

Секція: Економіка підприємства

УДК 334.716

**Гнатенко І.А.**

*доцент кафедри управління персоналом та економічної теорії  
Східноукраїнського національного університету імені В. Даля,  
м. Сєверодонецьк, Україна*

**Соляник Т.Г.**

*старший викладач кафедри управління персоналом та економічної теорії  
Східноукраїнського національного університету імені В. Даля,  
м. Сєверодонецьк, Україна*

## **СТИМУЛЮВАННЯ ВИРОБНИЧОЇ КООПЕРАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ З МЕТОЮ ОТРИМАННЯ ВЗАЄМОВИГІДНОГО СИНЕРГЕТИЧНОГО ЕФЕКТУ**

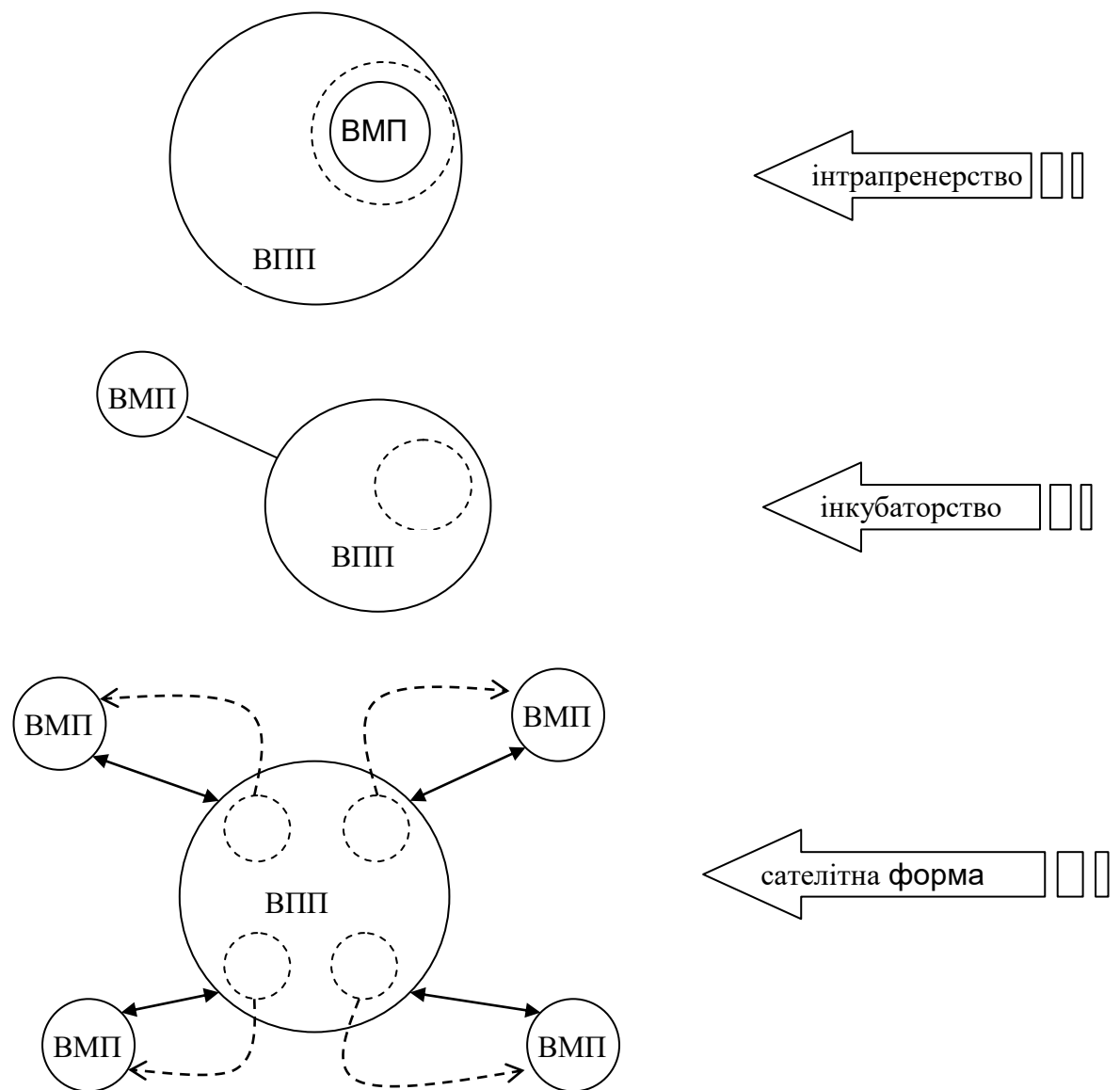
За сучасних нестабільних умов розвитку нашої країни, проблеми виробничої кооперації підприємств набувають особливого значення. Бо, лише разом при тісній співпраці підприємств можливо подолати негативні впливи на виробництво та країну в цілому. Дуже вигідна така кооперація і для сектору малого підприємництва. Виробнича кооперація, як різновид ділового партнерства, передбачає таку кооперацію малих підприємств та підприємців, за якої велике підприємство на підставі договору (контракту) розміщує замовлення, визначає специфікацію виробів, надає сировину чи напівфабрикат для подальшої переробки тощо, а виконавці (виробничі малі підприємства) здійснюють часткову або завершальну обробку наданого матеріалу. При цьому велике підприємство може укласти контракт на виробництво готового виробу без власної участі в його виробництві (комерційний варіант) або на окремі стадії технологічного процесу (виробничий варіант). На умовах виробничої кооперації може здійснюватися і робота малих підприємств на давальницькій сировині (свого роду толінг), і реалізація продукції великого підприємства.

