

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІГІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ТЕРЕЩЕНКО Олена Леонідівна



УДК 338.2:[334.012.61-022.51:005.591.452](043.3)

**ПАРТНЕРСЬКІ ВІДНОСИНИ В МАЛОМУ БІЗНЕСІ
ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

**Спеціальність 08.00.03 – економіка та управління
національним господарством**

**АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук**

Чернігів – 2019

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Чернігівському національному технологічному університеті Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник: доктор економічних наук, доцент
Бутенко Наталія Василівна,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка Міністерства освіти і науки України,
професор кафедри підприємництва.

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, доцент
Курмаєв Петро Юрійович,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини Міністерства освіти і науки України,
професор кафедри фінансів, обліку та економічної безпеки;

кандидат економічних наук, доцент
Більовська Ольга Олександрівна,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна Міністерства освіти і науки України,
доцент кафедри міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи.

Захист відбудеться «28» листопада 2019 р. о 14⁰⁰ годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 79.051.04 у Чернігівському національному технологічному університеті за адресою: 14035, м. Чернігів, вул. Шевченка, 95, ауд. 318.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Чернігівського національного технологічного університету за адресою: 14035, м. Чернігів, вул. Шевченка, 95.

Автореферат розісланий «28» жовтня 2019 р.

**Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради,
доктор економічних наук, професор**



В. В. Виговська

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Визначальною детермінантою інкорпорації малого бізнесу (далі – МБ) до національного економічного простору в контексті підвищення рівня конкурентоспроможності національної економіки й забезпечення його переходу до сталого розвитку є формування партнерських відносин. Умови функціонування МБ в Україні, складність його галузевої, виробничої та організаційної структури, масштабність і розмаїття використовуваних матеріальних, трудових, інформаційних ресурсів, складні господарські зв'язки та багато інших чинників генерують потребу формування нової системи управління економічними процесами в секторі МБ. У цьому контексті особливого значення набуває формування конкурентних переваг суб'єктів МБ на основі активізації співпраці та постійного пошуку найбільш ефективних форм партнерських відносин. На сучасному етапі розвитку національної економіки партнерські відносини поряд із матеріальними, фінансовими, інформаційними та іншими активами є найважливішим ресурсом, яким володіють суб'єкти МБ та ключовим чинником, який визначає конкурентоспроможність МБ зокрема та національної економіки загалом. У зв'язку з цим вивчення передумов формування ефективних партнерських відносин у МБ, обґрунтування нових форм та механізмів їхньої реалізації мають важливе науково-практичне значення у вирішенні завдань забезпечення висхідного зростання національної економіки.

Питання розвитку партнерських відносин досліджують як зарубіжні, так і вітчизняні вчені. Теоретико-методологічні засади дослідження партнерських відносин сформовано в працях таких зарубіжних учених, як Е. Андерсон, Т. Веблен, Ф. Вебстер, Б. Гаррет, П. Гембл, Я. Гордон, С. Гронроос, Дж. Дайер, П. Дойль, П. Друкер, Дж. Коммонс, Ф. Котлер, М. Кристофер, М. Портер, Р. Морган, Х. Хаканссон, О. Уільямсон, Ш. Хант та інших. Фундаментальною ознакою їхнього наукового внеску є конкретизація цілей партнерських відносин у розрізі циклу створення вартості та мережевих систем. Чималий внесок у дослідження партнерських відносин як важливої проблематики фундаментальної економічної науки здійснили представники сучасної вітчизняної наукової думки – Л. Балабанова, О. Гребешкова, В. Заруба, Є. Крикавський, Я. Криворучко, Л. Мороз, І. Решетнікова, Н. Чухрай та інші. У їхніх працях подальший розвиток і конкретизацію отримали фундаментальні ідеї партнерських відносин у контексті економіко-теоретичних досліджень.

Вагомий внесок у дослідження проблем формування та розвитку МБ у національній економіці зробили такі вітчизняні вчені-економісти, як О. Амоша, В. Базилевич, О. Більовська, З. Варналій, Н. Вдовенко, В. Виговська, Н. Гражевська, О. Гонта, А. Дука, М. Забаштанський, А. Ігнатюк, В. Ільчук, П. Курмаєв, В. Маргасова, В. Микитенко, А. Роговий, С. Шкарлет, М. Савченко, Н. Ткаленко, К. Шапошников та інші. У їхніх працях аналізуються проблеми розвитку МБ, забезпечення конкурентоспроможності та передумов сталого розвитку національної економіки.

Віддаючи належне науковим напрацюванням згаданих учених, зауважимо, що питання формування ефективних партнерських відносин у МБ та стратегічні пріоритети їхнього розвитку залишаються актуальними та потребують подальших наукових розвідок. Отже, стан наукової розробки окреслених питань, їхня методична та практична значущість зумовили вибір теми дисертаційної роботи, визначили мету, завдання, логіку та зміст дослідження.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дослідження пов'язано з науково-дослідною діяльністю Київського національного університету імені Тараса Шевченка за темою: «Розвиток внутрішнього ринку України в умовах глобалізації: закономірності та протиріччя» (номер державної реєстрації 01060006542), у межах якої автором розглянуто інноваційні чинники розвитку внутрішнього ринку України на засадах партнерства та Чернігівського національного технологічного університету за темою: «Теоретико-прикладні аспекти фінансового забезпечення розвитку національного господарства» (номер державної реєстрації 0113U002742), де автором надано пропозиції щодо перспективного розвитку співпраці суб'єктів МБ із фінансовими організаціями.

Мета й задачі дослідження. Метою дисертаційної роботи є обґрунтування теоретико-методичних засад формування партнерських відносин та розроблення на цій основі практичних рекомендацій щодо їхньої ефективної реалізації в малому бізнесі як необхідної умови досягнення стратегічних завдань економічного розвитку країни.

Відповідно до поставленої мети дослідження визначені та вирішені такі завдання:

- узагальнити наукові підходи до розуміння сутнісних характеристик партнерських відносин та висвітлити їхню роль у функціонуванні національної економіки;
- виокремити форми партнерських відносин у малому бізнесі та окреслити сфери їх застосування;
- сформулювати концептуальні положення створення партнерських мереж малому бізнесі та ідентифікувати синергетичні ефекти їхнього утворення;
- надати комплексну оцінку стану та особливостям функціонування суб'єктів малого бізнесу в Україні;
- дослідити практику реалізації партнерських відносин у малому бізнесі в Україні та охарактеризувати їхнє інституційне забезпечення;
- сформулювати пропозиції щодо удосконалення партнерських відносин у малому бізнесі в контексті реалізації концепції сталого розвитку національної економіки;
- розробити рекомендації щодо вдосконалення конфігурації організаційно-економічного механізму управління партнерськими відносинами в малому бізнесі;
- запропонувати методичний підхід до оцінювання ефективності формування партнерських мереж суб'єктами малого бізнесу.

Об'єктом дослідження є процес формування партнерських відносин у малому бізнесі.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні аспекти формування партнерських відносин у малому бізнесі як необхідної умови зростання кількісних та якісних показників економіки України.

