

ТЕНДЕНЦИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МАЛОГО И КРУПНОГО БИЗНЕСА В РОССИИ**

В статье проанализированы формы взаимодействия крупного и малого бизнеса и этапы эволюции взаимодействия крупных компаний с малым бизнесом. Обосновывается появление новых видов предпринимательской деятельности и объясняются причины сотрудничества между крупными и малыми компаниями в России.

Ключевые слова: крупный и малый бизнес, формы межфирменных отношений, интересы малого, среднего и крупного предпринимательства, партнерское взаимодействие, предпринимательство, этапы эволюции взаимодействия крупных компаний с малым бизнесом.

Для современной экономической системы России одним из ключевых условий устойчивого развития является использование принципов предпринимательской экономики. К ним относится и эффективное взаимодействие крупного и малого бизнеса, оказывающее влияние на качество экономического роста. Это говорит о необходимости определения наиболее актуальных форм взаимодействия малого и крупного бизнеса.

Понимание роли малого, среднего и крупного бизнеса требует ясного представления о том, какие места они занимают в национальной экономике и каковы их отличительные особенности. *Крупный бизнес* в основном определяет экономическую и техническую мощь страны. Он тяготеет к интеграции, поглощая и контролируя более мелких партнеров; интегрируясь в международные структуры, частично теряет свою независимость, подпадая под более сильные транснациональные структуры. *Средний бизнес* в большей мере зависит в своей деятельности от внутренней экономической конъюнктуры и вынужден конкурировать внутри своей группы, а также с крупными отечественными и иностранными компаниями. *Малый бизнес* представляет собой самый многочисленный слой мелких собственников.

Специалисты отмечают, что малые фирмы наиболее гибкие. Средние фирмы берутся за производство только там, где сформировались особые и при этом достаточно долговременные потребности [5]. Однако субъекты малого и среднего бизнеса продолжают испытывать определенные трудности в производственной сфере. Это обусловлено, в частности, теми проблемами, с которыми они сталкиваются при осуществлении предпринимательской деятельности в промышленности: отсутствие свободных финансовых ресурсов; сложности с нахож-

* Гусева Галина Викторовна – аспирант, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, Иркутск, e-mail: keppd@mail.ru.

** По материалам научно-практической конференции 2015 года «Совершенствование экономической, инновационной и управленческой деятельности экономических систем».

дением клиентов и рынков сбыта; трудности с приобретением сырья и материалов в связи с отсутствием доступа к ним и другими. Решению подобного рода проблем субъектам малого и среднего бизнеса, функционирующих в промышленных отраслях, в состоянии помочь крупные предприятия, которые готовы выступать по отношению к ним в роли стратегических партнеров.

Следует отметить, что *в современной России можно выделить несколько этапов эволюции взаимодействия крупных компаний с малым бизнесом.*

Первый этап (1992–1997 годы) – реформируемый (приватизационный). Государственные предприятия промышленности в данный период зачастую разукрупнялись и приватизировались в виде отдельных небольших подразделений, порой объединенных единой технологической цепочкой, но способных существовать в определенной степени самостоятельно. Вместе с тем вновь возникшие малые компании еще нуждались в производственных отношениях с более крупными заводами – «материнскими» структурами и поэтому группировались вокруг них.

Второй этап (1998–2002 годы) – финансово-экономический. Малые предприятия на данной стадии выполняли особые функции, позволяющие крупным предприятиям более выгодно использовать в своих интересах финансовую и налоговую политику государства, а также иные преференции, которые получили представители малого бизнеса в рамках законодательства о малом бизнесе.

Третий этап процесса взаимодействия малого и крупного бизнеса и формирования его механизмов – научно-производственный и производственно-технологический. В этот период крупные предприятия стали использовать механизмы взаимодействия с субъектами малого предпринимательства в промышленности с учетом их конкурентных преимуществ перед корпорациями.

Таким образом, формируется вполне цивилизованная и устойчивая модель взаимодействия малого и крупного бизнеса, адаптированная к рыночной среде. Временные рамки вышеуказанных стадий формирования и адаптации механизмов сотрудничества малого и крупного бизнеса в отечественной промышленности носят условный характер. Причинно-следственные и правовые основания формирования механизмов взаимодействия нередко различались в зависимости от условий и специфики отраслей промышленности [7].

Сущность процесса взаимодействия заключается во взаимовыгодном сотрудничестве, а также во взаимной безопасности для поддержания стабильности. Взаимодействие – это объективная и универсальная форма движения и развития, которая определяет существование и структурную организацию любой материальной системы.

При определении понятия формы взаимодействия следует исходить из основополагающего понимания данного явления как связи и способа взаимодействия частей и элементов предмета и явлений. Формы организации взаимодействия показывают, как одна сторона побуждает другую к выполнению действий, которые необходимы для нее на данном этапе.

К основным формам взаимодействия крупного и малого бизнеса в современных условиях можно отнести: франчайзинг и холдинговые структуры как формы взаимодействия малого и крупного бизнеса через управление; венчурное

финансирование; лизинг; кластеризацию; аутсорсинг; аутстаффинг; субподряд. На базе крупных предприятий реального сектора предпринимательская деятельность наиболее часто возникает в виде следующих форм: интрапренерство; инкубаторство; сателлитная форма.

Одной из современных форм взаимодействия крупного и малого бизнеса является *система франчайзинга*, в которой крупная компания создает свою собственную внутреннюю структуру, включающую все бизнес-функции, связанные с передачей нематериального актива. Эта форма дает возможность создать новый бизнес, выйти на новые рынки и т.д.