Причинами подальшого впровадження та стимулювання виробничої кооперації як однієї з основних форм підтримки діяльності підприємства, за

нашим баченням, є: більш низькі витрати виробництва у виробничих малих підприємств, які є свого роду субпідрядниками; ймовірність тимчасової нестачі виробничих потужностей на великому підприємстві при перевантаженому портфелі його замовлень; наявність так званих маргінальних партій виробів (або обсяг замовлення недостатньо великий для великого підприємства, або необхідне виробництво вузько спеціалізованих видів продукції); потреба в просуванні на ринок з малими партіями товару без витрат на створення збутових систем; забезпечення адаптивності до "пікових" ситуацій на ринку тощо [1, с. 102]. У разі, якщо взаємодія виробничих малого та великого підприємств ґрунтується на отриманні взаємної вигоди і носить стійкий характер, між підприємствами створюється економічний симбіоз.

Узагальнюючи економічний зміст даного виду взаємодій, нами визначено наступне. На базі великих підприємств реального сектора підприємницька діяльність найбільш часто виникає у формах (зображених на рис. 1.): інтрапренерство (створення невеликого, часто тимчасового колективу для реалізації певної мети або під розробку певної ідеї, необхідної для підвищення технічного рівня великого підприємства); інкубаторство (підтримка розвитку виробничого малого підприємства, надання різної допомоги на етапах його становлення); сателітна форма (організація малих підприємств-сателітів – різних дочірніх підприємств, які зберігають тісний діловий зв'язок із підприємствами-засновниками, створення виробничих малих підприємств, юридично самостійних, але економічно тісно залежних від корінної структури та ін.). Інтрапренерство й інкубаторство як форми взаємодії малого і великого виробничого підприємництва у вітчизняних умовах доки не отримали належного використання. Сателітні форми, що виникають шляхом виділення малого підприємства з великого, зустрічаються частіше, особливо останнім часом. Вони створюються також з самостійних господарських об'єктів, при цьому зазвичай великий об'єкт є центром тяжіння малого.

Варто зауважити, що сама по собі така взаємодія та виробнича кооперація буде мало результативною без належної оцінки її ефекту або певного вимірювання.