Методи дослідження. У процесі дослідження використовувалися загальнонаукові та спеціальні методи наукового пізнання, а саме: статистичні методи обробки даних, методи групувань і порівняння, аналітичні методи – для оцінювання сучасного стану розвитку МБ в Україні; метод логічного узагальнення – для забезпечення послідовності в проведенні наукового дослідження та формулюванні висновків; системний та екстраполяції – для розкриття впливу партнерських відносин у МБ на розвиток національної економіки; логічний, діалектичний – для уточнення понятійного апарату дослідження; статистичного аналізу та абстрактно-логічний – під час дослідження особливостей формування партнерських відносин у МБ, формулювання висновків та пропозицій; графічний метод – для схематичного представлення ключових теоретичних аспектів досліджуваної проблеми й наочного представлення статистичних матеріалів.

Статистичною і фактологічною основою дослідження є нормативно-правові та законодавчі акти, монографічні дослідження й наукові публікації провідних вітчизняних і зарубіжних учених із досліджуваної тематики, аналітична інформація науково-дослідних установ, статистичні матеріали та звітні дані Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, Державної служби статистики України, Українського союзу промисловців і підприємців, Спілки підприємців малих, середніх і приватизованих підприємств України, організації USAID Україна, матеріали інформаційно-аналітичних бюлетенів, власні аналітичні напрацювання автора та ресурси мережі Інтернет.

Наукова новизна одержаних результатів. Основні положення дослідження, що визначають наукову новизну одержаних результатів, і є особистим здобутком автора та виносяться на захист, полягають у наступному:

удосконалено:

– концептуальну модель забезпечення конкурентоспроможності національної економіки на засадах реалізації партнерських відносин у МБ, яка, на відміну від наявних, ґрунтується на положеннях синергетичного підходу, передбачає розкриття структурно-функціональних параметрів таких відносин та репрезентує умови й переваги переходу суб'єктами МБ від суперництва до партнерства, що дає змогу забезпечити наукове обґрунтування управлінських рішень зі встановлення партнерських відносин та є необхідною теоретичною платформою для розробки пропозицій щодо їхнього вдосконалення задля забезпечення економічного поступу країни;

– наукові засади у частині доповнення переліку класифікаційних ознак партнерських мереж у МБ за критеріями складу учасників, масштабами діяльності, галузевим охопленням, галузевою приналежністю, ступенем

статичності, ступенем інтеграції функцій, способом створення, способом координації, особливостями ієрархії. Це сприятиме обґрунтуванню вибору форм партнерських відносин у МБ та дасть змогу сформуванню науково-практичних рекомендацій з підвищення ефективності їхньої реалізації;

– методичний підхід до оцінювання результативності партнерських відносин, який, на відміну від наявних підходів, передбачає експертне оцінювання надійності та стійкості партнерських відносин у розрізі всіх учасників партнерської мережі, а також дає змогу суб'єктам МБ оптимізувати процес вибору партнерів та формування стратегії управління партнерськими відносинами;

дістало подальшого розвитку:

– понятійно-категоріальний апарат теорії економіки та управління національним господарством щодо уточнення змісту поняття «партнерські відносини в МБ», яке, на відміну від наявних, запропоновано розглядати з позиції синергетичного підходу через сукупність міжсуб'єктних відносин із виокремленням їхніх типів та акцентом на цілях та особливостях спільної діяльності учасників таких відносин. Це дало змогу розвинути науковий базис, покладений в основу розробки рекомендацій з інтенсифікації партнерських відносин у МБ та розвитку національної економіки;

– наукове обґрунтування необхідності формування у МБ партнерських мереж – взаємопов'язаних та взаємозалежних сукупностей суб'єктів МБ, які взаємодіють між собою щодо досягнення власних економічних інтересів із дотриманням принципів організації партнерських відносин. Функціонування партнерських мереж дасть змогу суб'єктам МБ забезпечити нарощення синергетичних ефектів співпраці та сприятиме формуванню економічних підвалин зростання національної економіки загалом;

– науково-практичні рекомендації щодо реалізації стратегічних напрямів сталого розвитку національної економіки, які, на відміну від наявних, враховують зміни в економічній, технологічній, екологічній, соціальній та інших підсистемах діяльності суб'єктів МБ та поєднані в єдину логістично-функціональну структуру управління розвитком партнерських відносин. Реалізація сформованої сукупності рекомендацій дасть змогу забезпечити сталий розвиток партнерської мережі й на цій основі – зростання кількісних та якісних показників розвитку національної економіки;

– декомпозиція організаційно-економічного механізму управління партнерськими відносинами в МБ, який, на відміну від усталених, передбачає інкорпорацію до його структури мережевої інформаційної платформи супроводу партнерських відносин, перевагою якої є адаптація механізму управління партнерськими відносинами до інтересів МБ та національної економіки.

Практичне значення одержаних результатів визначається тим, що основні теоретичні положення і висновки дисертації доведені до рівня конкретних пропозицій і дають змогу підвищити економічну ефективність

партнерських відносин у МБ зокрема та розвитку національної економіки країни загалом.

Певні висновки та результати використані в практичній діяльності:

– Спілки підприємців малих, середніх і приватизованих підприємств України (довідка № 112 від 14.03.2018 р.) під час розроблення пропозицій щодо сприяння послідовному становленню, розвитку і співпраці малих підприємств та розширення сфери їхньої діяльності для більш повного забезпечення суспільних потреб;

– ПрАТ АСК «ІНГО Україна» (довідка № 112 від 14.03.2018 р.) під час оцінювання доцільності та ефективності налагодження партнерських відносин страхових компаній із суб'єктами МБ;

– КС «Освіта» Київського національного університету імені Тараса Шевченка (акт впровадження № 05/02-17-05 від 15.02.2017 р.) під час розроблення методики оцінювання ефективності партнерських відносин із кредитними організаціями;

– Бобровицької районної асоціації фермерів та приватних землевласників (довідка № 109 від 20.03.2019 р.) під час формування пропозицій щодо стратегічних напрямів партнерства між ключовими бізнес-партнерами, налагодження співпраці з державними органами-регуляторами та суміжними організаціями.

Певні висновки та результати дисертації щодо формування партнерських відносин у МБ впроваджено в навчальний процес Чернігівського національного технологічного університету під час викладання навчальних дисциплін «Фінанси підприємств», «Стратегія підприємства» (довідка № 305/08-236 від 26.02.2019 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є самостійно виконаним і завершеним науковим дослідженням. Наукові положення, розробки, висновки й рекомендації, що виносяться на захист, одержані особисто автором. Внесок автора в наукові праці, опубліковані в співавторстві, наведено в списку публікацій.

Апробація результатів дисертації. Основні положення і висновки дисертаційної роботи доповідались, обговорювались і отримали схвальну оцінку на міжнародних і вітчизняних наукових конференціях, зокрема на: Міжнародній науково-практичній конференції «Перспективи сталого розвитку економіки: національний та регіональний аспекти» (м. Дніпро, 2019 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Світові тенденції та перспективи розвитку фінансової системи України» (м. Київ, 2018 р.); IV Міжнародній науково-практичній конференції «Мале та середнє підприємництво: проблеми і перспективи розвитку в Україні» (м. Київ, 2016 р., 2018 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Фінансові аспекти розвитку держави, регіонів та суб'єктів господарювання: сучасний стан та перспективи» (м. Одеса, 2017 р.); VIII Міжнародній науково-практичній конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Науково-технічний розвиток: економіка, технології, управління» (м. Київ, 2009 р.); Першій

всеукраїнській науково-практичній конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «B2B-маркетинг» (м. Київ, 2008 р.); V Ювілейній Міжнародній науково-практичній конференції «Теорія і практика економіки та підприємництва» (м. Алушта, 2008 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Інноваційний розвиток менеджменту в сучасних умовах» (м. Київ, 2007 р.); VI Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми та перспективи розвитку економіки України» (м. Алушта, 2007 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Маркетингові технології в умовах інноваційного розвитку економіки» (м. Хмельницький, 2006 р.); III Міжнародній науково-практичній конференції «Тенденції та перспективи розвитку фінансової системи України» (м. Київ, 2006 р.); II Міжнародній науково-практичній конференції «Формування конкурентоспроможного страхового ринку України в умовах глобалізації» (м. Київ, 2006 р.).

