

В статті було звернуто увагу на окремі принципи, прийоми та стилі керівництва, про які зазвичай не йде мова у підручниках та в офіційних колах, але які певною мірою використовуються керівниками з урахуванням практичних та психологічних наслідків

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Аксененко Ю. Н. Соціологія і психологія менеджменту. – Ростов н/Д.: Фенікс, 2001. – 512 с.
2. Джуелл Л. Індустріально-організаційна психологія. – СПб.: 2001.
3. Занюк С. Психологія мотивації. – К.: 2001.
4. Ільїн Е. П. Емоції і відчуття. – СПб.: 2001.
5. Ільїн Е. Я. Мотиви і мотивація. – СПб.: 2000.
6. Коломинський Я. Л. Психологія взаємостосунків в малих групах (загальні і вікові особливості): Навчальний посібник. 2-е видання Мінськ, 2000.
7. Левин К. Теорія поля в соціальних науках // Переклад з англ., – СПб.: 2000.
8. Семечкин Н. І. Психологія соціального впливу. – СПб.: 2004.
9. Шикун А. Ф., Філінова І. М. Управлінська психологія: Навчальний посібник. – М.: Аспект Прес, 2002. – 332 с.

## ЕКОНОМІКА

УДК 336.012.23

### ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ВЕЛИКИХ І МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ

Колодяжна І. В., кандидат економічних наук, доцент Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Баранівського

#### Вступ

Сучасна ринкова економіка відрізняється розвиненими виробничими зв'язками між великим і малим бізнесом, які можна охарактеризувати як кооперацію в умовах конкуренції.

У економічній літературі і, перш за все, у вітчизняній, утворилася певна ніша в теоретичних і практичних питаннях взаємодії великого і малого підприємництва. Це обумовлено, з одного боку, недостатнім дослідженням методологічних і методичних питань підприємництва в Україні, а, з другого боку – майже зачатковим станом нових форм взаємодії великого і малого підприємництва в сучасних умовах розвитку ринку.

#### Результати дослідження

Перспективи українського малого підприємництва напряму пов'язані з формуванням тісного взаємозв'язку, співпраці малих і крупних підприємств. В ринковій економіці значна, якщо не домінуюча, частина малих підприємств (далі – МП) так чи інакше, знаходиться у сфері інтересів крупних підприємств. І, навпаки, стійкість положення, доходів, фінансові можливості малих фірм напряму залежать від їх відносин з крупними. Система «паралельного» існування «великої» і «малої» економік, що практично не мають точок зіткнення, що складається в даний час, сприяє подальшому розбалансуванню народного господарства. Саме це перетворює

проблему взаємодії крупного і малого підприємництва в, особливо, актуальну.

Дослідниками висловлювалася думка, що неліберальна «шоко-терапія» в Східній Європі, включаючи Україну, не створила передумов для успішного переходу до ринкової економіки [1, с. 92]. Не була достатньо продумана послідовність заходів. У підприємств було дуже мало часу для внутрішньої структурної перебудови, як і для перебудови зовнішніх зв'язків (тобто своїх виробничих ланцюжків), а важелі ринкової конкуренції були задіяні повністю.

Історичні відносини між малими і великими підприємствами розглядалися як експлуатація перших (і зайнятої на них робочої сили) другими. Мале підприємство і його робоча сила служили джерелом дешевій продукції, засобом обійти різні юридичні нормативи або зобов'язання, а також можливістю створення гнучкого виробничого ланцюжка під власним контролем. Проте в останні два десятиліття в світовій практиці така одностороння схема поступилася місцем новим відносинам, заснованим на більшій рівності і взаємній підтримці. Тепер прийнято вважати, що успішний розвиток крупних підприємств частково залежить від співпраці і партнерства з малими, особливо із спеціалізованими – субпостачальниками. Сучасні великомасштабні оброблювальні виробництва не можуть вижити без промислової інфраструктури, утворюваної розгалуженою мережею субконтрактних відносин між крупними компаніями і малими фірмами.

Можна виділити три моделі відносин між крупними і малими підприємствами, які здатні виконувати позитивну роль для МП та для розвитку сектора МП у цілому. Підкреслимо, що такі відносини не означають припинення домінування крупних підприємств або експлуатацію ними малих (або їх найманих робітників) [2, с. 15].

Першою такою моделлю є добре відомий «промисловий округ». Об'єднуючи на відповідній території ефективні малі підприємства, промисловий округ виконує найважливішу функцію підтримки найбільших промислових підприємств свого регіону.

