

МАЛИЙ БІЗНЕС: НАЛАШТУВАННЯ ЙОГО ВІДНОСИН З КОРПОРАТИВНИМ КАПІТАЛОМ

В.А. Табінський,
кандидат економічних наук,

Л.М. Табінська,

А.О. Грішанкова,
студентка

Дніпропетровська державна
фінансова академія

Розглянуто питання взаємовідносин суб'єктів малого бізнесу з корпоративним капіталом встановлено основні напрями їх співробітництва в системі економічних відносин.

Ключові слова: малий бізнес, мале підприємництво, мала фірма, корпорації, корпоративний капітал.

Постановка проблеми. На етапі розвитку ринкових відносин в Україні набувають вагомості наукові аспекти та практичні підходи щодо пошуку того єдино вірного рецепта перетворень у державі, який прискорить вихід економіки із кризового стану і стане засобом її динамічного розвитку. Велика роль у цьому питанні належить малому бізнесу, потенціал якого відіграє унікальну роль у розвитку ринкових відносин, конкурентного середовища, розв'язанні низки соціальних проблем. У сучасних умовах, як показує практика, поряд з увагою до подальшого піднесення крупного капіталу потрібно дбайливо ставиться до невеликих фірм, вважаючи, що сучасне суспільство без них не здатне нормально існувати. З цього приводу потрібно вирішити два завдання: підтримання ділової активності існуючих малих фірм та створення належних умов для безперервного відтворення ініціативи знизу.

Суттєвою особливістю в сучасних умовах є з'ясування конкретних форм допомоги та підтримки суб'єктів малого підприємництва, опрацювання концептуальних засад взаємовідносин між суспільством та малим бізнесом, між корпоративним капіталом та малими фірмами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення зарубіжної та вітчизняної

літератури, присвячене теорії й практиці розвитку корпоративного капіталу, малого бізнесу, свідчить про безсумнівний інтерес вчених до даної проблеми. Різні напрями розвитку взаємовідносин корпоративного капіталу з суб'єктами малих форм господарювання викладені в працях М.Чумаченко, М.Долішного, О. Білоуса, І. Бондаря, З. Варналія та ін. Незважаючи на велику кількість публікацій з цієї проблеми, актуальним завданням залишається пошук ефективних шляхів удосконалення взаємовідносин суб'єктів малого підприємництва з корпоративним капіталом.

Метою статті є розкриття сутності економічної природи взаємовідносин малого бізнесу з корпоративним капіталом, їх особливості, умови формування та розвитку.

Виклад основного матеріалу. У сучасних умовах економічного розвитку країни досить актуальними є питання співвідносин корпоративного капіталу та малого підприємництва. Накопичений досвід у нашій державі дає підставу вважати, що багатокладність набуває рис об'єктивного економічного закону, який передбачає розробку адекватної економічної політики. На наш погляд, вона повинна являти собою програму дій влади відносно підтримки малого підприємництва, формування заходів, що бу-

дуть сприяти виведенню національного товаровиробника на світовий рівень, забезпеченню його конкурентоспроможності, стабільності. Однак, як свідчить практика, існує певна розбіжність між визначеною роллю малих форм господарювання та реальними зусиллями влади щодо створення належних умов для їх нормального існування.

Сучасні умови розвитку не повинні обмежувати прагнення малих підприємств до інтеграції зусиль, що включає корпоративні засади у будь-якій організаційно-правовій формі. Це особливо актуально для агробізнесу, де передбачається перетворення колективних підприємств у фермерські господарства, різні типи господарських товариств. Існує певна потреба в об'єднанні зусиль малих форм господарювання для впровадження інноваційних та інвестиційних проектів.

Для більш повного розуміння проблеми співвідношення малого підприємництва з корпоративним капіталом необхідно з'ясувати сутність категорій «корпорація», «корпоративний». В економічному словнику ця категорія трактується таким чином «корпорація в економічній теорії трактується як акціонерна компанія, в якій на ґрунті централізованого капіталу і заощаджень найманих працівників здійснюється колективне привласнення результатів виробничої діяльності залежно від величини отриманих на внесені кошти акцій» [1, с. 96]. З діяльністю акціонерних товариств пов'язують термін «корпорація» В.Савченко, О. Трегубов, І.Васильчук та деякі інші дослідники [2, 3, 4].

Згідно з українським законодавством термін «корпорація» визначається як договірне об'єднання, що створене на основі поєднання інтересів засновників (виробничих, наукових, комерційних), яке делегує окремі повноваження фахівцям, зберігаючи в межах законодавства, статуту, своєї частки в сумісному капіталі [5].

У сучасній літературі по-різному трактується роль і місце корпорацій відповідно до економічних теорій. У теоретичному аспекті корпорація розглядається як фірма, що являє собою складне економічне утворення, особливий інститут економічної системи, первинну одиницю бізнесу, що має ознаки

юридичної, фінансової та організаційної самостійності.