Публікації. Основні результати дисертаційної роботи опубліковано в 13 наукових працях, у тому числі: 8 статей у наукових фахових виданнях України та виданнях, включених до міжнародних наукометричних баз даних обсягом 3,6 друк. арк.; 1 стаття в зарубіжному науково-періодичному виданні обсягом 0,4 друк. арк.; 4 праці апробаційного характеру обсягом 1,0 друк. арк. Загальний обсяг публікацій – 5,0 друк. арк.; особисто автору належить – 4,6 друк. арк.

Структура та обсяг дисертації. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг дисертації становить 250 сторінок. Основний зміст дисертації викладено на 201 сторінці. Робота містить 31 таблицю, 24 рисунки, 12 додатків, розміщених на 22 сторінках. Список використаних джерел налічує 252 найменування й розміщений на 27 сторінках.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дисертації, визначено зв'язок роботи з науковими темами, сформульовано мету, задачі, об'єкт, предмет і методи дослідження, розкрито наукову новизну, практичне значення й апробацію результатів.

У першому розділі «**Теоретичні засади формування партнерських відносин у малому бізнесі**» проаналізовані наявні наукові підходи до розкриття сутнісних характеристик партнерських відносин; висвітлено роль партнерських відносин у розвитку національної економіки та ідентифіковано суб'єктів таких відносин у МБ; розкрито синергетичні ефекти партнерських відносин суб'єктів МБ та визначено класифікаційні ознаки групування партнерських мереж.

На основі вивчення поняттєво-категоріального поля, що стосується проблематики дослідження, встановлено, що партнерські відносини в МБ, як специфічна форма міжсуб'єктних відносин, передбачають упорядкування економічних, юридичних, технічних, когнітивно-інформаційних, еколого-економічних, соціальних зв'язків та здійснюються на засадах спільного

використання активів, оптимізації рівня трансакційних витрат, повторюваності трансакцій, готовності до співпраці, довіри з метою отримання конкурентних переваг у контексті реалізації економічних інтересів усіх учасників партнерських відносин та підвищення конкурентоспроможності національної економіки. Доведено, що трансформація конкурентних відносин від суперництва до співпраці спроможна забезпечити нарощення кількісних та якісних показників розвитку національної економіки. У цьому контексті в роботі запропоновано концептуальну модель забезпечення конкурентоспроможності національної економіки на засадах реалізації партнерських відносин у МБ (рис. 1).

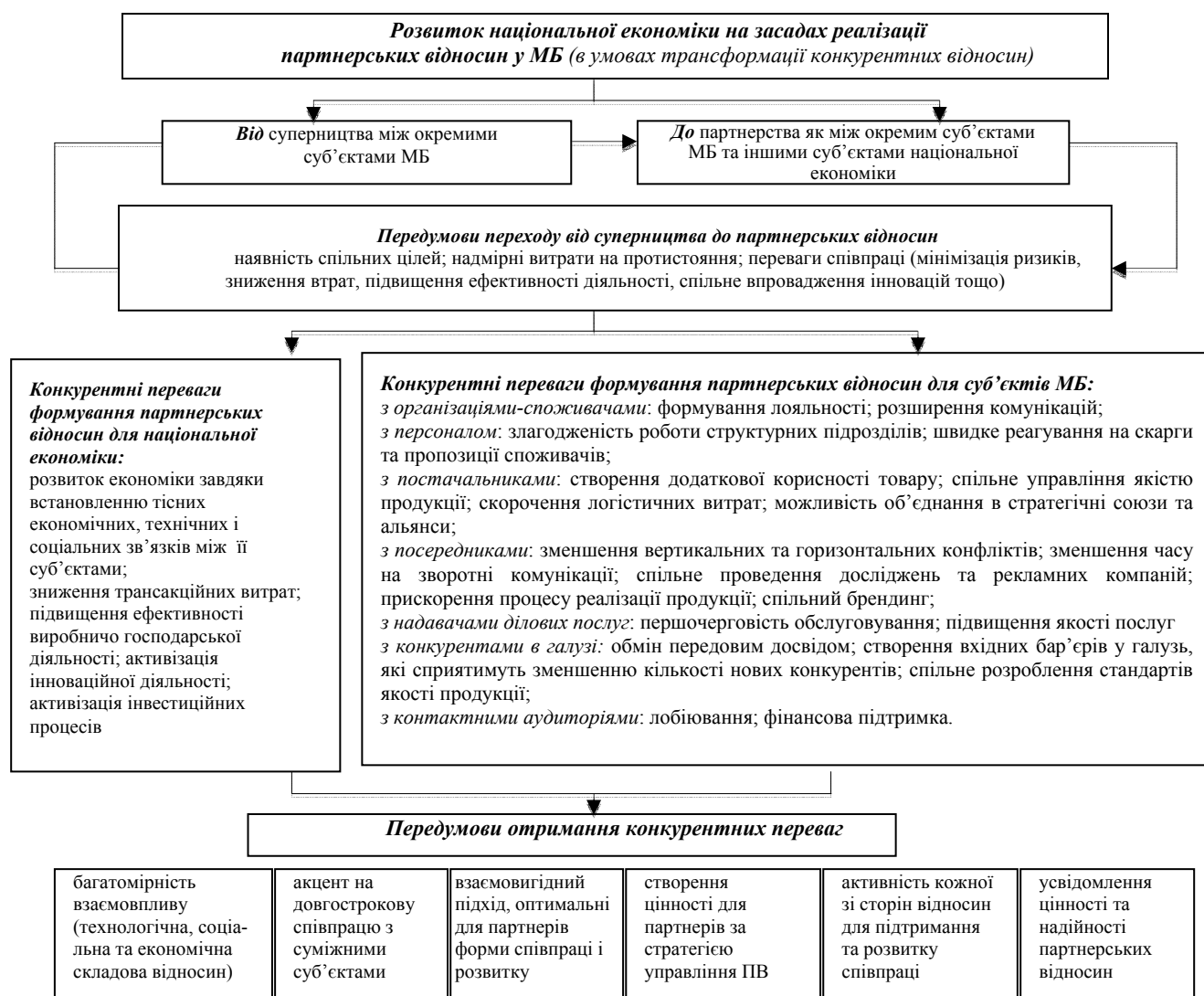


Рис. 1. Концептуальна модель забезпечення конкурентоспроможності національної економіки на засадах реалізації партнерських відносин у МБ

Джерело: розроблено автором

Охарактеризовано особливості формування партнерських відносин в МБ залежно від форми їх реалізації. Зокрема форми партнерських відносин розглянуто за наступними критеріями: сферою реалізації (прямі, опосередковані, внутрішньоорганізаційні); середовищем налагодження

(внутрігалузеві, міжгалузеві, міжсекторальне партнерство, секторальне партнерство, внутрішньофірмові відносини); участю державних органів (без участі державних органів, з участю державних органів); вибірковістю партнерів (селективні, ексклюзивні, недиференційовані); етапу життєвого циклу відносин (в стадії зародження, розвитку, стабілізації, занепаду); організаційної форми (без зміни організаційної структури, зі зміною організаційної структури); потенціалу відносин (потенційні партнери, реальні партнери); тривалості (короткотермінові, довготермінові); секторальної належності (в державному секторі, в приватному секторі, державно-приватне партнерство); мети партнерства (партнерство з комерційною метою, партнерство без комерційної мети); тривалості (разові трансакції, періодичні відносини, партнерство, інтеграція).

