УДК 334.012.64:334.012.62

ББК 65.290.31:65.290.32

© Кузнецова Е.П.

РАЗВИТИЕ КООПЕРАЦИОННЫХ СВЯЗЕЙ МАЛОГО И КРУПНОГО БИЗНЕСА

В ПОСТСОВЕТСКИЙ ПЕРИОД

Аннотация. В статье проанализированы исследования ведущих ученых в области взаимодействия малого и крупного бизнеса. Систематизированы существующие взгляды к данной экономической категории. Выделены этапы развития кооперационных связей малого и крупного бизнеса. Выявлены формы взаимодействия малого и крупного бизнеса, актуальные для каждого этапа. Основные положения статьи базируются на критическом анализе отечественных и зарубежных литературных источников (монографии, научные статьи). Использованы такие общелогические методы и приемы исследования как анализ, абстрагирование, обобщение, дедукция, аналогия. Материалы могут использоваться научными сотрудниками, аспирантами и студентами, а также всеми интересующимися проблемами развития кооперационного взаимодействия. Дальнейшими направлениями исследования по данной тематике можно выделить изучение отечественного и зарубежного опыта взаимодействия малого и крупного бизнеса.

Ключевые слова: кооперационные связи, взаимодействие, малый и крупный бизнес, аутсорсинг, франчайзинг, субконтрактация.

Усиление конкуренции, рост потребительского спроса вынуждают малый и крупный бизнес к поиску новых форм хозяйствования, включающих активное использование инновационных технологий и высококвалифицированных трудовых ресурсов, грамотное сочетание которых позволило бы выйти на качественно новый уровень, тем самым повысив эффективность процессов воспроизводства и экономику региона.

Тем не менее, большинство предприятий, в особенности малых, не способны самостоятельно создавать инновационные технологии и разрабатывать новые продукты. Причинами, сдерживающими развитие таких процессов, являются большая зависимость от уровня цен на сырье, материалов и других издержек производства, административные барьеры, снижение стимулов к росту эффективности производства, недоступность инфраструктуры. Решение данных проблем на современном этапе построения рыночных отношений представляется актуальным. Необходима разработка мер, способствующих повышению эффективности функционирования бизнеса. В связи с этим целесообразно использовать инструменты концентрации, оптимизации, тесного и взаимовыгодного сотрудничества малого и крупного бизнеса.

Среди таких инструментов особую роль занимают кооперационные связи. Кооперационное взаимодействие компенсирует недостаток определенных ресурсов на предприятии за счет их перераспределения, что обеспечивает непрерывность воспроизводственного экономического цикла. При осуществлении кооперации малого и крупного бизнеса решается задача максимально эффективного использования потенциала каждого из производств, а также оказывается большое влияние на возможности экономического роста регионов и страны в целом [8; 10].

В связи с этим, целью статьи является исследование сущности и развития кооперационных связей малого и крупного бизнеса. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

– проанализировать исследования ведущих ученых в данной области;

– систематизировать существующие взгляды в области классификации форм кооперационных связей.

– выявить особенности форм кооперационных связей малого и крупного бизнеса;

– выделить этапы развития кооперационных связей малого и крупного бизнеса.

Исследованием процессов и форм взаимодействия малого и крупного бизнеса в России начали заниматься в конце XX века. Данные вопросы нашли своё отражение в работах таких учёных как В.А. Канакиной [7], Ю.Н. Макаровой [9], М.А. Маренного [10], О.П. Мыльцевой [12], О.Е. Никоновой [13] и т.д.

Существует несколько основных подходов к определению сущности кооперации малого и крупного бизнеса.

Кооперационные связи с организационной точки зрения представляет собой контрактно-партнерскую форму сотрудничества хозяйствующих субъектов [7; 9; 13].

С экономической точки зрения кооперационные связи рассматривают как взаимодействие двух и более хозяйствующих субъектов, направленное на получение прямых и косвенных выгод от этого взаимодействия пропорционально вкладу каждого хозяйствующего субъекта в развитие сотрудничества [10; 12; 16 ]

Анализируя опыт взаимодействия малого и крупного бизнеса и научные труды исследователей в данной области, можно заключить, что кооперационные связи – это долговременное сотрудничество между предприятиями в сфере производства и сбыта продукции, материально-технического обеспечения производственного процесса, научно-исследовательских разработок, осуществляемое с целью повышения общей эффективности хозяйственной деятельности предприятия за счёт использования им преимуществ специализации.

В мировой практике кооперационные связи малого и крупного бизнеса завоевывает все большую популярность и в последние годы начали использоваться и в России.

