

РОЛЬ КООПЕРАЦІЙНИХ ЗВ'ЯЗКІВ В ФОРМУВАННІ ОБ'ЄДНАНЬ ВЕЛИКИХ І МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ

Досліджено розвиток та значення коопераційних зв'язків великих і малих підприємств. Розглянуто роль і стан таких форм коопераційних зв'язків як субпідряд, франчайзинг, лізинг, венчурне фінансування

Постановка проблеми. Ринкова трансформація економіки та правове визнання приватної власності відродили в Україні активну підприємницьку діяльність. Будь-яка підприємницька діяльність здійснюється в певних організаційних формах. Вибір форми визначається об'єктивними та суб'єктивними чинниками: сферою діяльності, наявністю коштів, перевагами та недоліками відповідних форм підприємств. Важливою передумовою радикальних ринкових перетворень, реалізації стратегії економічного зростання в країні є розвиток малого підприємництва.

Збалансована виробнича структура економіки передбачає наявність раціональної пропорції в розвитку великих і малих підприємств. У зв'язку з цим виникає необхідність дослідження проблеми розвитку сектора функціонування малих підприємств, як важливої складової функціонування великих підприємств. Малі підприємства все частіше стають складовою системою коопераційних зв'язків з великим бізнесом.

Коопераційні зв'язки між малими, середніми та великими підприємствами є, по-перше, об'єктивною необхідністю, що зумовлена закономірностями суспільного поділу праці; по-друге, передумовою розвитку як великих так і малих підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблема розвитку коопераційних зв'язків присвячені праці вітчизняних вчених В.М. Гейсця [4], З.С. Варналії [1,2], І.С. Кузнецової, В.О. Сизоненко та ін. В працях цих авторів досліджено сутність та значення коопераційних зв'язків між великим та середнім бізнесом в Україні.

Проте, незважаючи на актуальність даної проблеми і увагу до неї вітчизняних науковців на сьогоднішній час відсутня загальноприйнята класифікація форм взаємодії малих підприємств між собою і з великим бізнесом; не визначений економічний механізм та інструменти відповідної взаємодії.

Мета дослідження. Подальший аналіз та оцінка розвитку коопераційних зв'язків в різних формах взаємодії великого і малого бізнесу.

Викладення основного матеріалу дослідження. Основним поштовхом до зростання інтенсивності взаємодії малого і великого бізнесу став процес реструктуризації багатьох великих підприємств.

Коопераційні зв'язки великих і малих підприємств почали виникати в таких формах:

- Інтрапартнерство, суть якого у формуванні відносин, що виникають на підставі створення при великих підприємствах малих підприємницьких структур (часто тимчасових), для реалізації певної мети, яка необхідна для покращення технічного рівня великого підприємства.

- Інкубаторство, що означає "вирощування" малої фірми, надання різноманітної допомоги на етапах її становлення. Відповідна форма коопераційних зв'язків поширена в інноваційній діяльності, де "інкубатор" розглядається як структура, що спеціалізується на створенні сприятливих умов для ефективної діяльності малих інноваційних (венчурних) фірм, які розробляють оригінальні науково-технічні ідеї. Інкубатор надає малим фірмам приміщення, устаткування, інформаційні, консалтингові послуги. Інкубатор не потребує бюджетних асигнувань. Самоокупність інкубаторів забезпечується за рахунок їх участі у майбутніх прибутках інноваційних фірм.

- Сателітна форма, що передбачає організацію малих фірм сателітів (дочірніх фірм), які забезпечують родинні зв'язки з материнськими компаніями.

Стійка взаємодія малих підприємств з іншими виробничими структурами утворює економічний симбіоз.