Критичне осмислення наявних форм партнерських відносин дало змогу встановити, що дієвим інструментом підвищення ефективності взаємодії учасників партнерства за рахунок використання консолідованих ресурсів є партнерські мережі. Партнерську мережу запропоновано розглядати як систему взаємопов'язаних і взаємозалежних елементів, що діють на постійній основі, беруть участь у досягненні кінцевого результату й передбачають визначення портфеля товарів і послуг, їхніх якісних параметрів, встановлення принципів організації партнерських відносин та підходів до управління ними. Вказано на необхідність врахування суб'єктами МБ у процесі створення партнерської мережі наступних умов: індивідуальності елементів (особливостей різних суб'єктів МБ); наслідків дій (будь-які рішення одного суб'єкта мережі мають вплив на інших); інтерактивності (постійний процес здійснення та адаптування діяльності до діяльності інших суб'єктів мережі); усвідомлення потреби у відносинах (недостатність в окремих суб'єктах знань, досвіду чи ресурсів та орієнтація на їхнє здобуття через кооперацію).

Запропоновано узагальнену систематизацію партнерських мереж у МБ за такими критеріальними ознаками: а) склад учасників (дворівневі, трирівневі, чотирирівневі); б) масштаби діяльності (глобальні, багатонаціональні, національні, регіональні); в) галузеве охоплення (секторальні, міжсекторальні); г) галузева належність (у промисловості, у сільському господарстві, у будівництві, на транспорті, в інших сферах); д) ступінь статичності (статичні, динамічні адаптивні); ж) ступінь інтеграції функцій (комплексні, багатофункціональні, функціональні); з) спосіб створення (самоорганізовані, сплановані); к) спосіб координації (домінуючим учасником, спеціальним органом або організацією, неформальною групою осіб); л) особливості ієрархії (вертикальні, підприємницькі, керовані, контрактні, горизонтальні, комбіновані).

Мережа є проявом закономірності формування нового способу організації, що дає змогу оптимізувати їхню взаємозалежність, поєднуючи переваги як горизонтального, так і вертикального типів економічної організації. Акцентовано увагу на такій важливій характеристиці партнерських структур, як генерація позитивних синергетичних ефектів. Логіка виникнення партнерських структур та напрями їхнього впливу на розвиток економіки пояснено з позиції синергетичного підходу.

Доведено, що партнерська мережа, як сукупність суб'єктів МБ, які взаємодіють між собою щодо купівлі-продажу сировини, готової продукції чи інших комунікаційних приводів, характеризується такими ознаками: наявністю узгодженої мети функціонування; виконанням окремими суб'єктами МБ своїх функцій з огляду на загальну мету; наявністю координаційного органу в межах партнерської мережі; усвідомленням учасниками партнерської мережі потреби орієнтації на кінцевих споживачів; існуванням у межах мережі чітких домовленостей між учасниками щодо їхніх прав та обов'язків, алгоритмів взаємодій, способів вирішення конфліктів, перерозподілу витрат і прибутку, ризиків; досягненням синергетичного ефекту від співпраці; здійсненням взаємодій між учасниками партнерської мережі на тривалій та взаємовигідній основі. Синергетичні ефекти, що виникають між суб'єктами МБ, наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

Виникнення синергетичних ефектів партнерських відносин в розрізі конкурентних переваг МБ

Конкурентні переваги МБ	Синергетичні ефекти, що притаманні партнерським відносинам суб'єктів МБ		
	<i>Ефект</i>	<i>Причини виникнення</i>	<i>Форми прояву</i>
насичують національний ринок товарами і послугами, яких потребують споживачі; стимулюють споживання та зростання обсягів виробництва; сприяють стабільності зростання економіки, усіх сфер та видів діяльності; забезпечують трансфер інновацій, новітніх технологій; забезпечують велику кількість нових робочих місць, зменшення кількості реального безробіття; сприяють задоволенню зростаючих потреб і розв'язанню проблем саме великих компаній; насамперед завдяки цьому виду підприємництва працівники мають змогу розкрити і втілити власний креативний потенціал, що знаходить своє відображення в створенні нових товарів і послуг. створюють середовище навчання, розвитку, певною мірою старту, випробування молодих працівників сприяють зростанню обсягів грошових надходжень до бюджету	Підвищення ефективності управління	Використання прихованих виробничих можливостей за рахунок зміни менеджменту, скорочення недоцільних після інтеграції підрозділів	Збільшення обсягів прибутку за рахунок скорочення витрат на неефективні проекти й підрозділи
	Усунення дублювання функцій	Скорочення підрозділів, які виконують аналогічні функції	Приріст прибутку за рахунок скорочення витрат на функціонування підрозділів, вивільнення ресурсів
	Економія на масштабах виробництва	Скорочення частки постійних витрат при збільшенні обсягів випуску	Зростання прибутку
	Диверсифікація	Зниження ризиків за рахунок участі корпорації в діяльності підприємств, які працюють на різних ринках	Нейтралізація ризиків, зниження витрат, підвищення привабливості корпорації як об'єкта інвестування
	Інтеграція науково-дослідницької бази	Об'єднання ресурсів, що дає змогу скоротити загальні витрати на проведення наукових досліджень	Збільшення обсягів прибутку за рахунок уповноваження результатів наукових досліджень
	Оптимізація товарних потоків	Підвищення рівня зваженості основного капіталу внаслідок перерозподілу виробничих програм	Збільшення обсягів виробництва та прибутку
	Скорочення платежів до бюджетів	Використання податкових пільг, усунення практики подвійного оподаткування, скорочення митних зборів	Збільшення прибутку за рахунок скорочення витрат
	Монополізація ринку	Посилення контролю над ринком	Збільшення прибутку за рахунок маніпулювання цінами
	Покращення фінансових показників	Зміна структури капіталу, підвищення показників ліквідності, рентабельності	Можливість залучення додаткових ресурсів
	Ефект великої організації	Впровадження корпоративних стандартів	Залучення ресурсів через впровадження механізмів захисту акціонерів

Джерело: розроблено автором

У другому розділі «**Особливості формування партнерських відносин у малому бізнесі України**» здійснено аналіз сучасного стану розвитку МБ в Україні; визначено інструменти інституційного забезпечення інтенсифікації партнерських відносин суб'єктів МБ, охарактеризовано сучасні інституційно-організаційні форми партнерства суб'єктів МБ.