В Индии, получившей наибольшее распространение формой кооперации малых и крупных предприятий, стал франчайзинг. В Японии и США широкое распространение получила субконтрактная система [14, с. 45].

Исследуя опыт кооперации малого и крупного бизнеса в современной России можно выделить несколько этапов развития:

*1. Становление кооперационного взаимодействия малого и крупного бизнеса (1991–1997 гг.).*

По мнению экспертов, данный этап связан с распадом СССР и переходом от плановой к рыночной экономике страны. Начало реформ повлекло за собой разукрупнение государственных предприятий промышленности и приватизацию в виде самостоятельных небольших подразделений, объединенных в некоторых случаях единой технологической цепочкой, однако способных в определенной степени существовать самостоятельно. Что привело к быстрому росту количества малого бизнеса. Вновь возникшие малые предприятия нуждались в налаженных производственных отношениях с крупным бизнесом – «материнскими» структурами, и группировались вокруг них. Так, между малым и крупным бизнесом начали проявляться кооперационные связи [1; 4; 15].

Кооперация в этот период осуществлялась в форме франчайзинга, аутсорсинга, субконтрактации и холдинговых структур.

Развитие франчайзинга в России связано с необходимостью внедрения в отечественную экономику новых методов ведения бизнеса.

Франчайзинг способствует малому и крупному бизнесу выходить на новые рынки и создавать новый бизнес. Основная идея заключается в создании на базе крупного предприятия его собственной внутренней структуры, включающей бизнес-функции, связанные, в большей степени, с передачей нематериальных активов [16].

С понятием франчайзинга связаны такие известные торговые марки, как «Мак Дональдс», «Coca-Cola».

С помощью аутсорсинга бизнес имеет возможность увеличить конкурентоспособность, снизить постоянные расходы, а также повысить эффективность своей деятельности за счет полной или частичной передачи второстепенных видов бизнеса какому-либо малому предприятию-аутсорсеру [2, с. 274].

Практика аутсорсинговых услуг в настоящее время богата примерами и имеет достаточный опыт. Так, практически полный производственный аутсорсинг имеется у корпорации DELL, передачу на аутсорсинг сервисных подразделений осуществляет крупнейшая энергетическая компания «Лукойл».

Субконтрактация как разновидность кооперации малого и крупного бизнеса, позволяет крупному предприятию на основе договора (контракта) размещать заказ, определять спецификацию изделий, предоставлять сырье или полуфабрикат для дальнейшей переработки малому бизнесу, в свою очередь малое предприятие осуществляет частичную или завершающую обработку предоставленного материала [15, с. 38]. Примером субконтрактных отношений служит создание и развитие системы закупок, в том числе и по важнейшим комплектующим таких гигантов, как «Газпром» и «РЖД».

Первые холдинговые структуры возникли в России на рубеже 90-х гг. ХХ в. Холдингом считается система предприятий, включающая холдинговую и дочерние компании, действующая на основании преобладающего участия холдинговой компании в деятельности дочерних [4].

Эффективность холдинговых структур позволяют реализовывать задачи, не решаемые на уровне отдельного предприятия, оптимизировать связи между предприятиями, страхуют от финансовых потерь [5].

Холдингами являются такие известные корпорации, как «Северсталь», «Форд-мотор», «Лукойл».

Однако, отсутствие системы нормативно-правовой базы, инфраструктуры поддержки развития малого бизнеса и кооперационных связей малых и крупных предприятий на государственном уровне и с привлечением негосударственных институтов, а также финансовый обвал и экономический кризис 1998 года привели к разорению части представителей малого бизнеса, что отразилось на количественном составе предпринимательства и привело к поиску новых форм взаимодействия.

*2. Развитие производственно-финансового кооперационного взаимодействия малого и крупного бизнеса (1998–2002 гг.).*

Данный этап связан с изменением приоритетов, отраслевой структуры и механизмов развития малого предпринимательства. Государство проводит политику поддержки малого бизнеса через принятие федеральных законов «О едином налоге на вмененный доход», «О лицензировании отдельных видов деятельности», «О лизинге», что позволяет крупным предприятиям наиболее выгодно использовать в собственных интересах налоговую и финансовую политику государства, а также иные преференции, которые получили представители малого бизнеса в рамках законодательства о малом бизнесе [1; 4; 15]. Для этого периода характерно развитие кооперации малого и крупного бизнеса в форме лизинга и венчурного финансирования.

На втором этапе развития кооперационных связей малого и крупного бизнеса в России начинает укрепляться лизинг. Данное взаимодействие осуществляется в форме передачи субъектам малого бизнеса необходимого имущества в аренду чаще всего с возможностью его последующего выкупа.

