

Кооперационное взаимодействие предпринимательских структур

© 2009 М.В. Радченко

кандидат экономических наук, доцент

Биробиджанский филиал Амурского государственного университета

© 2009 С.П. Лесков

начальник управления предпринимательства и внешнеэкономических связей
Правительства Еврейской автономной области

В статье представлены результаты теоретических исследований и анализ практического опыта российского взаимодействия малого и крупного бизнеса. Рассматриваются общие проблемы и тенденции, роль государства и кооперации малого и крупного бизнеса в эффективном использовании ресурсов национальной экономики. В статье выявлены оптимальные пути преодоления негативных факторов, препятствующих более активному экономическому взаимодействию крупного и малого предпринимательства как существенной предпосылке стабилизации и подъема российской экономики.

Ключевые слова: малые предприятия, крупные предприятия, кооперационные процессы, формы кооперации, проблемы взаимодействия.

В структуре национальных экономик развитых стран постоянно увеличивается доля малых и средних предприятий, совершенствуются механизмы их взаимодействия с крупными корпорациями, вынужденными адекватно реагировать на глобальную дифференциацию рынков и возрастающую индивидуализацию потребительского спроса в эпоху постиндустриального развития.

В рыночных условиях спрос определяет все - объемы, ассортимент, качество и т.д. При этом интегральная эффективность производства товаров и услуг (затраты, качество, обновление ассортимента и др.), их доведение до потребителей во многом зависят от взаимосвязей малого и крупного бизнеса.

Эффективное использование ресурсных возможностей национальной экономики, как и ее отдельных региональных и отраслевых секторов, также зависит от рационального соотношения числа крупных и малых предприятий.

В установлении взаимодействия крупного и малого бизнеса особую роль играет государство, которое предоставляет льготы малому бизнесу, делая его привлекательным для крупного и среднего предпринимательства, поскольку размещение заказов на малых предприятиях позволяет сократить производственные издержки.

Не умаляя роли и значимости комплексной поддержки малого предпринимательства, необходимо коснуться причин сложившегося отставания показателей развития российского малого предпринимательства от общемирового уровня.

1. По-видимому, связь между развитием крупного и малого предпринимательства более жесткая, чем это принято считать. В связи с тем, что крупное производство только лишь начина-

ет возрождаться после длительного экономического кризиса в России, "востребованность" малого предпринимательства со стороны крупного бизнеса также не могла быть очень значительной. Это, по сути, является свидетельством "псевдонасыщения" экономики малым предпринимательством, т.е. насыщения, которое обусловлено недостаточно благоприятными сложившимся вокруг него экономическим климатом, слабой государственной поддержкой и, конечно же, низким уровнем развития крупной промышленности¹.

2. Рациональное соотношение между крупным и малым предпринимательством различно для разных экономических условий и стран. Оно зависит от ряда факторов. К ним относятся: культурно-исторические традиции и менталитет общества (в странах с населением, для которого "дух" предпринимательства воспроизводится семейными традициями, малый бизнес развит сильнее), природно-климатический фактор (в странах с более холодным климатом из-за большей капиталоемкости ведения бизнеса активность малого предпринимательства ниже) и др. В России по совокупности данных факторов уровень этого рационального соотношения, очевидно, должен быть ниже.

3. Российская модель взаимодействия малого и крупного бизнеса обладает значительной спецификой, обусловленной ходом развития экономических реформ и состоящей в том, что в складывающемся экономическом симбиозе предприятий значительная доля нагрузки на первоначальном этапе ложилась на малые предприя-

¹ Шестоперов О. Современные тенденции развития малого предпринимательства в России // Вопр. экономики. 2004. № 4.

тия, которые зачастую обеспечивали “выживание” крупных фирм. Эта тенденция не преодолена полностью и до сих пор².

Роль малого бизнеса в России нельзя оценивать традиционным образом, как это делается в стационарной экономике, например, только по количественным показателям: такая оценка будет поверхностной. Малый бизнес подобен айсбергу: его надводная, меньшая, часть характеризует малое предпринимательство как особый сектор общественного производства, удельный вес которого весьма незначителен. Его большая, подводная, часть погружена в глубины теневой и “второй экономики”, не отражаемой официальной статистической отчетностью, и определяет условия выживания значительной части общественного производства.

В стационарной экономике на базе крупных предприятий малая предпринимательская деятельность наиболее часто возникает в виде следующих форм³:

1) *интрапренерство* (образование небольшого, часто временного коллектива для реализации некоторой цели или под разработку некоторой идеи, необходимой для повышения технического уровня крупного предприятия);

2) *инкубаторство* (“выращивание” малой формы, оказание различной помощи на этапах ее становления);

3) *сателлитная* форма (организация малых фирм-сателлитов - различных дочерних фирм, сохраняющих “родственные связи” с “родителем”, образование малых фирм, юридически самостоятельных, но экономически тесно связанных от коренной структуры и т.д.).