Роль малого та середнього бізнесу (МСБ) у забезпеченні зростання національної економіки є визначальною, оскільки серед усіх зареєстрованих підприємств у 2017 році частка МСБ становила 99,9% (80,8% – мікро, 14,2% – малих та 4,9% – середніх), тоді як на великі підприємства припадало лише 0,1%. За галузевою структурою найбільша частка підприємств МСБ працює в Україні в секторі оптової та роздрібної торгівлі (26,8%), сільського господарства (14,7%) та промисловості (12,5%). Частка підприємств МБ у загальній структурі МСБ становить 14,1% від усіх зареєстрованих підприємств. У МБ працює 15,7% зайнятого населення України та створюється 11,3% доданої вартості. Показники, що характеризують розвиток МБ в Україні, наведені в таблиці 2.

Таблиця 2

Основні показники діяльності МБ в Україні

	Кількість підприємств		Кількість зайнятих працівників		Кількість найманих працівників		Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг)	
	одиниць	у % до загального показника	тис. осіб	у % до загального показника	тис. осіб	у % до загального показника	млн. грн	у % до загального показника
2012	60940	16,7	1300,4	16,9	1251,9	16,5	710749,6	16,9
2013	58738	14,9	1246,7	16,8	1190,2	16,3	682134,0	16,8
2014	48462	14,2	1004,1	15,9	996,2	16,1	666295,6	16,0
2015	46340	13,5	921,5	15,7	914,0	15,8	853859,1	16,5
2016	46465	15,2	985,5	17,0	975,9	16,3	1100258,5	17,6
2017	47653	14,1	980,8	15,7	972,2	17,0	1326432,3	17,2

Джерело: складено автором на основі даних Державної служби статистики України

У роботі встановлено, що основними проблемами, які стримують розвиток МБ, є: несприятливі умови функціонування; низька інституційна спроможність держави ефективно формувати та реалізовувати політику розвитку МБ; низька конкурентоздатність МБ; велика частка МБ, що виробляють продукцію з низькою доданою вартістю; високий рівень тінізації підприємницької діяльності. Водночас вказано на поступове формування в Україні низки позитивних передумов для впровадження партнерських відносин: поступову стабілізацію макроекономічної ситуації, підвищення позицій у міжнародних рейтингах, проведення структурних реформ, високу дохідність об'єктів інвестування, підвищений попит на позичковий капітал. Визначено, що партнерські відносини в МБ мають бути орієнтовані на розвиток партнерства на основі: торговельної стратегії (купівля-продаж товарів та послуг); кооперативної стратегії (контрактне виробництво, ліцензування, франчайзинг, створення спільних підприємств); інвестиційної стратегії (здійснення/отримання прямих та портфельних інвестицій).

Доведено, що одним із ключових партнерів у сфері підтримки МБ є держава. Комплексне дослідження інституційного забезпечення МБ дало змогу

визначити державні органи, діяльність яких має сприяти впровадженню партнерських відносин: дорадчі органи Кабінету Міністрів України (Рада підприємців при КМУ, Офіс із просування експорту, Офіс залучення інвестицій, Рада бізнес-омбудсмена), Департамент розвитку підприємництва та регуляторної політики Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства, Державна регуляторна служба, Комітет Верховної Ради України з питань промислової політики та підприємництва, місцеві державні адміністрації. Діяльність цих інституцій має бути спрямована на розвиток партнерства суб'єктів МБ, їхню інвестиційну та інноваційну активність, просування товарів, результатів інтелектуальної діяльності. Серед суб'єктів інфраструктури підтримки партнерських відносин у МБ розглянуто бізнес-центри, бізнес-інкубатори, технопарки, лізингові центри, небанківські фінансові установи, фонди підтримки підприємництва, інвестиційно-інноваційні фонди, інформаційно-консультативні установи.

На основі вивчення вітчизняного досвіду діяльності суб'єктів МБ виділено наступні форми партнерських взаємодій: співпрацю щодо купівлі-продажу ресурсів, готової продукції, надання послуг тощо; техніко-економічну співпрацю; промислово-виробничу співпрацю; науково-технічну співпрацю; співпрацю з державними органами; співпрацю з фінансовими органами.

Встановлено, що основною проблемою партнерських відносин у МБ є взаємоузгодження цілей суб'єктів партнерських відносин на основі балансу їхніх економічних інтересів. Запропоновано логічну послідовність взаємоузгодження економічних інтересів суб'єктів МБ, яка передбачає: дослідження економічних інтересів суб'єктів МБ та їхніх партнерів у контексті дотримання інтересів держави; дослідження економічних інтересів партнерів (аналізуються інтереси кожного з партнерів у розрізі цільових сегментів ринку); визначення інструментів узгодження економічних інтересів суб'єктів МБ та партнерів (аналізуються інтереси кожного з партнерів у розрізі цільових ринків); вибір ключових економічних важелів, які забезпечують узгодженість та оптимальну реалізацію інтересів суб'єктів МБ; розробку партнерської стратегії забезпечення узгодженості та оптимальної реалізації інтересів МБ та партнерів; оцінку реалізації економічних інтересів учасників партнерських відносин.

У третьому розділі **«Стратегічні пріоритети розвитку партнерських відносин у МБ»** визначено детермінанти сталого розвитку МБ в Україні; запропоновано структуру організаційно-економічного механізму управління партнерськими відносинами в МБ; розроблено науково-методичний підхід до оцінки результативності партнерських відносин у МБ.

Для якісної модернізації підходів щодо узгодженості економічного, соціального та екологічного розвитку як національної економіки загалом, так і МБ зокрема, автором сформовано ключові напрями розвитку партнерських відносин у контексті сталого розвитку: формування партнерських мереж з огляду на спроможність взаємоузгодження економічних інтересів та спільного досягнення цілей сталого розвитку; вибір партнера, який власною орієнтацією на сталий розвиток спроможний синергувати прагнення до сталого розвитку

ініціатора партнерських відносин; орієнтація на нові сегменти споживачів, які за основні мотиви купівлі та споживання обирають саме екологічні чи соціальні мотиви; поліпшення економіко-соціально-екологічної ситуації в регіоні розміщення. Реалізація зазначених напрямів сприятиме формуванню логістично-функціональної структури управління партнерськими відносинами в контексті сталого розвитку на засадах використання принципів цілеорієнтованості, адаптивності, цілісності, динамічності, гнучкості.

У роботі обґрунтовано структуру, зміст і функції організаційно-економічного механізму управління партнерськими відносинами в МБ. Визнано, щодо його складу мають входити інформаційно-організаційна, ринкова, фінансово-економічна та збутово-виробнича підсистеми, які забезпечують синхронний перебіг виробничо-господарських та техніко-технологічних процесів у межах певної партнерської мережі. Запропоновано послідовність розбудови механізму управління партнерськими відносинами в МБ (табл. 3), яка передбачає: обґрунтування цілей партнерських відносин; проведення діагностики, адаптація системи партнерських відносин до вимог та інтересів суб'єктів МБ; розробку системи засобів, орієнтованих на підвищення рівня задоволення партнерів через впровадження партнерських відносин; оцінку результативності партнерських відносин; коригування поставлених цілей та методів їхнього досягнення.