Венчурное финансирование – это форма взаимодействия крупного и малого бизнеса, предполагающая создание крупным бизнесом малых предприятий с целью реализации необходимых инновационных проектов.

Для венчурного финансирования характерно, что оно не затрагивает все элементы инновационной цепи. Начинается оно обычно с опытного производства и разработок и заканчивается выходом инновационного товара на рынок, не затрагивая фундаментальные исследования и вопросы дальнейшего развития производства и реализации продукции [6].

Важным моментом в эволюции взаимодействия малого и крупного бизнеса является основанная в конце 1997 г. Российская Ассоциация Венчурного инвестирования (РАВИ). Ее миссия состоит в содействии становлению и развитию рынка прямых и венчурных инвестиций, а в число основных задач включены: формирование политического и предпринимательского климата, благоприятного для инвестиционной деятельности, информационное обеспечение и создание коммуникативных площадок для участников российского рынка прямых и венчурных инвестиций, подготовка управленческих кадров для венчурного предпринимательства [13].

На сегодняшний день число участников РАВИ составляет более 50 организаций, среди которых Фонд «Сколково», «Роснано».

Начало финансового оздоровления экономики страны после экономического кризиса, а также обеспечение благоприятных условий для развития малого предпринимательства на основе повышения качества и эффективности мер государственной поддержки на федеральном уровне привело к более тесному взаимодействию малых и крупных предприятий, однако этого недостаточно для эффективного развития процессов воспроизводства и экономического роста в регионе и стране в целом.

*3. Формирование научно-технологического кооперационного взаимодействия малого и крупного бизнеса (2003 г. – настоящее время).*

На данном этапе зарождается стабильное развитие малых и крупных предприятий, это связано с окончанием девальвации 1998 года и вступлением российской экономики в фазу экономического роста. В указанный период крупные предприятия стали использовать существующие механизмы взаимодействия с субъектами малого бизнеса в промышленности, учитывая их конкурентные преимущества перед корпорациями [1; 4; 15]. На данном этапе начали активно развиться кластеризация и бизнес-инкубаторство.

Кластеризация представляет собой территориальное сочетание предприятий, характеризующихся производственной связью и взаимодействием на базе совместного выпуска готовой продукции, использования одних и тех же вспомогательных и обслуживающих производств и средств. Основой рассматриваемой формы взаимодействия является модернизационный процесс, который базируется на инновациях [12].

Ярким примером кластеризации служит формирование автомобильного кластера в Поволжье, где на сегодняшний день сосредоточено около девяноста процентов отечественного автомобилестроения.

Бизнес-инкубатор применяется для стимулирования развития малого бизнеса на территории конкретного региона, либо для развития необходимых данному региону видов бизнеса. Бизнес-инкубатор обеспечивает предприятия, участвующие в данной форме кооперации, единым финансированием, т.е. предлагает им кредиты под фиксированный низкий процент, территорией, офисными и производственными помещениями, секретарскими и бухгалтерскими услугами до тех пор, пока предприятие-клиент не «встанет на ноги» и не будет способно обеспечивать себя данными услугами самостоятельно [11, с.232].

В последнее время инкубаторы все чаще появляются при крупных ВУЗах. Они занимаются инновационной деятельностью и построением бизнеса на базе новых технологий. Примерами данной формы взаимодействия являются бизнес-инкубатор ГУ-ВШЭ, бизнес-инкубатор МГУ, Инкубатор РЭУ им. Плеханова.

Таким образом, в современных условиях к наиболее известным и часто применяемым в России формам кооперации малого и крупного бизнеса относятся франчайзинг и холдинговые структуры как формы взаимодействия малого и крупного бизнеса, осуществляемые через управление; венчурное финансирование; лизинг; кластеризация; аутсорсинг; субконтрактация, бизнес-инкубирование. Следовательно, на сегодняшний день в стране формируется цивилизованная и вполне устойчивая модель взаимодействия малого и крупного бизнеса, адаптированная к условиям рыночной среды.

Следует отметить, что усиление конкуренции, рост запросов потребителей приводят к поиску новых форм кооперации малого и крупного бизнеса, однако разные формы кооперации малого и крупного бизнеса имеют свои особенности и, соответственно, отличительные положительные и отрицательные аспекты для обеих сторон кооперации. Это объясняет необходимость проведения дополнительных исследований в области взаимодействия бизнес-структур, направленных на изучение факторов, способствующих кооперации малого и крупного бизнеса. Пути решения данных вопросов будут представлены в дальнейших публикациях.