Економічний симбіоз – союз малого і великого підприємств (бізнес-партнерів), який взаємовигідний для обох сторін. Величина ефекту від спільної діяльності більша за суму ефектів окремо діючих підприємств (ефект синергії). Результатом економічного симбіозу взаємодії малих підприємств з виробничо-господарськими структурами є утворення і розвиток таких форм кооперації суб'єктів підприємництва як субпідряд, франчайзинг, лізинг, венчурне фінансування [1,3]. Змістом зазначених форм є інтеграція функціональних сфер діяльності малого підприємства і великого бізнесу, що визначається наступними формами коопераційних зв'язків:

- 1) субпідряд – виробничо-функціональні;
- 2) франчайзинг – виробничо-збутові;
- 3) лізинг – виробничо-фінансові;
- 4) венчурне фінансування – інноваційно-функціональні.

Змістом перелічених форм є інтеграція (переплетіння) функціональних сфер діяльності різних за розмірами підприємств. Серед організаційних форм кооперації великих, середніх і малих підприємств у виробничій сфері слід виділити субпідрядну систему і франчайзинг.

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

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 заклочну обробку отриманого матеріалу (сировини).

Найбільш поширені наступні види субпідряду:

➤ комерційний – велике підприємство заключає угоду на виробництво готового виробу без власної участі в його виробництві;

➤ виробничий – мале підприємство приймає участь в окремих стадіях технологічного процесу.

Франчайзинг – взаємодія великого і малого підприємств на засадах кооперації матеріальних та фінансових ресурсів. За угодою головна компанія (франчайзер) надає підприємцю (франчайзі) або групі підприємців ліцензію (франшизу) на виробництво продукції, торгівлю товарами або надання послуг під торгівельною маркою даної компанії за умови: дотримання технологічних процесів; на обмеженій території; на термін і умовах, визначених договором, в обмін на отримання певних платежів.

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 вітчизняному ринку перспективним є розвиток та створення франчайзингових систем у таких сферах: мережа ресторанів та кафе, продуктових магазинах, автосервіс, торгівля, харчова промисловість, будівництво, побутове обслуговування, транспорт, готельне господарство та ін.

Прикладом використання франчайзингової системи в Україні є індустрія безалкогольних напоїв. Такі компанії як “Кока-Кола”, “Пепс” завдяки франчайзингу отримали можливість виробляти концентрований сироп і централізовано постачати його місцевим заводам, що спеціалізуються на розливі, власники яких в кінцевому підсумку ставали керівниками місцевих роздрібних продаж [4] Компанія “Coca-Cola Amatil Ukraine Ltd” уже вклала в економіку України понад 300 млн. дол. США. В Броварах (Київська область) побудовано завод з виробництва напоїв ТМ “Coca-Cola”.

У громадському харчуванні значного зростання бізнесу на засадах франчайзингу досягла компанія “Мак-Доналдс” із новою стратегією швидкого обслуговування клієнтів. Обсяг інвестицій компаній “Мак-Доналдс” в економіку України понад 100 млн. дол. США. Для ефективного функціонування ресторанів “Мак-Доналдс” будуються сучасні заводи з переробки м’яса та картоплі.

Однією з головних умов успішного поширення франчайзингу є поєднання у ньому знань, досвіду та стійкого фінансового стану франчайзера організатора справ, власника генеральної ліцензії, “ноу-хау” або патенту, головного консультанта і досвідченого постачальника продуктів, матеріалів, сировини, обладнання, технології, необхідних для здійснення підприємницької діяльності; та франчайзі – енергійного підприємця, менеджера, діяльність якого є повністю самостійною, але його підприємство функціонує не як відокремлений суб’єкт правовідносин а як частина єдиного комплексу, що об’єднаний франчайзером, який є власником нематеріальних активів підприємства, що належить франчайзеру [4].

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, згідно із Законом України “Про лізинг”, – це підприємницька діяльність, яка спрямована на інвестування власних чи залучених фінансових коштів для надання лізингодавцем у виключне користування на визначений строк лізингодержувачу майна, що є власністю лізингодавця або набувається ним у власність у продавця (постачальника – виробника майна), що є власністю лізингодавця, за умови сплати лізингодержувачем періодичних лізингових платежів

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 і високопродуктивних технічних засобів та оперативного реконструювати виробництво;
- лізинг дає можливість отримати додаткові іноземні інвестиції для виробничої діяльності.