Таблиця 3

Ключові етапи формування механізму управління партнерськими відносинами у малому бізнесі України

Етапи впровадження	Заходи та їхнє інформаційне забезпечення	
1. Визначення цілей партнерських відносин у МБ	1.1	Формування робочої групи з реорганізації системи партнерських відносин та визначення вимог до результативності управління партнерськими відносинами в МБ
	1.2	Визначення стратегії суб'єктів МБ щодо забезпечення їхньої конкурентоспроможності через налагодження партнерських відносин
	1.3	Збір та обробка інформації про фінансовий стан; систему управління; ринкове положення; інноваційний потенціал; наявну систему партнерських відносин
	1.4	Формування цілей та системи показників для оцінювання результативності управління партнерськими відносинами в МБ
2. Проведення діагностики та адаптація партнерських відносин до інтересів МБ та національної економіки	2.1	Аналіз наявної системи управління в МБ, показників ефективності діяльності суб'єктів
	2.2	Прийняття рішення про реорганізацію системи управління в МБ з урахуванням партнерських відносин та підвищення рівня задоволення інтересів учасників
	2.3	Розробка плану проведення робіт та складання кошторису
	2.4	Адаптація системи партнерських відносин із цілями партнерів та споживачів
	2.5	Удосконалення комплексу заходів, способів і важелів впливу на рівень результативності управління партнерськими відносинами в МБ
3. Розробка системи засобів, орієнтованих на підвищення рівня задоволення партнерів через впровадження ПВ	3.1	Підготовка стандартів системи якості у сфері управління партнерськими відносинами
	3.2	Підготовка посадових інструкцій співробітників, зайнятих у впровадженні партнерських відносин
	3.3	Внесення змін до угод про партнерство та інших документів
	3.4	Підготовка та затвердження наказів, нормативів та розпоряджень про порядок функціонування системи партнерських відносин
4. Оцінка результативності та коригування поставлених цілей партнерських відносин	4.1	Фінансова, організаційно-технічна, методична підготовка до впровадження партнерських відносин у МБ
	4.2	Впровадження механізму партнерських відносин у МБ
	4.3	Моніторинг функціонування партнерських відносин у МБ
	4.4	Усунення невідповідностей під час функціонування партнерських відносин у МБ
	4.5	Уточнення вимог до результативності партнерських відносин у МБ

Джерело: розроблено автором

Обґрунтовано, що механізм управління партнерськими відносинами потребує ефективного інформаційного супроводу, що забезпечить адаптацію системи партнерських відносин до інтересів суб'єктів МБ. На основі використання експертного підходу автором запропонована методика оцінки результативності партнерських відносин у МБ (табл. 4), що передбачає врахування індикаторів стійкого розвитку партнерської мережі та надійності партнерських відносин. Дана методика пропонує суб'єктам партнерських відносин обрати найбільш пріоритетний напрям розвитку партнерських відносин за трьома якісними характеристиками, а саме: а) А-відносини – бажані партнерські відносини (сприятимуть синергії партнерів, пов'язані із низьким рівнем ризику); б) В-відносини – можливі (у разі наявності в партнера ресурсів для покращення рівня відносин, пов'язані із середнім рівнем ризику); в) С-відносини – недоцільні (у разі браку в партнера ресурсів для покращення рівня відносин, пов'язані з високим рівнем ризику).

Таблиця 4

Оцінка результативності партнерських відносин у МБ

Якісні значення базових ознак партнерських відносин за показниками "стійкість" та "надійність"	<i>абсолютний рівень стійкості</i>	<i>високий рівень стійкості</i>	<i>середній рівень стійкості</i>	<i>низький рівень стійкості</i>	<i>гранично-низький рівень стійкості</i>
<i>абсолютний рівень надійності</i>	A	A	B	C	C
<i>високий рівень надійності</i>	A	A	B	C	C
<i>середній рівень надійності</i>	A	B	B	C	C
<i>низький рівень надійності</i>	B	B	C	C	C
<i>гранично низький рівень надійності</i>	B	B	C	C	C

Джерело: розроблено автором

В якості прикладу формування партнерських відносин у роботі розглянуто взаємовідносини суб'єктів МБ зі страховими компаніями, визначено основних партнерів на страховому ринку та охарактеризовано особливості взаємовідносин суб'єктів МБ на страховому ринку. Акцентовано увагу на зміні характеру взаємовідносин між суб'єктами МБ та страховими компаніями: від одноразових угод до встановлення міцних взаємозв'язків.

ВИСНОВКИ

У дисертації здійснено теоретичне узагальнення та запропоновано нове вирішення наукового завдання щодо ефективної реалізації партнерських відносин у МБ як фактору розвитку національної економіки. Проведене дослідження дало змогу сформулювати такі теоретичні та науково-практичні висновки:

1. На основі аналізу історичного розвитку категоріального змісту поняття «партнерські відносини» та узагальнення наукових підходів до визначення сутнісного змісту партнерських відносин у МБ встановлено, що партнерські відносини є сукупністю економічних, юридичних, технічних, когнітивно-інформаційних, еколого-економічних та соціальних зв'язків між суб'єктами МБ із метою спільного використання активів, оптимізації рівня трансакційних витрат, готовності до співпраці, довіри з метою отримання конкурентних переваг у контексті реалізації економічних інтересів усіх

учасників партнерських відносин у МБ. Зазначено, що в умовах трансформації конкурентних відносин від суперництва до співпраці, ефективні партнерські відносини є чинником розвитку національної економіки.

2. Визначено форми партнерських відносин в МБ та особливості їх реалізації. Зокрема ідентифіковано наступні форми партнерських відносин: 1) прямі, опосередковані, внутрішньоорганізаційні; 2) внутрігалузеві, міжгалузеві, міжсекторальне партнерство, секторальне партнерство, внутрішньофірмові відносини; 3) партнерство без участі державних органів, партнерство з участю державних органів; 4) селективні, ексклюзивні, недиференційовані; 5) відносин в стадії зародження, розвитку, стабілізації, занепад; 6) без зміни організаційної структури, зі зміною організаційної структури; 7) потенційні партнери, реальні партнери; 8) короткотермінові, довготермінові; 9) співробітництво у бізнесі, на ринку праці, в соціальній сфері; 10) партнерські стосунки в державному, приватному, державно-приватне партнерство; 11) партнерство з комерційною метою, партнерство без комерційної мети; 12) разові трансакції, періодичні відносини, партнерство, інтеграція.

3. Обґрунтовано, що партнерська мережа, як система взаємовідносин із партнерами щодо спільної стратегії діяльності, є головною метою ефективних партнерських відносин. Запропоновано систематизацію партнерських мереж за такими ознаками, як склад учасників, масштаби діяльності, галузеве охоплення та належність, ступінь статичності та інтеграції функцій, спосіб створення та координації, особливості ієрархії. Партнерські мережі, поєднуючи переваги горизонтального та вертикального типів економічної організації, спроможні генерувати позитивні синергетичні ефекти. Серед синергетичних ефектів виокремлено основні: підвищення ефективності управління, усунення дублювання функцій, економію на масштабах виробництва, диверсифікацію, інтеграцію науково-дослідницької бази, оптимізацію товарних потоків, скорочення платежів до бюджетів, монополізацію ринку, покращення фінансових показників діяльності, ефект великої організації.

4. За результатами аналізу сучасних тенденцій розвитку МБ в Україні констатовано визначну роль МБ у забезпеченні зростання національної економіки, про що свідчать показники: частки підприємств МБ у загальній кількості зареєстрованих підприємств; частки зайнятого населення, що працює в МБ; частка створюваної доданої вартості. Визначено проблеми, що стримують належний розвиток МБ, основними з яких є: недостатня інституційна підтримка державою політики розвитку МБ; низька конкурентоздатність МБ; високий рівень тінізації підприємницької діяльності. Запропоновано імперативи інтенсифікації партнерських відносин у МБ, серед яких необхідність реалізації: 1) торговельної стратегії (купівля-продаж товарів та послуг); 2) кооперативної стратегії (контрактне виробництво, ліцензування, франчайзинг, створення спільних підприємств); 3) інвестиційної стратегії (здійснення/отримання прямих та портфельних інвестицій).