Литература:

1. Варламова, Ю.К. Взаимодействие малого и среднего бизнеса с крупными корпорациями [Текст] / Ю.К. Варламова, В.А. Шумаев // Инноватика и экспертиза. – 2011. – № 2 (7). – С. 116-118.
2. Вострецов, А.М. Аутсорсинг как форма взаимодействия малого и крупного бизнеса / А.М. Вострецов, Р.В. Иванов // Академический вестник ТГАМЭУП. – 2014. – № 1 (27). – С. 273–278.
3. Гулин, К.А. К вопросу о социально-экономической модернизации российских регионов [Текст] / К.А. Гулин // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2012. – № 4 (22). – С. 42-58.
4. Гусева, Г.В. Особенности взаимодействия малого и крупного бизнеса в России [Текст] / Г.В. Гусева // Байкальский государственный университет. – 2016. – №2 – С. 20-28.
5. Иванова, Е.В. Особенности функционирования холдинговых структур в трансформационной экономике России [Электронный ресурс] / Е.В. Иванова // Режим доступа: http://vestnik.osu.ru/2008\_8/3.pdf.
6. Иода, Е.В. Венчурное финансирование инновационной деятельности [Электронный ресурс] / Е.В. Иода // Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/venchurnoe-finansirovanie-innovatsionnoy-deyatelnosti-1
7. Канакина, В.А. Современные виды кооперации [Текст] / В.А. Канакина // Известия ПГПУ им. В. Г. Белинского. – 2011. – № 24. – С. 275-278.
8. Мазилов, Е.А. Проблемы и тенденции развития малого предпринимательства в Российской Федерации [Электронный ресурс] / Е.А. Мазилов, А.Е. Кремин // Вопросы территориального развития. – 2016. – № 5. – Режим доступа : http://vtr.vscc.ac.ru/article/2039.
9. Макарова, Ю.Н. Теоретические аспекты промышленной кооперации малых и крупных предприятий [Текст] / Ю.Н. Макарова // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2011 – №5(2). – С.124-128.
10. Маренный, М.А. Методы финансового анализа кооперационных взаимодействий малых промышленных предприятий [Электронный ресурс] / М.А. Маренный. – Режим доступа : http://www.cfin.ru/press/afa/2001-3/03\_2.shtml.
11. Минеева, Т.В. Бизнес-инкубатор как один из наиболее эффективных инструментов поддержки и развития предпринимательства – Вестник АГТУ. – № 2 (37). – 2007. – С. 230-236.
12. Мыльцева, О.П. Инновационный кластер как новая форма интеграции бизнеса [Электронный ресурс] / О.П. Мыльцева. – Режим доступа: https://creativeconomy.ru/authors/2559/.
13. Панягина, А.Е. Развитие механизмов венчурного финансирования в России [Электронный ресурс] / А.Е. Панягина // Режим доступа: file:///C:/Users/ekp/Downloads/razvitie-mehanizmov-venchurnogo-finansirovaniya-v-rossii.pdf.
14. Решетникова, Н.В. Зарубежный опыт взаимодействия крупных и малых предприятий в инновационной экономике [Текст] / Н.В. Решетникова // Вестник научно-технического развития. – 2015. – №3 (91). – С. 42-46.
15. Сысоев, Г.В. Интеграция крупного и малого бизнеса как фактор экономического роста России [Текст] / Г.В. Сысоев // имущественные отношения в РФ. – 2007. – №8 (71). – С. 30-39.
16. Яковлев, А.Р. Особенности и формы взаимодействия малого и крупного бизнеса [Электронный ресурс] / А.Р. Яковлев, Н.Н. Лебедева // Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-i-formy-vzaimodeystviya-malogo-i-krupnogo-biznesa.

DEVELOPMENT OF COOPERATIVE RELATIONS OF SMALL AND LARGE BUSINESS IN THE POST-SOVIET PERIOD

Annotation. The article analyzes the research of leading scientists in the field of interaction between small and large businesses. The existing views on this economic category are systematized. The stages of development of cooperative ties between small and large business are singled out. Forms of interaction between small and large businesses, relevant for each stage, are revealed. The main provisions of the article are based on a critical analysis of domestic and foreign literary sources (monographs, scientific articles). Such general methods and methods of research as analysis, abstraction, generalization, deduction, analogy are used. Materials can be used by researchers, graduate students and students, as well as by all interested in the development of cooperation. Further research areas on this subject can be distinguished from the study of domestic and foreign experience of interaction between small and large businesses.

Key words: cooperative relations, interaction, small and large business, outsourcing, franchising, subcontracting.