Залежно від особливостей лізингових операцій лізинг може бути фінансовий та оперативний; за формою здійснення – зворотним, пайовим, міжнародним.

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 [4 с. 196], завдяки венчурному фінансуванню.

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.

Активна діяльність венчурних фірм, які є дуже гнучкими та ефективними забезпечує:

- зростання конкурентоздатності продукції;
- швидке та успішне впровадження новітніх технологій;
- переозброєння та реконструкція виробництва на сучасній науково-технічній основі.

Венчурні фірми – підприємства малого бізнесу які займають:

- науковими дослідженнями;
- інженерними розробками;
- створенням і запровадженням нововведень в т.ч. на замовлення великих фірм.

Венчурні фірми об’єднують широке коло підприємств: а) зайнятих маркетингом та рекламою, б) інжинірингові, в) консалтингові компанії, г) фірми венчурного капіталу.

Венчурні фірми можуть бути:

- самостійні невеликі фірми, що спеціалізуються на дослідженнях, розробках та виробництві нової продукції;
- дочірні підприємства великих фірм;
- спільні підприємства, що об’єднують малі наукоємні фірми та великі компанії. В межах такого об’єднання, як спільні підприємства, мала фірма здійснює розробку нового виробу, а велика компанія фінансує дослідження, надає необхідне дослідне обладнання, забезпечує канали збуту, організує сервісне обслуговування.

Венчурні фонди утворюються в таких організаційних формах: 1) спеціалізована незалежна фірма венчурного капіталу, 2) венчурні фонди великих корпорацій, 3) інвестиційні компанії малого бізнесу, 4) науково-дослідні товариства з обмеженою відповідальністю.

Саме через свої венчурні фонди корпорації здійснюють фінансування малих інноваційних підприємств. Венчурні фірми незавжди прибуткові, оскільки власним виробництвом не займаються, а передають свої розробки іншим фірмам – експлорентам, патієнтам, віолентам та комутантам.

Фірми-експлоренти спеціалізуються на створенні нових сегментів ринку чи радикальних перетвореннях старих ринкових сегментів. Діють на етапі максимального зростання винахідницької активності з самого початку випуску продукції. Тому фірми-експлоренти називають “піонерськими”. Фірми-експлоренти вступають у партнерські відносини з фірмами-віолентами, фірмами-патієнтами і фірмами-комутантами. Кого вибере своїм партнером фірма-експлорент залежить від: а) специфіки товару, що випускається; б) від того, на який сегмент ринку він зорієнтований.

Фірми-патієнти орієнтуються на вузький сегмент ринку, на задоволення в основному нових потреб, сформованих під впливом моди та реклами. Ці фірми функціонують на етапах зростання випуску продукції й одночасно на зниженні винахідницької активності.

Фірми-віоленти діють у сфері великого бізнесу. Це фірми: а) з “силовою” стратегією; б) великим капіталом; в) значними можливостями освоєння сучасних технологій.

Фірми-віоленти займаються велико-серійним та масовим випуском продукції для широкого кола споживачів. Фірма-віолент виникає тоді, коли обсяг попиту на продукцію, а отже і її випуск, є максимальним.

Науково-технічну політику фірми-віоленти проводять таку ж, як і фірми-патенти: приймають рішення про терміни початку виробництва продукції і зняття її з виробництва; про інвестиції; про заміну парку машин.

Значну роль у розвитку венчурних фірм відіграють інноваційні бізнес-інкубатори.

Інноваційний бізнес-інкубатор (ІБІ) – це організаційна структура, де в обмежений термін на правах оренди розміщуються новостворені малі інноваційні підприємства – клієнти, яким на пільгових умовах надаються фінансові, матеріально-технічні й інформаційні ресурси, консалтингові й сервісні послуги для комерціалізації результатів наукових досліджень і винаходів та передачі їх на ринок інноваційної продукції.

Інноваційний бізнес-інкубатор може функціонувати як у складі технопарку, так і в автономному режимі.