5. Встановлено, що інституційне забезпечення інтенсифікації партнерських відносин у МБ спрямоване на розвиток виробничо-господарської діяльності суб'єктів МБ, їхню інвестиційну та інноваційну активність. Важлива роль у сприянні формуванню партнерських відносин у МБ відводиться державі. Водночас доцільним є визначення функцій відповідних державних органів, зокрема центральних органів влади, служб та агентств (розробка законодавства у сфері МБ, розподіл обов'язків щодо ПВ між різними органами влади, створення та координація мережі інституцій підтримки МБ); місцевих органів влади (визначення пріоритетів розвитку, формування регіональних програм підтримки МБ, сприяння створенню інфраструктури підтримки МБ); міжнародних та національних бізнес-об'єднань (сприяння розвитку підприємств-членів, інформування органів влади про проблеми МБ, діалог щодо ефективності імплементації прийнятих рішень). Визначено, що необхідною умовою ефективних партнерських відносин є взаємоузгодження економічних інтересів суб'єктів МБ. Запропонований механізм взаємоузгодження економічних інтересів суб'єктів МБ передбачає дослідження економічних інтересів суб'єктів МБ та їхніх партнерів; визначення інструментів узгодження економічних інтересів суб'єктів МБ та партнерів; вибір ключових економічних важелів, які забезпечують узгодженість інтересів суб'єктів МБ; розробку стратегії узгодження інтересів МБ та партнерів; оцінку реалізації економічних інтересів учасників партнерських відносин.

6. Узагальнено ключові напрями розвитку партнерських відносин в умовах сталого розвитку МБ в Україні, а саме: формування партнерських мереж з огляду на спроможність взаємоузгодження економічних інтересів у контексті досягнення цілей сталого розвитку; орієнтацію партнерів на сталий розвиток; синергію прагнень партнерів до сталого розвитку; орієнтацію на екологічні та соціальні мотиви споживачів; поліпшення економіко-соціально-екологічної ситуації в регіоні-розміщення тощо.

7. Представлено та деталізовано зміст, структуру та функції організаційно-економічного механізму управління партнерськими відносинами в МБ. Запропоновано послідовність впровадження партнерських відносин у МБ, яка передбачає реалізацію таких етапів: 1) обґрунтування завдань і цілей партнерських відносин у МБ; 2) проведення діагностики, адаптацію системи партнерських відносин до вимог та інтересів суб'єктів МБ; 3) розробку системи засобів, орієнтованих на підвищення рівня задоволення партнерів через впровадження партнерських відносин; 4) впровадження партнерських відносин; 5) здійснення оцінки результативності партнерських відносин; 6) коригування поставлених цілей та методів їхнього досягнення.

8. Встановлено, що під ефективними партнерськими відносинами в МБ розуміються такі взаємовигідні стосунки між продавцями, покупцями, конкурентами, постачальниками, посередниками, персоналом, інвесторами та іншими зацікавленими суб'єктами, унаслідок яких діяльність призводить до задоволення економічних інтересів усіх зацікавлених суб'єктів господарювання. Запропоновано інструментарій оцінки результативності партнерських відносин у МБ, який включає експертну оцінку якісних значень

базових ознак партнерських відносин за показниками «стійкості» та «надійності». Такий підхід об'єктивно відображатиме ступінь досягнення цілей учасниками партнерського каналу, рівень задоволеності партнерів взаєминами, потенціал їхнього розвитку та дасть змогу встановити подальшу доцільність та ефективність провадження партнерських відносин у МБ.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті у наукових фахових виданнях та виданнях, внесених до наукометричних баз даних:

1. Терещенко О.Л. Партнерські відносини в контексті розвитку малого та середнього підприємництва в Україні. *Ефективна економіка*. 2018. № 5. Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua>. (0,4 друк. арк.). [фахове видання].
2. Терещенко О.Л. Концептуальна модель забезпечення конкурентоспроможності національної економіки на засадах реалізації партнерських відносин у малому бізнесі. *Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції*. 2018. № 30 (19). С 270-275. (0,5 друк. арк.) [фахове видання].
3. **Терещенко О.Л.**, Бутенко Н.В. Конкурентні переваги ефективних взаємовідносин суб'єктів підприємництва як основа економічного розвитку України. *Проблеми економіки*. 2016. № 4. С. 176-182. (0,5 друк. арк.). [фахове видання; міжнародні наукометричні бази: *Index Copernicus, Ulrich's Periodicals Directory, Research Bible, RePEc, DOAJ, EBSCOhost, CiteFactor, Academic Journals Database*]. Особистий внесок автора – обґрунтовано переваги використання взаємовідносин між суб'єктами підприємництва (0,25 друк. арк.).
4. **Терещенко О.Л.**, Пікус Р.В. Міжнародний досвід діяльності посередників. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2016. № 107-108. С. 20-23. (0,45 друк. арк.). [фахове видання; міжнародні наукометричні бази: *Index Copernicus*]. Особистий внесок автора – наведено класифікацію посередників, рекомендації щодо впровадження міжнародного досвіду страхових посередників (0,3 друк. арк.).
5. Терещенко О.Л. Значення лояльності клієнтів у функціонуванні сучасного підприємства в сфері малого бізнесу. *Економіка: проблеми теорії та практики*. 2008. Випуск 236. Том III. С. 653-660. (0,5 друк. арк.). [фахове видання].
6. Терещенко О.Л. Теоретичні засади формування партнерських взаємовідносин на ринку страхування. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2008. № 99-100. С. 93-96. (0,45 друк. арк.). [фахове видання; міжнародні наукометричні бази: *Index Copernicus*].
7. Терещенко О.Л. Особливості побудови системи партнерських взаємовідносин між банками та страховими організаціями. *Журнал «Культура*

народов Причорномор'я». 2008. Том 1. С. 35-40. (0,4 друк. арк.). [фахове видання].

8. Терещенко О.Л. Теоретико-методологічні підходи до визначення поняття «взаємовідносин». *Вісник Академії муніципального управління. Теорії мікро та макроекономіки*. 2007. № 2. С. 272-277. (0,4 друк. арк.). [фахове видання].

Статті у зарубіжних наукових виданнях:

9. Tereshchenko O.L. Features of the relationships developing between companies and intermediaries. *Research, tendencies and prospects: Collection of scientific articles*. Mexico City, Mexico. 2017. P. 99-103. (0,4 друк. арк.).

Опубліковані праці апробаційного характеру:

10. Терещенко О.Л. Актуальні тенденції розвитку партнерських відносин малого бізнесу. *Фінансові аспекти розвитку держави, регіонів та суб'єктів господарювання: сучасний стан та перспективи*: зб. матер. наук.-практ. конференції (16-17 травня 2017 р., м. Одеса). м. Одеса. 2017. С. 118-120. (0,2 друк. арк.).

11. Терещенко О.Л. Інституційне забезпечення інтенсифікації партнерських відносин суб'єктів малого та середнього підприємництва. *Світові тенденції та перспективи розвитку фінансової системи України*: зб. матер. наук.-практ. конференції (25-26 вересня 2018 р., м. Київ). м. Київ. 2018. С. 273-279. (0,3 друк. арк.).

