

ЭФФЕКТИВНЫЕ ФОРМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА С КРУПНЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

Отечественная экономика характеризуется значительными диспропорциями между крупным, средним и малым бизнесом, несмотря на то, что в основе их взаимодействия лежат не только взаимные интересы, но и единые цели. С позиций мировой практики, подобное соотношение является нерациональным. Крупные корпорации работают на усредненного, унифицированного покупателя, малый же бизнес заполняет пробелы, продавая продукцию и услуги, производство которых невыгодно большим игрокам.

С целью эффективного развития украинской экономики в условиях быстрой дифференциации и индивидуализации потребительского спроса и повышения ее конкурентоспособности заметное место начинает занимать симбиоз крупного производства с множеством малых и средних предприятий. Этому не в малой степени способствует характер малого предпринимательства, который берет на себя некоторые специфические функции, определяющие его экономические особенности [1]:

отсутствие традиционного для крупных предприятий разделения прав и функций между собственниками и наемными менеджерами;

способность быстро адаптироваться к изменяющейся конъюнктуре рынка, осваивать новые виды продукции, переориентироваться на другие категории клиентуры, а при необходимости осуществить полное репрофилирование уставной деятельности;

лучшие возможности в инновационном проектировании и экспериментальном внедрении инноваций;

сдерживание тенденции монополизации рынка крупными производителями.

С точки зрения малого бизнеса, взаимодействия с крупными компаниями стабилизируют хозяйственные и экономические связи малых предприятий, позволяют занять определенную нишу рынка, обеспечивают их выход на траекторию устойчивого развития.

* © Кошелева А.О., 2012

Взаимодействие крупного и малого бизнеса позволяет реализовать экономический потенциал малых предприятий, повысить эффективность их финансово-экономической и производственно-хозяйственной деятельности, тем самым улучшая динамику количественных и качественных показателей [1].

Таким образом, одним из факторов развития малого бизнеса как ключевого элемента становления рыночной экономики в Украине, может стать его вовлечение в систему долгосрочных производственных отношений с крупным бизнесом.

В мировой практике используют разные формы и механизмы взаимодействия крупного и малого бизнеса. Это субконтрактация, лизинг, франчайзинг, создание предпринимательских сетей, кластеризация и др.

Франчайзинг объединяет в себе преимущества крупного производства (экономия на управленческих расходах, рекламе, расходах на внедрение новых технологий и видов продукции, обучении персонала) и малого предприятия (высокая «проникающая» способность, гибкость, возможность локальных контактов и знание местных условий) [1].

Как и в большинстве стран СНГ, в Украине больше всего развит франчайзинг в сфере общественного питания, розничной торговли и в сфере услуг. Наиболее прибыльными являются компании, которые развивают иностранные франшизы. Ведь, по критериям развития и денежным оборотам лидерами рынка франчайзинга являются компании, представляющие западные товары и услуги, однако, в десятку лидеров входит также одна украинская компания-франчайзер – «Система быстрого питания» (FFS). Этот факт указывает на то, что украинские компании в будущем могут стать конкурентами иностранным франшизам [2].

Если говорить о региональном развитии, то здесь можно выделить столицу – Киев как город с наивысшей платежеспособностью населения, города-миллионники, а также Западную Украину, в связи с тем, что там раньше, чем в других областях начаты партнерские отношения в рамках франчайзинга с иностранными компаниями.

Однако, несмотря на то, что в Украине отношения по типу «франчайзинг» стали проявляться порядка 10 лет назад, оборот франчайзинга в Украине составляет около 3% товарооборота страны, в то время как в развитых странах франчайзинг обслуживает от 40% до 70% общего товарооборота (США до 40%, страны ЕС до 60%, Япония до 70%) [2].

К основным проблемам, которые мешают широкому использованию франчайзинговых схем в Украине, в отличие от других стран с более развитой экономикой, можно назвать следующие:

отсутствие законодательства в этой сфере;

относительно большая стоимость франшизы наряду с низкой покупательной способностью покупателей;

отсутствие подробной информации о франчайзинге как методе ведения бизнеса;

отсутствие квалифицированных кадров;

сложные условия и барьеры организации и ведения бизнеса.

При дальнейшем развитии система франчайзинга за счет ряда преимуществ позволит с наименьшими затратами повысить конкурентоспособность отечественной экономики.

Также перспективным, по оценкам специалистов, является механизм взаимодействия малого и крупного бизнеса с применением кластерных технологий. Кластерный метод позволяет реализовать наиболее важные взаимосвязи в технологиях, информации, маркетинге и потребительском спросе, которые характерны для целого комплекса фирм и областей. Эти взаимосвязи влияют определяющим образом на направленность и темпы инноваций, а также на конкурентоспособность конечной продукции [3].

Центром кластера чаще всего бывают одна или несколько независимых могущественных компаний. Кластер создает исключительно благоприятные условия для развития специализированных производств, в том числе вспомогательного, обслуживающего и поддерживающего характера. Кластеры незаменимы при освоении мировых рынков, поскольку именно малый бизнес чаще всего не может этого сделать [4].

Существует целый ряд уже испытанных практикой систем содействия формированию кластеров: например, программы, направленные на объединение деловых людей из расчета на то, что расширение сетей приведет к расширению сотрудничества; создание баз данных, к которым могут обращаться фирмы, ищущие партнеров. Применяется также государственное финансирование некоторых кластерных проектов, которые возможно реализовать на конкурсной основе. Так, в США и Франции применяют прямое финансирование, субсидии, займы, которые достигают до 50% расходов на создание новой продукции и технологий в рамках кластеров. В Швеции предоставляют займы без выплаты процентов. В Англии, Германии, Фран-

ции создаются фонды внедрения инноваций с учетом возможного коммерческого риска, снижают государственную пошлину для индивидуальных изобретателей [3].