Ефективна передача новітніх технологій і інновацій з науково-дослідних інститутів (НДІ), вищих навчальних закладів (ВНЗ) можлива лише при активному співробітництві між наукою, виробництвом, органами виконавчої влади та споживачами. Найбільш ефективною формою реалізації відповідного співробітництва є малий інвестиційний бізнес (МІБ) в технологічних (наукових) парках та технологічних бізнес-інкубаторах.

Сучасна концепція МІБ, що домінує у світі, потребує особливого середовища. Таким середовищем є технопарки, бізнес-інкубатори, технополіси, регіони науково-інноваційного розвитку. Основним центром (модулем) є технопарк. Технопарк містить, як правило, повний комплект усіх необхідних і достатніх для комерціалізації результатів в НДДКР та "виращування" (створення) нових МІБ – компонентів, які представляють науку, виробництво, сферу управління, фінансову сферу. Тут вироблено процедуру розподілу повноважень між представниками цих сфер, форми і методи їхньої взаємодії, специфічні завдання, які розв'язує кожен із них. Відсутність у технопарку тощо чи іншого компонента опускає його на нижчий рівень ієрархії інноваційних структур – до бізнес-інкубатора. Нарощування та збільшення числа модулів приводить до виникнення інноваційних структур вищого порядку – технополісів, регіонів науково-інноваційного розвитку, науково-технологічного центру. Взаємодія великих підприємств із малими інноваційними фірмами сприятиме оновленню виробництва.

В Україні інноваційна діяльність не забезпечує сталого зростання економіки. Так, станом на перше січня 2008 р. в Україні налічувалося 54925 промислових підприємств з них тільки 1186 підприємств впроваджували інновації, тобто являлися інноваційно активними тільки 2,2 %. В розвинутих країнах: частка інноваційно-активних підприємств – досягає 70 %, в Україні – 14,2 %.

Останнім часом посилюється увага до формування і діяльності нових локально-мережових, територіально-виробничих систем-кластерів.

Кластерні об'єднання – є однією з найефективніших форм організації інноваційних процесів на рівні регіонального розвитку. Кластерні об'єднання на ринку конкурують вже не як окремі підприємства, а цілі комплекси, які скорочують свої витрати завдяки спільній технологічній кооперації компанії. Об'єднання у кластери формують регіональний економічний простір з метою розширення сфери вільної торгівлі, вільного переміщення капіталу та людських ресурсів.

Економіка, що формується на основі кластерів – це модель конкурентоздатної та інвестиційно привабливої економіки, що забезпечує високий рівень та якість життя населення.

Кластер – визначається як територіальне об'єднання взаємопов'язаних підприємницьких структур, що тісно співпрацюють з науковими установами, громадськими організаціями та органами місцевої влади з метою підвищення конкурентоспроможності власної продукції та сприяння розвитку регіону.

Географічна близькість відповідних економічних видів діяльності дає можливість для досягнення більш високого рівня продуктивності та інновацій. Саме кластери у своїй бізнесовій діяльності використовують географічну концентрацію ресурсів, професій і підприємств. Кластери розташовані у безпосередній близькості кінцевих виробників, постачальників, дослідних лабораторій, навчальних закладів та інших установ в зазначеній економічній галузі, що робить їх важливим рушійним фактором розвитку регіональної економіки.

Концепція "кластеру" використовується у різноманітних бізнес-структурах: національних, регіональних, міжнародних; системах.

Кластерні механізми або локальні мережі, територіально-виробничі системи – є джерелами та факторами економічного зростання регіонів.

Кластерний підхід використовується як основа взаємодії великого і малого бізнесу.

Основна мета кластера – підвищити конкурентоздатність його членів за рахунок комерційного і некомерційного співробітництва, наукових досліджень та інновацій, освіти, навчання і заходів політики підтримки.