12. Терещенко О.Л. Детермінанти сталого розвитку вітчизняних підприємств: соціальне партнерство. *Мале та середнє підприємництво: проблеми і перспективи розвитку в Україні*: зб. матер. наук.-практ. конференції (15-16 листопада 2018 р., м. Київ). м. Київ. 2018. С. 203-206. (0,3 друк. арк.).

13. Терещенко О.Л. Критерії оцінки взаємовідносин між суб'єктами національної економіки. *Перспективи сталого розвитку економіки: національний та регіональний аспекти*. Збірник матеріалів науково-практичної конференції. (11 червня 2019 р., м. Дніпро). м. Дніпро. 2019. С. 17-20. (0,2 друк. арк.).

АНОТАЦІЯ

Терещенко О. Л. Партнерські відносини в малому бізнесі як фактор розвитку національної економіки. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.03 – економіка та управління національним господарством. – Чернігівський національний технологічний університет. – Чернігів, 2019.

Дослідження присвячено обґрунтуванню теоретичних та методичних засад формування партнерських відносин у малому бізнесі. У дисертації визначено, що партнерські відносини в малому бізнесі є ключовим чинником розвитку національної економіки. Визначені складові концептуальної моделі забезпечення конкурентоспроможності національної економіки на засадах

реалізації партнерських відносин у малому бізнесі. Обґрунтовано концептуальні підходи до формування партнерських мереж та ідентифіковано синергетичні ефекти їхнього утворення. З'ясовано економічну природу та особливості функціонування малого бізнесу в Україні. Визначено засади інституційного забезпечення діяльності суб'єктів малого бізнесу щодо розвитку партнерських відносин. Запропоновано механізм взаємоузгодження економічних інтересів учасників партнерських відносин у малому бізнесі. Формалізовано пропозиції щодо удосконалення партнерських відносин у малому бізнесі в контексті впровадження концепції сталого розвитку національної економіки. Визначено функції та структуру організаційно-економічного механізму управління партнерськими відносинами в малому бізнесі. Обґрунтовано методичний підхід до оцінювання ефективності формування партнерських мереж у малому бізнесі.

Ключові слова: партнерські відносини, малий бізнес, економічні інтереси, партнерські мережі, інституційне забезпечення, сталий розвиток.

АННОТАЦІЯ

Терещенко О. Л. Партнерские отношения в малом бизнесе как фактор развития национальной экономики. – Квалификационная научная работа на правах рукописи.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.03 – экономика и управление национальным хозяйством. – Черниговский национальный технологический университет. – Чернигов, 2019.

Исследование посвящено обоснованию теоретических и методических основ формирования партнерских отношений в малом бизнесе. В диссертации определено, что в условиях трансформации конкурентных отношений от соперничества к сотрудничеству, эффективные партнерские отношения являются фактором развития национальной экономики. Определены составляющие концептуальной модели обеспечения конкурентоспособности национальной экономики на основе реализации партнерских отношений в малом бизнесе (цели, предпосылки перехода, конкурентные преимущества в разрезе национальной экономики и отдельных субъектов малого бизнеса). Обоснованы концептуальные подходы к формированию партнерских сетей и идентифицированы синергетические эффекты их образования (повышение эффективности управления, устранение дублирования функций, экономия на масштабах производства, диверсификацию, интеграцию научно-исследовательской базы, оптимизацию товарных потоков, сокращение платежей в бюджеты, монополизацию рынка, улучшение финансовых показателей деятельности, эффект большой организации).

В работе раскрыта экономическая природа и особенности функционирования малого бизнеса в Украине. Констатирована выдающаяся роль малого бизнеса в обеспечении роста национальной экономики. Определены проблемы, сдерживающие надлежащее развитие малого бизнеса,

основными из которых являются: недостаточная институциональная поддержка государством развития малого бизнеса; низкая конкурентоспособность малого бизнеса; высокий уровень теневизации предпринимательской деятельности. Определены императивы интенсификации партнерских отношений в малом бизнесе (осознание предприятиями малого бизнеса важности налаживания партнерств, государственную поддержку формирования партнерских отношений, уменьшение теневого сектора экономики). Определены принципы институционального обеспечения деятельности субъектов малого бизнеса относительно развития партнерских отношений. Предложен механизм согласования экономических интересов участников партнерских отношений в малом бизнесе, который предусматривает исследование экономических интересов субъектов малого бизнеса и их партнеров; определение инструментов согласования экономических интересов субъектов малого бизнеса и партнеров; выбор ключевых экономических рычагов, которые обеспечивают согласованность интересов субъектов малого бизнеса; разработку стратегии согласования интересов малого бизнеса и партнеров; оценку реализации экономических интересов участников партнерских отношений. Определена ведущая роль государства в содействии формированию партнерских отношений в малом бизнесе.

Разработаны предложения по совершенствованию партнерских отношений в малом бизнесе в контексте внедрения концепции устойчивого развития национальной экономики. Обобщены ключевые направления развития партнерских отношений в условиях устойчивого развития малого бизнеса в Украине (формирование партнерских сетей в контексте достижения целей устойчивого развития; ориентацию партнеров на устойчивое развитие; синергию стремлений партнеров к устойчивому развитию; ориентацию на экологические и социальные мотивы потребителей).

Определены функции и структура организационно-экономического механизма управления партнерскими отношениями в малом бизнесе. Предложена следующая последовательность внедрения партнерских отношений в малом бизнесе: обоснование целей партнерских отношений в малом бизнесе; адаптация системы партнерских отношений требований и интересов субъектов малого бизнеса; разработка системы средств, ориентированных на повышение уровня удовлетворенности партнеров; внедрение партнерских отношений; оценка результативности партнерских отношений; корректировка целей и методов их достижения.

Предложен методический подход к оцениванию эффективности формирования партнерских сетей в малом бизнесе. Инструментарий оценки результативности партнерских отношений в малом бизнесе включает экспертную оценку качественных значений базовых признаков партнерских отношений по показателям «стойкость» и «надежность».

Ключевые слова: партнерские отношения, малый бизнес, экономические интересы, партнерские сети, институциональное обеспечение, устойчивое развитие.

ABSTRACT

Tereshchenko O. L. Partnership in small business as a factor aiding development of the national economy. – Qualification scientific work to be regarded as a manuscript.

Dissertation for the Degree of Candidate of Economic Sciences in specialty 08.00.03 – Economy and the National Economy Management. – Chernihiv National University of Technology. – Chernihiv, 2019.

The research provides justification of theoretical and methodological principles that influence partnership development in small business. The dissertation claims that development of partnership in small business is the key to successful development of the national economy. The parts that comprise the concept model on competitive advantages of the national economy are identified. The competitive advantages stem from developed partnership in small business. The author justifies concept approaches to installation of partner networks and identifies synergy effects from having them installed. The economic origin and specifics of small business functioning in Ukraine have been revealed. The author identifies principles of institutional support provided to small business entities activity as to partnership development. The mechanism of mutual agreement of interests for the partnership subjects of the small business is suggested. Proposals as to improvement of partners' relations on the conditions of sustainable national economic development are formalized. The author identifies functions and structure of organization and economic operational mechanism of partner's relations in small business. The methodological approach to evaluation of partnership networks and their effectiveness in small business are justified.

Keywords: partnership, small business, economic interests, partner networks, institutional support, sustainable development.