Заметим, что такие формы взаимодействия малого и крупного предпринимательства, как интрапренерство и инкубаторство, в российских условиях пока не получили должного развития, сателлитные формы возникают более часто, особенно в последнее время как результат реструктуризации предприятий. Такое различие в распространенности форм взаимодействия малого и крупного бизнеса в России и за рубежом обусловлено уже упомянутыми ранее разными условиями: масштабами развития крупного производства, его состоянием и т.д. Относительная неустойчивость положения значительной части российских крупных фирм не позволяет им использовать такие формы взаимодействия с ма-

лыми предприятиями (МП), которые требуют долговременного и достаточно существенного отвлечения усилий и материальных средств.

Взаимодействие крупного и малого предпринимательства прошло в России два этапа: *деприватизационный*, когда МП создавались и включались в орбиту крупных предприятий, главным образом, для перераспределения и первоначального накопления капитала, и *приватизационный*, характеризовавшийся в основном попытками выделения функциональных участков и создания на их базе самостоятельных МП. Оба они себя в настоящее время в силу разных причин исчерпали, хотя постприватизационная экономика России характеризуется весьма высокой степенью концентрации производства на крупных предприятиях и связанными с этим структурными проблемами⁴.

В доприватизационный период на основе создания “карманных” МП были решены задачи формирования стартового капитала, именно стойкий “имидж” такого рода малых фирм, закрепившийся с тех пор в глазах значительной части руководителей крупных предприятий и местных административных элит, создает неблагоприятный психологический и политический фон для осуществления поддержки кооперации малого бизнеса и крупных предприятий. Негативный опыт не подготовленного в организационном, правовом и управленческом отношении взаимодействия крупного и малого бизнеса на втором этапе привел к еще большей дискредитации идеи кооперации малого и крупного предпринимательства в глазах менеджмента крупных предприятий⁵.

В настоящее время трудно оценить роль “внешних”, т.е. не связанных ни происхождением, ни капиталом с крупными предприятиями, МП в обеспечении устойчивости хозяйственной деятельности крупных предприятий.

Важнейшими лимитирующими факторами развития устойчивых хозяйственных связей между крупными и малыми предприятиями являются общая макроэкономическая ситуация, финансовые проблемы крупных предприятий, а также отсутствие четкой промышленной и структурной политики государства, направленной на подъем реального сектора экономики.

Основные препятствия на пути сотрудничества со стороны крупных предприятий видятся в “ненадежности”, низком технологическом уровне товаров и услуг МП, невозможности получить те же сопутствующие услуги, что и при

² Масленников В.П. Кооперация наших дней: опыт, проблемы, перспективы. М., 2007.

³ Система государственной поддержки предпринимательства: Науч.-аналит. обзор / РАН, ИНИОН. М., 2006.

⁴ Афанасьев В. Малый бизнес: проблемы становления // Рос. экон. журн. 1993. № 2.

⁵ Российский статистический ежегодник / Госкомстат РФ. М., 2008.

кооперационном сотрудничестве с крупными отечественными и зарубежными партнерами и т.д.⁶

Основные препятствия со стороны малых предприятий видятся в косности и консерватизме управленческого персонала крупных (зачастую ищут не наиболее выгодное, а наиболее “удобное” решение проблемы выбора партнеров), чрезмерной длительности установления и оформления договорных отношений с крупными предприятиями и финансовой необеспеченности заказов с их стороны.

Такие формы установления устойчивых хозяйственных связей между крупными и малыми предприятиями, как передача в аренду или лизинг незагруженных площадей и оборудования крупных предприятий, тормозятся необходимостью значительных инвестиций, которых нет ни у крупных предприятий, ни у малых фирм, ни зачастую у лизинговых компаний, в переоборудование и доводку последних, без чего невозможно их использование малыми фирмами, несовпадением структуры предложения (в основном производственные площади в зонах промышленной застройки) и спроса (главным образом, офисные и торговые помещения в административной и рекреационной зонах), а также слабостью инфраструктуры (законодательная база, технологии поддержки, институты)⁷.

Достигнутая степень зрелости “внешнего” по отношению к крупным предприятиям малого бизнеса, процесс постепенной трансформации управленческой структуры самих крупных предприятий постепенно подводят к третьему этапу их кооперационного взаимодействия. На этом этапе крупные предприятия, скорее всего, проявят стремление к учреждению дочерних МП, но - с учетом накопленного негативного опыта - находящихся под их жестким контролем. Очевидно, что такие дочерние фирмы не подпадут под ныне действующее определение субъектов МП, которые могут претендовать на государственную поддержку, так как в их уставном капитале свыше 25% будет принадлежать юридическим лицам, не являющимся субъектами малого предпринимательства. Создавая такие дочерние фирмы, руководство крупных предприятий будет ориентироваться не на эфемерную возможность воспользоваться льготами для МП, а на стремление создать “центры прибыли”, оздоровить и упростить систему управления потоками ресурсов, в том числе материально-технического снабжения, “сбросить” с себя часть объектов социальной инфраструктуры⁸.

⁶ Бановецкий О.Д., Петрова Г.В. Малая экономика и внешний рынок // Проблемы прогнозирования. 2003. № 5.

⁷ Афанасьев В. Указ. соч.