Холдинг – это система предприятий, включающая холдинговую и дочерние компании, действующая на основании преобладающего участия холдинговой компании в деятельности дочерних [3].

Венчурное финансирование является еще одной формой взаимодействия крупного и малого бизнеса и предполагает создание крупным бизнесом малых предприятий для реализации конкретных инновационных проектов.

Лизинг, как форма взаимодействия – это деятельность крупного бизнеса, направленная на финансирование малого бизнеса. Он осуществляется в форме передачи субъектам малого и среднего бизнеса соответствующего имущества в аренду чаще всего с правом последующего выкупа.

Кластеризация – еще одна форма взаимодействия крупного и малого бизнеса. Кластер – это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере и характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющие друг друга. В основе этого взаимодействия лежит модернизационный процесс, базирующийся на инновациях.

Аутсорсинг – эффективная форма взаимодействия малых и крупных фирм в современных условиях. Внедрение его в практику позволяет снизить постоянные расходы, увеличить конкурентоспособность бизнеса, повысить эффективность деятельности за счет передачи не основных видов бизнеса малому предприятию-аутсорсеру.

Аутстаффинг – вывод собственного персонала компании за пределы штата компании-заказчика и оформление его в штат компании-провайдера, при этом он продолжает работать на прежнем месте и выполнять свои прежние обязанности, но обязанности работодателя по отношению к нему выполняет уже компания-провайдер [4].

Субподряд является еще одной формой взаимодействия крупного и малого бизнеса, которая распространена в сфере производства. Причинами использования данной формы взаимодействия являются: более низкие издержки производства у субподрядчика; временная потребность производственных мощностей на крупном предприятии из-за перегруженности заказами; потребность в производстве небольших партий товаров и т.д.

Интрапренерство – это образование в рамках крупного предприятия небольшого, часто временного коллектива для разработки или реализации некоторой идеи, необходимой для повышения технического уровня крупного предприятия [1, с. 149].

Инкубаторство – «выращивание» малого предприятия, предоставление ему разной помощи на этапах его развития.

Сателлитная форма – формирование малых фирм-сателлитов – разных дочерних предприятий, имеющих родственные связи с «родителями», образование небольших предприятий, с юридической точки зрения самостоятельных, но в тоже время экономически зависимых от базовой структуры [2].

Успешное развитие экономики в стране в целом, во многом определяется взаимодействием крупного и малого бизнеса, которые являются основными элементами экономической системы. Крупный бизнес приносит в эту систему стабильность и управляемость, определяет развитие и уровень эффективности рыночного хозяйства и структурирует экономику в целом. Малый бизнес, формирующий конкурентную среду, обеспечивает гибкость и индивидуальный подход, а также обладает способностью максимально быстро адаптироваться к изменившимся внешним условиям.

Процесс управления взаимодействием крупного и малого бизнеса имеет в целом хаотичный характер. Возникает множество организационных, финансовых и кадровых проблем в процессе практической реализации этого взаимодействия [1, с. 151]. В этой связи необходимо проводить не только исследования, позволяющие строить оптимальные производственно-технологические цепочки взаимодействия малого и крупного предпринимательства, но и совершенствовать нормативно-правовую базу этого взаимодействия, что позволит оптимизировать структуру предпринимательства и повысить его конкурентоспособность.

Таким образом, система взаимодействия субъектов малого и крупного предпринимательства представляет собой совокупность реальных субъектов и объектов взаимодействия, обладающих определенностью связей и отношений, функционирующую с целью достижения положительного синергетического эффекта [6]. Можно отметить, что развитие и появление новых форм взаимодействия крупного и малого бизнеса – это эволюционный процесс на современном этапе. Он связан с характерными для инновационной экономики процессами, такими как: рост роли научно-технического прогресса, развитие информационных технологий и т.д. Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что создание новых форм взаимодействия малого и крупного бизнеса необходимо. Результаты, полученные за счет взаимодействия малого и крупного бизнеса, способствуют повышению эффективности работы как данных предприятий, так и экономики страны в целом.

Список использованной литературы

1. Агейкина М.С. Анализ форм взаимодействия крупного и малого бизнеса / М.С. Агейкина // Евразийский международный научно-аналитический журнал. Проблемы современной экономики. – 2012. – № 1 (41). – С. 149–151.
2. Абрамов Р.А. Особенности сетевого взаимодействия региональных предприятий/ Р.А. Абрамов, И.В. Морозов // Экономика и управление: электронный научный журнал. – 2012. – № 32.

3. Базанкова В.С. Холдинговые структуры: специфика российских компаний / В.С. Базанкова, А.С. Бруслова // Проблемы экономики, финансов и управления производством : сб. науч. трудов вузов России. – 2009. – № 26. – С. 13–22.

4. Кириллова А. Аутсорсинг и аутстаффинг как новые технологии менеджмента / А. Кириллова, В. Мартыновченко // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2011. – № 1. – С. 608.

5. Ляшевич И.А. Правовые проблемы регулирования малого и среднего бизнеса в России на современном этапе / И.А. Ляшевич // Журнал российского права. – 2006. – № 5 (113). – С. 61–68.

6. Никонова О.Е. Взаимодействие малого и крупного предпринимательства: системный подход [Электронный ресурс] / О.Е. Никонова // Евразийский международный научно-аналитический журнал. Экономика, управление и учет на предприятии. – 2007. – № 4 (24). – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=1656> (дата обращения 22.03.2015)

7. Шиганов В.В. Формирование и адаптация механизмов взаимодействия малого и крупного бизнеса в промышленности / В.В. Шиганов // Российское предпринимательство. – 2008. – № 8 Вып. 1 (116). – С. 20–23.