**Парсяк Володимир Никифорович. Формування корпоративних відносин в системі малого підприємництва: дис... д-ра екон. наук: 08.06.01 / Національний науковий центр "Інститут аграрної економіки". - К., 2004**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | Парсяк В.Н. Формування корпоративних відносин в системі малого під-приємництва. – Рукопис.  Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08. 06. 01 – економіка, організація і управління підприємствами. – Національний науковий центр “Інститут аграрної економік”, Київ, 2004.  Викладені результати дослідження теоретичних і методологічних пере-думовформування корпорацій у сфері малого бізнесу. Розкрито сутність, місце, специфіку та виявлені напрями розвитку економічних відносин, що його су-проводжують. Визначено наслідки побудови корпорацій як засобу мобілізації креативного потенціалу малого підприємництва, включаючи його участь у міжнародному маркетингу і розбудові економіки країни на інноваційних прин-ципах. З’ясовано стан та перспективи розвитку малого підприємництва в країні з урахуванням особливостей поточної ситуації в економіці. Розроблено методико-прикладні засади імплементації найважливіших складових цілісної системи внутрішньофірмового менеджменту на малих підприємствах. Запропоновано заходи з впровадження в практику управління корпораціями планових передбачень господарської діяльності, мотиваційної підтримки підприємницької та трудової активності на макро- та мікроекономічному рівнях з урахуванням інтересів держави, інвестора та найманого персоналу. Розвинуто ідею поширення на сферу малого підприємництва переваг маркетингової концепції організації бізнесу. | |
| |  | | --- | | Виконане дисертаційне дослідження, підґрунтям якого стали наукові здобутки попередників; обширна первинна інформація, узагальнена за допомогою відповідних методів систематизації та співставлення; досвід, набутий впродовж практичної перевірки попередньо висунутої робочої гіпотези, має результатом такі висновки:  1. Глибинні перетворення, що супроводжують зміну соціально-економіч-ної формації в нашій державі, привели до структурних зрушень, які виявилися причиною масових (у порівнянні з недалеким минулим) проявів підприємницької ініціативи. Започаткована державою вона стає дедалі заповзятливою, накопичуючи власну енергію та джерела живлення. На багатьох прикладах доведено, що у сукупності та взаємодії із особовими і речовими чинниками, підприємництво складає систему виробничих сил, яка забезпечує досягнення позитивної динаміки суспільно-економічного прогресу.  2. Прояви підприємницької ініціативи – багатогранні як за змістом нововведень, що пропонуються ринку, так і за обсягом господарської діяльності. Виходячи з цього, а також спираючись на існуючі факти, обґрунтованим є твердження: найбільший потенціал, здатний забезпечити прискоренні темпи руху до визначених реформаторських цілей, має так званий малий бізнес. Розрахунки свідчать, що існує залежність між динамікою зміни кількості господарюючих суб'єктів з числа невеликих фірм та темпами зростання валового внутрішнього продукту. Це означає, що політика реформування вітчизняної економіки має ґрунтуватись на дієвому механізмі активізації підприємницького потенціалу суспільства і, перш за все, в його малих формах.  3. Як самостійний елемент економічних відносин, мале підприємництво істотно впливає на перебудову економіки країни: сприяє збільшенню роздріб-ного товарообігу; забезпечує ефективно діючі стимули інноваційних процесів та високоефективної праці, наповнення ринку товарами, які мають найбільший попит; формує прошарок власників, що активно протистоять будь-яким проя-вам соціальної дестабілізації. Воно відкриває простір для вільного вибору гро-мадянами шляхів забезпечення власного добробуту і зростання життєвого рівня суспільства в цілому. Це означає, що малий бізнес гармонійно доповнює сектор, представлений великими підприємствами, а багатоукладність набуває якостей домінуючої тенденції, яка розкривається в усій сукупності явищ та процесів, характерних для сучасної економіки; все більше виражає типові, сталі, такі, що повторюються, причинно-наслідкові зв'язки та залежності. Перелічені риси харак-терні для об'єктивних економічних законів.  