціал. Отже, така багатовимірність поведінки суб'єктів ринку у межах організаційно-економічних відносин є невід'ємною складовою у діяльності підприємств.

Такі організаційно-економічні відносини засновані як на офіційних зобов'язаннях у формі контрактів, так і на неформальних зобов'язаннях, у тому числі й соціального характеру.

За М. Портером, найбільше значення у змісті стратегії учасників організаційно-економічних відносин мають: стратегія лідерства за витратами; стратегія диверсифікації (диференціації) продукції чи послуг; стратегія концентрації на певному сегменті ринку, на конкретній цільовій аудиторії, діапазону ринку чи географічної області [3].

Для кожної з таких стратегій співпраця може розглядатися як інструмент для підтримки їх здійснення.

Крім того, у результаті співпраці між підприємствами учасники таких організаційно-економічних відносин можуть здійснювати диверсифікацію власних продуктів чи послуг, досягти зростання потенціалу. Завдяки участі у процесах співпраці, функціонування і спеціалізація окремих підприємств на ринку може сприяти реалізації їх прагнень зосередитися на конкретних групах споживачів, асортименті продукції чи географічному районі.

Таким чином, варто зробити висновок, що обґрунтування економічного співробітництва обумовлюється прагненням підприємств до реалізації кожним з них власної стратегії розвитку.

Вибір стратегії співпраці між окремими підприємствами нині є різноманітним. Підприємства використовують різні форми організаційно-економічних відносин і співпрацюють у технологічному розвитку, спільному розподілі виготовленої продукції, постачанні сировинних ресурсів тощо. Співпраця може приймати різні форми, починаючи з випадкових проєктів та поступово переходити на підґрунтя довготривалих відносин.

Розвиток співпраці може бути заснованим на традиційному мисленні власників, менеджерів усіх рівнів про конкурентів та способи ведення конкурентної боротьби, чи спиратися на нову парадигму співпраці. Така парадигма організаційно-економічних відносин призводить до розвитку усіх сторін-учасників.

Заходи, що передбачаються у контексті такої парадигми, часто переслідують бажання учасників партнерських відносин скоротити витрати, впровадити у виробництво та запропонувати ринку нові продукти чи послуги. Варто зауважити, що при цьому спосіб мислення, орієнтація діяльності, кінцева мета у парадигмах кожного з учасників організаційно-економічних відносин відрізняється. Загальним тут є те, що відбувається пошук шляхів досягнення спільних інтересів.

Варто пам'ятати, що стратегія, що заснована на співпраці з конкурентами, приносить кращі результати, ніж боротьба з ними.

Управління реалізацією стратегій співпраці суб'єктів малого і середнього підприємництва має низку специфічних особливостей. Це стосується як обґрунтування самої стратегії, широти охоплення нею напрямів і сфер господарської діяльності підприємства, так і часу виконання, забезпечення контролю ходу реалізації стратегії, можливості для здійснення змін (забезпечення гнучкості, адаптивності стратегії). Стратегічний розвиток суб'єктів малого підприємництва часто виявляється швидшим, ніж у суб'єктів середнього підприємництва, де домінують інтереси особи власника, який виступає ініціатором такої діяльності. Організаційний розвиток згаданих суб'єктів залежить від рівня мотивації та ефективності мотиваційного механізму і готовності власників, менеджерів, усього колективу працівників йти на ризик.

Важливим у формуванні організаційно-економічних відносин є також знання і вміння знаходити позитивні зміни у навколишньому середовищі і вміти швидко на них реагувати. Рівень інформованості власників, менеджерів, знання та господарські навички, характер та стиль управління, набутий досвід, визначає безліч напрямів та шляхів ділових партнерських контактів і організаційно-економічних зв'язків з іншими суб'єктами ринку.

Розмір підприємства, його організаційна структура, відкритість у відносинах з партнерами, визначають специфіку організаційно-економічних відносин як на неофіційному, так і на офіційному рівнях на основі довіри та співпраці. Суб'єкти малого підприємництва, як правило, швидко реагують на внутрішні проблеми, що виникають у них на підприємстві, а заповзятливі власники мають використовувати ті можливості, які відкриваються у співробітництві, дослухатися до потреб партнерів, інших зацікавлених груп, а також споживачів, що забезпечує економічний успіх суб'єктів господарювання.

Контакти суб'єктів малого підприємництва з навколишнім середовищем є відкритими, відображають особисті інтереси власників і менеджерів.