⁸ Бухвальд Е., Виленский А. Российская модель взаимодействия малого и крупного предпринимательства // Вопр. экономики. 2004. № 2.

Декларируя готовность к долговременному сотрудничеству с “внешними” МП, на практике руководители крупных предприятий не рассматривают его как важный элемент долговременной стратегии подъема своих предприятий, в первую очередь, потому, что большинство действующих в стране МП представляют розничную торговлю и услуги населению и едва ли могут вписаться в технологические цепочки крупных предприятий реального сектора, особенно в сфере производства инвестиционных и высокотехнологичных товаров, на которые может быть предоставлен государственный заказ.

Таким образом, по мере оздоровления макроэкономической ситуации в России процесс реструктуризации крупных предприятий, скорее всего, не приведет к заметному расширению их кооперации с ныне действующими субъектами хозяйственных отношений, подпадающими под установленное законом определение МП⁹.

Вероятно, что в данных условиях малоэффективными могут оказаться декларируемые ныне формы поддержки кооперации крупного и малого предпринимательства: привлечение МП к реализации государственного заказа, передача площадей и мощностей крупных предприятий малым фирмам и др.

Региональные и предпринимательские союзы, на словах признавая важность поддержки кооперационных связей между крупным и малым бизнесом, не выработали пока эффективных правовых, налоговых, организационных механизмов ее практической реализации, не готовы к “пакетному решению” связанных с этим вопросов, что отчасти связано с “нерентабельностью”, с точки зрения региональных администраций, усилий по поддержке МП, поскольку, по их убеждению, львиная доля налогов от малого бизнеса поступает не в региональный и местный, а в федеральный бюджет.

Накопленный в странах с развитой рыночной экономикой опыт (лизинг, франчайзинг, создание бизнес-инкубаторов, технопарков, технополисов, сетевых территориальных структур) находит в России пока ограниченное применение в силу ряда объективных причин, важнейшими из которых являются низкое качество деловой среды, слабость нормативно-правовой, финансовой, информационной базы.

По своей природе государственная политика легче может быть объективирована и инструментализирована, когда она направлена на поддержку неких субъектов или институтов, а не на “взаимодействие” или “кооперацию” между ними - такая кооперация вызревает и складывается сама, по

⁹ Система государственной поддержки предпринимательства...

мере становления внутренних и внешних (прежде всего, качество деловой среды, уровень конкурентных отношений, наличие финансовой инфраструктуры) предпосылок для этого¹⁰.

Наиболее целесообразными формами государственной политики в области малого предпринимательства, способствующей постепенному формированию “стыковки” между крупными предприятиями и малым бизнесом, представляется развитие нормативно-правовой базы, включая¹¹:

- механизм передачи площадей и мощностей крупных предприятий-банкротов МП через их аккумуляцию в составе фондов нежилых помещений и т.п.;

- выведение простаивающих площадей и мощностей в резерв и их передача в аренду или лизинг МП;

- стимулирование крупных предприятий в направлении передачи излишних мощностей малому бизнесу через приоритетное предоставление государственных гарантий по инвестиционным проектам; и др.

Необходимо оказание региональным институтам поддержки МП организационно-методической помощи, в частности в плане преодоления ведомственных противоречий и налаживания сложного взаимодействия между органами налогового контроля, управления государственным имуществом, поддержки занятости и др.

В проработке нуждается вопрос о системе эффективного контроля со стороны самой предпринимательской общественности за деятельностью фондов поддержки малого предпринимательства - через участие представителей предпринимательских ассоциаций в их наблюдательных советах и тому подобные формы.

Резюмируя вышесказанное, можно констатировать, что радикальное изменение взаимоотношений МП с крупными предприятиями возможно только с реализацией мер по активизации такого сотрудничества. Подобные меры правового, организационного (инфраструктурного) и общеэкономического характера, во-первых, помогают МП эффективно функционировать в настоящее время, сглаживая негативные последствия мирового финансового кризиса и спада производства, и, во-вторых, создают благоприятные условия для реализации позитивного эффекта взаимодействия малого и крупного бизнеса в перспективе.

Представляется, что *поощрение кооперирования МП между собой и с крупными предприятиями должно становиться все более важной составляющей как государственной, так и корпоративной политики*. Это особенно важно именно в период экономической стабилизации и тенденций оживления в некоторых секторах экономики, когда традиционные ранее проблемы финансового обеспечения уступают место вопросам эффективного производственного менеджмента, минимизации транзакционных издержек, реализации преимуществ межфирменной кооперации¹².

Кооперирование МП между собой и с крупными предприятиями в определенной степени нейтрализует несовершенство государственной политики поддержки малого бизнеса. *Развитие кооперации делает сами деловые круги основным агентом и субъектом политики*, обеспечивает самоорганизацию предпринимателей, оставляя за государством функции создания общих рамок условий и стимулирующих механизмов.

Поступила в редакцию 09.10.2009 г.

¹⁰ Бухвальд Е., Виленский А. Указ. соч.

¹¹ Российский ежегодник.

¹² Бановецкий О.Д., Петрова Г.В. Указ. соч.