Найбільш вживаним визначенням кластеру, як регіональної концепції суміжних підприємств, є визначення американського вченого Майкла Портера: "Кластери" – це зосередження в географічному регіоні взаємозалежних підприємств та установ у границях окремої області. Кластери охоплюють значну кількість різного роду підприємницьких структур, важливих для конкурентної боротьби, а саме: постачальників спеціального оснащення, нових технологій, послуг, інфраструктури, сировини, додаткових продуктів тощо [6]. Крім того, багато кластерів включають органи влади та інші установи – такі як університети, центри стандартизації, торговельні асоціації, які забезпечують: а) спеціалізоване перенавчання, б) інформацією, в) дослідження, г) технічну підтримку.

Кластер є об'єднанням взаємопов'язаних різних організацій промислових компаній, дослідних центрів, наукових установ, органів державного управління на основі територіальної концентрації мереж спеціалізованих постачальників, основних виробників та споживачів, пов'язаних між собою технологічним ланцюгом. Кластери спрямовують свою діяльність на виробництво інноваційної продукції світового рівня. Створення кластерів особливо ефективно при реалізації програм економічного розвитку окремих регіонів.

Виникнення кластерів, як правило, ініціюється самими підприємствами з метою отримати вигоди від співпраці, а саме: збільшення ефективності зростання продуктивності, підвищення інвестиційної привабливості та ін. Встановлення кластерних зв'язків виступає пріоритетним завданням багатьох інноваційних стратегій.

При створенні кластерів необхідно з'ясувати:

- складові частини та межі кластерів;
- методику створення кластерів;
- класифікацію кластерів;
- сучасний рівень кластеризації.

Створення кластера відбувається в наступній послідовності:

Перший крок. Визначення складових кластера слід починати з великого підприємства і розглядати всі можливі підприємства, які перебувають в одному технологічному ланцюгу.

Другий крок. Визначення на горизонтальному рівні тих галузей, що використовують відповідні канали збуту або випускають додаткову продукцію.

Третій крок. Дослідження інших горизонтальних галузевих ланцюгів, які характеризуються використанням подібних спеціалізованих виробничих чинників або технологій.

Четвертий крок. На основі проведеного дослідження проводять відбір галузей і підприємств, що можуть входити до кластеру.

П'ятий крок. Визначаються організації, які: а) підтримуватимуть кластер через надання спеціальних знань, технологій, інформації, капіталу; б) обслуговуватимуть членів кластеру.

Шостий крок. Визначаються державні організації та відомства, які мають суттєвий вплив на членів кластера.

Сьомий крок. Встановлення меж кластера.

Рішення при визначенні меж кластера має ґрунтуватися на знанні найважливіших зв'язків. Саме сила таких зв'язків суттєво впливає на ефективність інновацій та визначає межі кластера. Визначені межі повинні охоплювати всі підприємства, галузі, та організації, між якими існують сильні вертикальні, горизонтальні або інституціональні зв'язки.

Залежно від змісту і стадії розвитку, кластери набувають різноманітних форм. Як правило, кластери включають до свого складу: а) виробників кінцевих продуктів або послуг, б) постачальників спеціалізованої сировини, матеріалів і послуг, в) фінансові структури, г) підприємства суміжних галузей.

Практика останніх років показує успішну діяльність великої кількості різних кластерів і доводить їхні конкурентні переваги порівняно з діяльністю окремих компаній конкретної галузі. Так, у США налічується близько 380 кластерів, сфера діяльності яких охоплює широкий спектр послуг та переробні галузі промисловості, де зайнято 57% робочої сили та виробляється 61% обсягу промислової продукції країни.

В Україні останнім часом все більшого значення у формуванні інноваційної стратегії окремих територіальних утворень набувають саме кластерні структури, які побудовані на співпраці підприємств, фінансово-кредитних установ, навчальних закладів та ін.

Так, в регіонах України вже функціонують наступні кластери:

- Хмельницький – одяг, будівельні матеріали, зелений туризм;
- Івано-Франківськ – туризм, декоративний текстиль;
- Черкаси – транспортні перевезення;
- Житомир – добування та переробка каменю;
- Одеса – виробництво вина;
- Харків – машинобудування;
- Рівне – деревообробка;
- Донецьк – добування вугілля.