Обґрунтовано побудована мережа особистих відносин власників та менеджерів забезпечує процес ідентифікації можливостей суб'єктів господарської діяльності у навколишньому середовищі і доступ до ресурсів, необхідних для створення і динамічного розвитку підприємства. Крім того, такі відносини також забезпечують гнучкість, знижують ризики і

скорочують витрати. Обслуговування споживачів, забезпечення виконання їх бажань, передбачення очікувань, постійні і безперервні контакти з постачальниками, турбота про соціальні аспекти господарської діяльності, забезпечує домінування суб'єктів малого підприємництва на ринку. Крім того, розуміння власниками та менеджерами необхідності забезпечити індивідуалізацію власної продукції чи послуг, змушує їх формувати ефективні організаційно-економічні відносини з партнерами на ринку.

Отже, суб'єкти малого і середнього підприємництва мають активізувати власні підходи до управління і забезпечувати розвиток співпраці на ринку. Лише взаєморозуміння, прихильність і довіра дають можливість зміцнити конкурентоздатність та забезпечити інноваційний розвиток підприємств.

Не має залишатися осторонь і держава. Прикладом слугує ухвалена Кабінетом Міністрів Стратегія розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року. Її реалізація повинна сприяти закріпленню системного підходу до формування і реалізації державної політики у цій сфері та створенню сприятливих умов для розвитку конкурентоспроможного малого і середнього бізнесу (МСБ).

Стратегія враховує принципи Акту з питань малого бізнесу для Європи та рекомендації Індексу економічної політики у сфері МСБ. Вона передбачає створення сприятливого середовища для розвитку МСБ, спрощення доступу МСБ до фінансування, спрощення податкового адміністрування МСБ, популяризацію підприємницької культури та розвиток навчання підприємницьким навичкам, сприяння експорту МСБ та підсилення інноваційного потенціалу МСБ [4].

Дослідження доводить, що основними напрямками розвитку відносин між суб'єктами малого та середнього підприємництва мають стати: вдосконалення правого супроводу їх діяльності; підвищення відповідності функціонування малих і середніх підприємств світовим стандартам; впровадження міжнародного досвіду їх діяльності, зокрема, таких країн, як США, Іспанія, Фінляндія, Японія та ін.; активізація інноваційної діяльності; поглиблення міжрегіональних та міжнародних зв'язків; розвиток конкуренції тощо.

ВИСНОВКИ

Ефективно сформовані організаційно-економічні відносини підприємств з навколишнім

середовищем дозволять усім учасникам зламати бар'єри, пов'язані з операційною господарською діяльністю та масштабами присутності на ринку. Стратегія співпраці дасть можливість підприємствам-учасникам концентруватися на ключових компетенціях, формувати ефективні відносини з навколишнім середовищем, стати основою для забезпечення конкурентоздатності.

Таким чином, у широкому розумінні, співпраця є одним з основних елементів оптимізації ланцюжка створення вартості.

Література:

1. Чи може малий та середній бізнес забезпечити зростання економіки України? [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://ua.112.ua/mnenie/chy-mozhe-malyi-ta-serednii-biznes-zabezpechyty-zrostannia-ekonomiky-ukrainy-422890.html>
2. Фон Нейман Дж., Моргенштерн О. Теория игр и экономическое поведение / Дж. Фон Нейман, О. Моргенштерн. — М.: "Наука", 1970. — 707 с.
3. Michael E. Porter. The Five Competitive Forces that Shape Strategy. Harvard Business Review, January, 2008. — P. 85—87.
4. Уряд ухвалив Стратегію розвитку малого і середнього підприємництва в Україні до 2020 року [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://platforma-msb.org/uryad-uhvalyv-strategiyu-rozvytku-malogo-i-serednogo-pidpryyemnytstva-v-ukrayini-do-2020-roku/>

References:

1. Okhrimenko, O. (2017), "Can small and medium business ensure growth of the ukrainian economy?", available at: <https://ua.112.ua/mnenie/chy-mozhe-malyi-ta-serednii-biznes-zabezpechyty-zrostannia-ekonomiky-ukrainy-422890.html> (Accessed 20 Feb 2018).
 2. Fon Neyman, Dzh. and Morgenshtern, O. (1970), Teoriya igr i ekonomicheskoe povedenie [Game theory and economic behavior], Nauka, Moscow, Russia.
 3. Porter, M.E. (2008), "The Five Competitive Forces that Shape Strategy", Harvard Business Review, vol. 1, pp. 85—87.
 4. Strykun, H. (2017), "The Government approved the Strategy for the development of small and medium entrepreneurship in Ukraine until 2020", available at: <http://platforma-msb.org/uryad-uhvalyv-strategiyu-rozvytku-malogo-i-serednogo-pidpryyemnytstva-v-ukrayini-do-2020-roku/> (Accessed 20 Feb 2018).
- Стаття надійшла до редакції 21.02.2018 р.*