4. В економічному просторі будь-якої держави малі підприємства, що функціонують у досить складному ринковому середовищі, є найбільш вразливою категорією підприємництва. Розробка і реалізація спільної маркетингової стратегії є для них засобом не тільки нейтралізації можливих негативних впливів екзогенного походження, але й зворотнього втручання в обставини, які їх формують для зміни умов бізнесу на краще. Інтеграція у сфері малого бізнесу містить необхідні передумови підвищення їх конкурентоспроможності. Для двох форм синергетичного ефекту, що лежить в основі конкурентних переваг, – компліментарність між ресурсами і спільного доступу до них – існують чинники, що сприяють і протидіють забезпеченню їх сталості. Тому створенню корпорації повинна передувати комплексна оцінка його наслідків.  5. Незважаючи на обрану організаційно-правову форму, корпоративні структури являють собою сукупність економічних відносин. Їх організаційно-економічна складова визначає взаємини між власниками засобів виробництва (утворення виробничої структури, органів управління корпорацією, призна-чення на посаду керівних осіб тощо); між власниками та менеджментом (фор-мулювання принципів, стандартів поведінки та норм, які мають регулювати взаємини між різними верстами персоналу фірми та контакти із зовнішнім середовищем); між менеджментом та виконавцями бізнес-проектів (з приводу умов праці, регламентації обов’язків, субординованості тощо). Соціально-економічні відносини визначають процедури участі усіх зацікавлених сторін (власників інвестованого капіталу, найманих працівників, держави) у розподілі новоствореної вартості і містять основні механізми функціонування відтворювального процесу, визначають межі розвитку, мотиви та антистимули, впливають на вибір методів і заходів господарської діяльності.  6. Значний потенціал малого бізнесу як специфічної форми ділової актив-ності розкривають інституціональні аспекти корпоративної інтеграції. Це оз-начає, що ефективність функціонування корпоративних структур в умовах рин-кової економіки залежить не стільки від організаційної впорядкованості, скіль-ки від “правил гри”, які визначають характер відносин та особливості поведінки її операторів. Окреслення мети та завдань корпорації, чітке з’ясування прав власності, перерозподіл повноважень, мінімізація трансакційних витрат на ос-нові інтеграції й переосмислення ролі інформаційного забезпечення є методо-логічно виваженими напрямами формування і стабільного функціонування ринкової економічної системи.  7. Ресурсні та позиційні причини, які пояснюють забезпечення конкурентних переваг малим підприємствам, знаходяться у діалектичному взаємо-зв’язку. Виявлено, що ринкова позиція корпорації відрізняється від тієї, яку займає кожне мале підприємство окремо, оскільки вона має кращі можливості для відстоювання своїх інтересів у конкурентній боротьбі. Крім того, деякі види підприємницької діяльності і, перш за все, сільське господарство, для одержання ефективного результату потребують певного обсягу робіт у межах незавершеного виробництва. Необхідні для цього активи також можуть накопичуватись, раціонально розподілятися саме корпорацією. Підвищена сталість конкурентоспроможності малих підприємств, яка створюється через організацію корпоративної структури, пояснюється взаємодоповнюючим поєднанням синергетичного ефекту від спільного використання ресурсної бази і вдосконалення захисту ринкових інтересів малих підприємств через заплановані та скоординовані колективні дії.  8. Історико-економічний аналіз еволюції розвитку малого бізнесу свідчать, що серед чинників, які впливають на підприємницький процес крім зовнішніх, важливу роль відіграють й інтерапренарні фактори. Серед них – рівень організації внутрішньофірмового менеджменту, поліпшення якого здатне суттєво підвищити життєздатність малих фірм. Виявлені найістотніші особливості таких формувань: короткі інформаційні потоки; обмежене делегування повноважень; незначний ступінь формалізації відносин тощо. Разом із певними перевагами вони не позбавлені й недоліків, які позначаються на ефективності діяльності корпорацій. Встановлено, що в системі функцій управління малими підприємствами найбільш недосконалими є планування та мотивація персоналу, а серед видів господарської діяльності – маркетинг.  