Аналіз висловлень багатьох науковців з приводу цього питання дозволяє дійти висновку:

- корпорація – це будь-яка формалізована інтеграція капіталу, виробничого та інформаційного потенціалу, робочої сили з метою створення або збільшення існуючого підприємницького потенціалу, здатного підвищити прибуток у результаті господарсько-економічної діяльності;

- у будь-якій організаційно-правовій формі корпоративні структури концентрують у собі економічні відносини, що складають у сукупності складну систему.

Підставою для корпоративної інтеграції є первинні організаційно-правові моделі, що базуються на об'єднанні капіталів для створення підприємства. Основними організаційними моделями корпоративних структур у малому підприємстві може бути такі:

- первинні організаційно-правові моделі, що базуються на об'єднанні капіталів для створення підприємства. Це можуть бути повні товариства, товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю, колективне сільськогосподарське підприємство, акціонерне товариство;

- формалізовані інтеграційні структури, що базуються на розподілі прав між підприємствами, які є складовою частиною корпорації. До цих структур можна віднести концерни, сільськогосподарські кооперативи, асоціації, холдинги.

Одне з основних призначень у діяльності корпорацій полягає в поліпшенні виробничих та комерційних можливостей малих підприємств. Курс на інтеграцію малих підприємств супроводжується трансформацією їх зв'язків з основними складовими маркетингового середовища. Кожне мале підприємство має свою маркетингову стратегію, і її ефективність у цих умовах посилюється новим корпоративним розумінням найкращих напрямів вирішення цієї проблеми. Між тим, малі підприємства, що увійшли до складу корпорації, набувають багато нових взаємодоповнюючих чинників у господарсько-економічній діяльності.

Основними складовими співробітництва малого підприємництва з корпоративним капіталом може бути наступне:

- співпраця малих фірм з великими підприємствами з питань реалізації інноваційних проектів. Малі підприємства в умовах науково-технічного прогресу стають невід'ємним елементом системи індустріального виробництва, забезпечуючи підвищення його ефективності;

- суттєве місце поряд з великими підприємствами займають малі форми господарювання. Зростання потреб населення вимагає більш часті зміни деяких видів продукції. Окремі види продукції потрібні в незначній кількості, тому вони випускаються в малих обсягах. Великим підприємствам немає сенсу нести значні витрати на випуск нової продукції, або це спонукає їх до перебудови виробництва. У даному випадку переваги великого підприємства втрачають свою силу. У цій ситуації малі підприємства більше пристосовані до технологічної перебудови;

- хороші перспективи мають малі підприємства також і в такій складній сфері, як науково-технічні інновації. Так, при виробництві певного виду нової продукції малі підприємства можуть виконувати роль експериментальної ланки в розвитку великих підприємств. Це свідчить про те, що великі компанії при вирішенні цього питання побоюються зайвого ризику і тому багато нових видів продукції і технологій розробляються і впроваджуються на малих підприємствах;

- ефективна робота великих підприємств пов'язана зі спеціалізацією, що передбачає виготовлення деяких деталей і вузлів. Більш доцільним було б передати їх виготовлення або виконання окремих опе-

рацій малим підприємствам. Крім того, виготовлення незначної кількості комплектуючих виробів на великих підприємствах призводить до неефективного використання високопродуктивного обладнання. У ряді випадків на малі фірми можна покласти виконання допоміжних або обслуговуючих операцій, створивши тим самим додаткові умови поглиблення спеціалізації великих підприємств;

- про ефективність та взаємозв'язки малих форм господарювання свідчить розвиток франчайзингу. Невеликі фірми реалізують продукцію великих корпорацій, використовуючи на договірних умовах фірмову торгову марку останніх. Така форма широко використовується в розвинених країнах, практично давши малим підприємствам можливість стабільного існування.

Висновки. З огляду на вищезазначене можна зробити висновок, що в сучасних економічних умовах велика роль належить розвитку такого економічного феномена як мале підприємництво. Однак для більш ефективної віддачі її господарсько-економічної діяльності потрібна суттєва допомога з боку держави. Практичний досвід свідчить про те, що більшій віддачі можна досягти від суб'єктів малого бізнесу при використанні дієвих напрямів, що характеризують взаємовідносини між малими та великими підприємствами.

За своїм змістом мале підприємництво є більш динамічним, здатним швидко перебудовуватись і своєчасно реагувати на зміни кон'юнктури ринку, отже, при тісному контакті та взаємодії з корпоративним капіталом може сприяти подальшому економічному розвитку держави.

ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Економічний словник – довідник / За ред. С.В. Мочерного. – К.: Феміна, 1995. – 172 с.
2. Савченко В. Феномен підприємництва // Російський економічний журнал. – 1996. - №1. – С. 40-46.
3. Трегубов О.С. Проблеми аналізу і прогнозу діяльності корпоративних структур в промисловості // Вісник технологічного університету Поділля. – 2002. - №5. – Ч.2. – Т.2. – С.126.
4. Васильчук І.П. Корпоративне управління в Україні: тенденції розвитку // Фондовий ринок. – 2003. - №4. – С. 22.
5. Господарський кодекс України. – Х.: ТОВ «Одісей», 2004. – С. 87.