**Рис. 1. Форми взаємодії малих і великих підприємств**

*(де: ВПП – велике промислове підприємство; ВМП – виробниче мале підприємство)*

Бо, як відомо, одним з основних критеріїв доцільності розвитку підприємства з використанням моделі стратегічної взаємодії з іншими економічними організаціями визнається отримання партнерами позитивного синергетичного ефекту [1-2], сутність якого найчастіше розкривається через твердження, що результати спільної діяльності суб'єктів виявляються суттєво

більшими, ніж вони здатні досягти поодиночі. Проте, не заперечуючи наявності такого ефекту, питання виявлення джерел його формування та способів вимірювання залишаються відкритими.

При оцінюванні ефекту взаємодії виробничих малих підприємств з великими та середніми найчастіше згадуються такі проблеми: багатогранність та поліаспектність ділових контрагентських відносин як таких; асиметричність інформації та результатів взаємодії кожного з контрагентів; домінування в розробці управлінських рішень експертних методів, а також оцінювання впливу чинників та результатів партнерства внаслідок неявної природи деяких з об'єктів такого оцінювання тощо. Враховуючи складність та багатогранність визначеної проблеми, вважаємо за можливе сфокусувати увагу на основних проблемах ідентифікації джерел оцінювання ефекту кооперації виробничих малих підприємств із великими та середніми як ключового критерію результативності взаємодії сучасного малого підприємництва та систематизації різних науково-методологічних підходів до оцінювання подібних ефектів. Незважаючи на широку популярність у діловій літературі концепції синергізму, у контексті прикладних економічних досліджень цей методологічний підхід залишається недостатньо розвиненим.

Ураховуючи певну неусталеність понятійного апарату синергетичної концепції, пропонуємо у межах дослідження під ефектом взаємодії виробничих малих підприємств з великими та середніми розуміти зміну ефективності діяльності підприємства внаслідок такої взаємодії, що зумовлюється виникненням так званого системного ефекту (ефекту емерджентності) та супроводжується частковою втратою кожним із партнерів їхньої стратегічної автономності (або незалежності в ухваленні стратегічних рішень). Одразу зауважимо, що подібний ефект може мати як позитивний, так й негативний вияв, про що у відповідних теоретичних дослідженнях згадується нечасто. Негативний наслідок взаємодії може бути зумовлений високими витратами, які виникають у процесі адаптації підприємств, що поєднуються в певну інтеграційну структуру, або внаслідок зменшення керованості більш складною

системою. Але, враховуючи здатність виробничих малих підприємств до стрімкого адаптування з меншими витратами, негативний ефект взаємодії може виявлятися лише у відсутності юридичного захисту та за сферами права власності.

З несуттєвими розбіжностями погляди дослідників збігаються стосовно розуміння основних джерел ефекту та переваг, що супроводжують процеси взаємодії малих підприємств один з одним та з великими та середніми промисловими підприємствами. Неоднозначними виявляються способи вимірювання і оцінювання такої взаємодії та сфери її застосування. Існує декілька підходів до оцінювання взаємодії підприємств та вимірювання певного синергетичного ефекту такої взаємодії. Прихильники фінансового підходу наполягають на використанні показника віддачі на капітал: наскільки більше/менше може знадобитися інвестованого капіталу (активів) без взаємодії, щоб сформувати такий самий за величиною грошовий потік, що створюється капіталом за умови стратегічної взаємодії. Інакше кажучи, на скільки процентів ефект синергії збільшує/зменшує вартість капіталу інвесторів у капіталі підприємства. Проте подібний прямий спосіб оцінювання взаємодії підприємств не завжди виявляється методично та практично дієвим. Особливо гострою ця проблема є при спробах оцінювання управлінської синергії.

Таким чином, до основних подальших перспектив розвитку вітчизняних підприємств слід віднести стимулювання взаємодій між підприємствами на взаємовигідних умовах. Важливим є пошук індикаторів визначення ефекту від взаємодії між підприємствами в залежності від типу виробничої кооперації.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Герасимчук В.І. Малий та середній бізнес як сфера зайнятості: методологія, аналіз, проблеми розвитку : монографія / В.І. Герасимчук, О.В. Мірошніченко, В.В. Онікієнко— К.: УІСД, 2002. — 116 с.
2. Камышный В.А. Малый бизнес: теория, практика / В.А. Камышный. — М.: ТЕИС, 2013. — 431 с.