Місцеві малі підприємства здатні забезпечувати їх багатьма видами високоякісної продукції і послуг, виробленими по їх замов-

ленню, проводити дослідження, направлені на оновлення продукції і виробничого процесу, здійснювати відповідні капіталовкладення, взагалі гнучко і швидко обслуговувати великі підприємства.

Друга модель, що визначила (хоча б частково) успіх крупних підприємств, – субконтрактні відносини.

У третій моделі широко використовується наявність «неформального» підприємницького сектора (маються на увазі підприємства, що працюють на межі закону, в основному застосовують працю родичів і друзів і діючі в рамках розгалуженій мережі соціальних зв'язків). Крупні підприємства використовували тісну мережу їх соціальних зв'язків, щоб забезпечити себе кваліфікованою робочою силою, яка використовується на основі субконтракту, для просування на експортні ринки.

Ці три моделі ілюструють позитивну роль сектора МП, який росте у підтримці крупних підприємств. У всіх трьох випадках мало місце «підживлення» у вигляді більш менш інтенсивного державного втручання на регіональному або місцевому рівні, що на наш погляд, є аргументом на користь інтервенціоністського підходу до розвитку МП в Україні. Використовування одного лише ринкового механізму вимагає значного часу для створення необхідної інфраструктури для малих підприємств. Досвід повсюдно показав, що такий розвиток, перш за все, спирається на вже існуючу інфраструктуру, яка здатна підтримати підприємництво і інвестиційну діяльність.

Існуюча в наступний час ринкова модель – всього лише примітивний її варіант, коли основним видом бізнесу є торгівля за принципом «дешевше купити та дорожче продати».

Враховуючи обмеженість ресурсів для підтримки новостворюваних МП, як однієї з передумов формування державної і регіональної програм, можливі два підходи до проблеми створення нових підприємств.

Перший – коли наявні ресурси зосереджуються на підтримці невеликого числа нових, порівняно крупних підприємств, і кожному з них доводиться велика частина ресурсів, – «відбір по ознаці якості» і придбаває все більше розповсюдження в західноєвропейській еко-



номіці унаслідок великої кількості банкрутств серед знов створених фірм, а також тому, що лише невеликий відсоток існуючих підприємств вносить істотний внесок в створення нових робочих місць. Концентрація зусиль на невеликому числі перспективних нових або вже існуючих підприємств знижує загальний відсоток невдач.

Другий підхід полягає в тому, щоб максимально збільшити кількість новостворюваних підприємств, роздаючи невеликі за об'ємом ресурси можливо більшому їх числу [3, С. 27]. Стійке зростання сектора МП в Україні залежатиме від того, наскільки швидко малі фірми зуміють згрупуватися в «скупчення» або «мережі».

По-третє, альтернатива «кількісному» підходу має істотні недоліки. Бути розбірливішим в наданні допомоги і зосереджувати ресурси на меншій кількості проектів стає модним, особливо для західної економіки. Проте для радикально іншої обстановки в нашій країні це не підходить з кількох причин. Перша з них – нездатність ефективно оцінювати пропоновані проєкти. Друга причина: там, де підтримка виявляється через місцевих урядовців, можливі проблеми.

Технологічна політика відносно МСП в Україні могла б врахувати в майбутньому ту обставину, що тут потрібні активне тривале втручання і концентрація зусиль. Це може знайти вираз в посиленій підтримці місцевих НІОКР і створенні особливих структур з передачі технологій.

### **Висновки**

Малий бізнес є невід'ємною структурною складовою сучасної ринкової економічної системи, тому проблеми його взаємодії з крупним підприємництвом мають актуальне значення в сучасних умовах. Перспективами подальших досліджень в даному напрямі є розробка нових підходів до організації та регуляції економічної взаємодії крупних і малих підприємств, цілями яких є подальший розвиток внутрішнього ринку і зміцнення конкурентоздатності української економіки.

**ЛІТЕРАТУРА:**

1. Сизоненко В. О. Сучасне підприємництво: Довідник [Текст] / В. О. Сизоненко // Вища освіта ХХ століття. – К.: Знання – Прес, 2003. – 379 с. – ISBN 966-7767-07-8
2. В. М. Дячек «Бар'єри і можливості розвитку малого та середнього бізнесу в Україні [Текст]: Всеукраїнська міждисциплінарна наук. – практ. конф., 2006р.7-8 груд., м. Київ / ред. В. М. Дячек [та інш.]. – Київ., 2006. – 117 с.
3. [Текст] // В. И. Ляшенко, В. В. Хахулинаю, Экономико-правовое развитие субъектов малого предпринимательства (зарубежный опыт и перспективы его использования в Украине. – Донецк: ИЭПИ НАН Украины; ООО «Юго- Восток, Лтд», 2001. – 456 с. – ISBN 966-7659-39-5