Підприємства, які об'єдналися у кластер створили власну інфраструктуру, спеціальні центри послуг за різними напрямками діяльності, що дає їм можливість знизити вартість продукції послуг і операцій які здійснюються між партнерами.

Велике значення приділяється створенню науково-дослідних кластерів. Необхідність підтримувати й забезпечувати розвиток науково-дослідних кластерів полягає в наступному:

- інноваційність економіки залежить не тільки від ефективності діяльності підприємств та науково-дослідних установ, а насамперед від того, як вони співпрацюють між собою та з органами державної влади;
- інновації це ефект тривалих зв'язків між людьми, підприємствами й організаціями, у результаті яких створюються нові знання, товари чи послуги;
- територіальна близькість суб'єктів інноваційної діяльності сприяє утворенню, сприйняттю та використанню знань, а також формуванню ефективної інноваційної системи.

Прикладом науково-дослідного кластера є науково-навчальний комплекс створений на базі Національного університету "Львівська політехніка" та Західного наукового центру НАН України і МОН України, що об'єднав кафедри, навчально-наукові інститути й установи НАН України, які працюють за спорідненими напрямками у сфері природничих, технічних та суспільних наук. Головними завданнями комплексу є підготовка фахівців з підвищеним трудовим потенціалом, застосування інноваційних моделей організації навчального процесу та досліджень, спільне проведення НДДКР, реалізація потенціалу науково-педагогічних кадрів, використання навчально-лабораторної та виробничої бази тощо. Комплексу притаманні основні ознаки кластера, а саме: а) налагодження коопераційних зв'язків між учасниками, б) пошук спільних шляхів вирішення актуальних проблем економіки та науки, в) географічна концентрація, г) використання спільних об'єктів інфраструктури та ресурсів.

Створення на основі інтеграції великих і малих підприємств науково-технічних центрів, технополісів, технопарків – повинно стати в перспективі основою інноваційних процесів в Україні.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Коопераційні відносини малих і великих підприємств є певною системою з визначеними умовами функціонування і розвитку. Корпорації в результаті співпраці використовують ринкову і структурну гнучкість малих підприємств, їх інноваційні можливості зменшити ризик окремих операцій. Кооперація малих підприємств з великими підприємствами та між собою певною мірою сприяє розвитку малого підприємництва в Україні. Проте, специфіка сучасних напрямів формування системи взаємозв'язків великого і малого підприємництва, на жаль, направлена не на формування виробничих коопераційних зв'язків, а в основному на включення торгово-посередницьких малих підприємств в загальні маркетингові схеми відповідних підрозділів великих підприємств. Недостача інвестиційних ресурсів на великих підприємствах також стримує налагодження коопераційних зв'язків з малими підприємствами. Велике значення в розв'язанні даної проблеми залежить від державної політики щодо підтримки підприємництва.

Список використаної літератури:

1. Варналій З.С. Коопераційні зв'язки малих, середніх та великих підприємств // Малий і середній бізнес. – 2001. – № 1-2.
2. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики. – 2-е вид. випр. і доп. – К.: Т-во "Знання", КОО, 2003. – 302 с.
3. Мареный М.А. Методи фінансового аналізу коопераційних взаємодій малих промислових підприємств // Аудит и финансовый анализ. – 2001. – № 3.
4. Перехідна економіка: Підручник / В.М. Гець, Є.Г. Панченко, Е.М. Лібанова, З.С. Варналей та ін.; За ред. Гейця – К.: Вища школа, 2003. – 591 с.
5. Пономаренко А.О. О контрактных взаимоотношениях крупного и малого бизнеса. // Российский экономический журнал. – 1997. – № 7.
6. Портер М. Международная конкуренция. – М.: "Международные отношения". – 1993. – С. 33,98.

СТОЖОК О.З. – кандидат економічних наук, доцент, Житомирського державного технологічного університету