Благодаря кластерам открывается «второе дыхание» и у таких проверенных временем форм взаимодействия малого и крупного бизнеса, как субконтрактация, которая в свою очередь, дает возможность снижать издержки производства у субподрядчика; разрешать ситуации с временным недостатком производственных мощностей у крупной фирмы, обеспечивая тем самым ее адаптацию к «пиковым» нагрузкам на рынке; осуществлять выполнение заказов, объем которых либо не оптимален для большой фирмы, либо процесс производства требует серьезной переналадки оборудования для выпуска сугубо специализированных видов изделий; завоевывать рынок с помощью малых партий товара, поскольку не требуется значительных затрат на создание сбытовых сетей [3].

В рамках кластера успешнее и более оперативно решаются вопросы по аренде помещений, льготному кредитованию, модернизации основных фондов, по поставкам оборудования по лизингу и франчайзингу. Становится возможной поддержка инновационной деятельности и технологического трансферта, обучение и консультационное сопровождение.

В Украине существует опыт создания и развития кластеров. Первые усилия по формированию кластеров в Украине были предприняты еще в середине 1990-х гг., когда и была создана ассоциация «Подолье Первое», в рамках которой в Хмельницкой области созданы и действуют региональные кластеры швейных, перерабатывающих и сельскохозяйственных предприятий, а также строительных компаний и производителей стройматериалов.

Концепцию объединения интеграционных усилий через кластеры подхватили и многие другие регионы Украины, и следует признать, что наиболее динамичные регионы за прошедшее десятилетия сумели добиться немалых успехов в исследовании путей и развитии своей кластерной модели. Наиболее успешными в этом оказались южные регионы – Одесская, Херсонская области, АР Крым, город Севастополь, а также Карпатский регион – Ивано-Франковская, Закарпатская и Львовская области. Однако практически во всех отмеченных регионах наблюдается лишь первый этап кластеризации региональной экономики, т.е. объединение усилий бизнеса, науки и власти осуществляется в сферах максимально быстрого

возврата вложенного капитала и получение прибылей, т.е. в области туризма, строительства, а также либо АПК, либо в легкой промышленности [3].

Эффективно развивается партнерство между большими и малыми предприятиями также в рамках бизнес-инкубаторства. Значительная часть крупных предприятий и производственных объединений независимо от формы собственности испытывают трудности, связанные с неэффективностью производства и реализацией произведенной продукции.

У малого бизнеса проблемы другого характера: отсутствие помещений, оборудования и производственной базы, оборотных средств, консалтинговой, информационной и инфраструктурной поддержки. Для решения таких проблем необходимо создавать на базе больших предприятий и с их непосредственным участием бизнес-инкубаторы, в которых будут развиваться малые предприятия [5].

Отношения между малыми и крупными предприятиями в процессе создания и деятельности бизнес-инкубатора могут выполнять такие задачи как распределение и минимизация рисков, связанных с внедрением инноваций; создание новых производственных возможностей; эффективное использование опыта и ресурсов обеих сторон и в конечном итоге – быстрое и эффективное достижение целей [5].

На пути развития сотрудничества крупных предприятий с «внешними» малыми предприятиями можно выделить ряд проблем: отсутствие малых предприятий, способных предоставить необходимые крупным предприятиям продукцию и услуги; низкое качество товаров и услуг, произведенных малыми предприятиями; отсутствие с обеих сторон средств для взаимных расчетов; постоянные угрозы срыва снабжений со стороны малых предприятий; трудности поиска партнера из-за отсутствия информации о производственных возможностях малых предприятий; отсталость и консерватизм управленческого персонала больших предприятий; чрезмерная продолжительность установления и оформления договорных отношений с крупными предприятиями; отсутствие комплексной законодательной базы, которая должна регламентировать такие хозяйственные связи.

Таким образом, взаимодействие малых и крупных предприятий дает возможность эффективно соединить предпринимательскую чувствительность и динамическую реакцию малых предприятий с менеджментом, коммерческими и техническими навыками больших предприятий. В ре-

зультате такое взаимодействие создаст для всех участников возможности, которые при других обстоятельствах в современных условиях развития были бы утраченными и нереальными.

Библиографический список

1. Взаимодействие малого и крупного бизнеса [Электронный ресурс] // Информационно-аналитический сборник IV-й Всероссийской конференции представителей малых предприятий. – М.: Институт предпринимательства и инвестиций. – 2003. – Режим доступа: <http://www.smb.ru>
2. Анализ рынка франчайзинга в Украине [Электронный ресурс]. – К.: Федерация развития франчайзинга в Украине и исследовательская компания ООО «QuickStart». – 2012. – Режим доступа: <http://fdf.org.ua>
3. Кластеры – разновидность кооперации [Электронный ресурс]. – Аналитический центр «Академия». – 2004. – Режим доступа: <http://www.academia.org.ua>
4. Лейрих А. А., Чумакова Е. Г. К вопросу взаимодействия малого бизнеса с крупным (на примере автомобилестроения) [Электронный ресурс] // Материалы VI Всероссийской конференции представителей малых предприятий. – М.: ТПП РФ. – 2005. – Режим доступа: <http://www.smb.ru>
5. Бизнес-инкубирование: повышение эффективности партнерства [Электронный ресурс]. – Аналитический центр «Академия». – Режим доступа: <http://www.academia.org.ua>