9. За результатами дисертаційного дослідження встановлено, що планування є засобом зменшення підприємницьких ризиків, які виникають в ринковому середовищі, порівняно з інтуітивно-спонтанним способом прийняття управлінських рішень. Характерною тенденцією є збільшення позитивного ставлення до планових передбачень протягом життєвого циклу малої фірми та вибору її власників на користь перспектив зростання та розвитку. Планування лише тоді досягає успіху, коли менеджмент корпорацій оперує усім спектром рішень відносно цілей, політики, стратегії, програм (планів). Крім того доведено, що розміри підприємства і його організаційно-правовий статус визначають доцільність впровадження однієї з трьох ієрархічних спрямованостей планування: "знизу-нагору", "згори-донизу", "за колом". Для нейтралізації відцентрових сил, які завжди іманентні складним економічним системам, важливе значення набуває розробка та здійснення корпоративної політики зростання та розвитку.  10. Мотиваційні засади, на яких базується система впливу на малі підпри-ємства (про це свідчить узагальнений досвід розвинених країн) дозволяють найкращим чином розкрити їх економічний потенціал та ефективно використо-  вувати наявні переваги: мобільність, керованість, гнучкість, здатність швидко пристосовуватись до змін, що відбуваються на ринку, відносно невисокі поточні витрати. Саме ці риси малого підприємництва відіграють суттєву роль у послабленні й врешті подоланні притаманної великому капіталу тенденції до монополізації та сприяють створенню належного конкурентного середовища.  11. Подолання дедалі більшого відокремлення найманих працівників від засобів виробництва, яке стає визначальною рисою сьогодення, можливе за рахунок поширення мотиваційного управління і на внутрішньокорпоративний рівень. Важливо подолати стереотип уявлень про надзвичайну роль заробітної плати як виключного спонукального чинника. Дослідженнями встановлено, що вона дійсно відіграє її, але у сукупності з іншими засобами впливу на персонал: матеріальними (премія, участь у прибутках), адміністративними (однозначне визначення прав та обов'язків співробітників; окреслення меж повноважень; застосування обґрунтованих санкцій тощо), нематеріальними (поліпшення якості трудового життя, формування та підтримка корпоративного духу).  12. Ознакою нової підприємницької культури, обумовленої поглибленням товарно-грошових відносин, є запровадження в діяльність організацій маркетингу, як образу мислення та способу дій. Системне вивчення маркетингової діяльності в корпораціях свідчить про необхідність достатньої збалансованості між її функціями та структурою. Причому на вибір типу організаційного забезпечення значною мірою впливає прийнята стратегія економічного розвитку, яка, у свою чергу, знаходиться під впливом логіки поведінки підприємства на ринку. В системі маркетингу товарно-грошовий обмін доповнюється обміном інформаційним. Його обсяги та змістовність визначаються якістю маркетингових досліджень, які на концептуальному рівні складаються з їх цільового призначення, методів проведення, функціональних напрямів й організаційного забезпечення.  13. Поширення у господарській практиці зарубіжних країн маркетингової концепції господарювання привело до появи нової економічної категорії – моральне старіння третього роду, коли лише наявність пізнаваного бренду робить товар більш привабливим навіть у порівнянні з дешевшими або продуктивнішими аналогами. Малі підприємства корпоративного типу мають враховувати цю обставину, перш за все, з урахуванням наслідків незворотної глобалізації світової економіки. Використовуючи планові передбачення маркетингових перспектив, вони здатні інтегрувати свій науковий та виробничий потенціал у систему світогосподарських відносин.  14. Зміна економічної ситуації на краще: формування фермерського укладу, поступовий розвиток корпоративних відносин – справа часу. Однак, темпи трансформацій могли б бути швидшими, а безпосередні їх наслідки – позитивнішими. У тому числі завдяки точному визначенню ставлення держави до малого підприємництва та істотній підтримці останнього: матеріальній і далеко не в останню чергу – моральній. Її проявом, зокрема, є наявність Законів України, Указів Президента України, постанов Кабінету Міністрів – цілеспрямованих, узгоджених, стабільних, підпорядкованих досягненню стратегічної мети розвитку суспільства, економіки та окремих галузей. Виходячи з цього, зроблено висновок про необхідність зміни вектора державної економічної політики по відношенню до малих підприємств від безпосереднього управління й регулювання до розробки та запровадження заходів з мотивації ділової активності найбільш ініціативних верств населення. | |