

**ОСОБЕННОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МАЛОГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА РОССИИ С КРУПНЫМ БИЗНЕСОМ
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Статья посвящена рассмотрению особенностей взаимодействия малых и крупных предприятий в России в современном контексте. Автор указывает на несостоятельность подхода, при котором приоритеты в развитии смещаются в сторону сектора либо малых предприятий, либо крупных. Автор акцентирует внимание на том, что данные сектора экономики не могут быть противопоставлены, а должны дополнять друг друга, образуя единую эффективную экономическую систему государства. В статье подчеркивается необходимость использования зарубежного опыта кооперации малого, среднего и крупного бизнеса для подъема российской экономики.

Ключевые слова: малый бизнес, крупный бизнес, кооперация малого, среднего и крупного бизнеса, государство.

**M.V. Solodkov,
O.A. Chepinoga**

**PECULIARITIES OF INTERACTION OF SMALL
ENTREPRENEURSHIP OF RUSSIA WITH LARGE BUSINESS
IN MODERN CONDITIONS**

The article considers the role of small business in innovative sphere under globalization. The author describes the advantages of small enterprises in innovative activity and explains the necessity of cooperation between big and small companies in the aspect of technological innovations. The author examines practice of developed countries in the area of creating and support of small innovative enterprises and deals with the current state in that area in Russia. Experience of foreign countries has demonstrated the effectiveness and perspectivity of small innovative business as one of the component of successful economic development of the country in general. However, in spite of recent positive trend in Russia there is still poor attention to that field. Thus, the author raises a question of necessary changes in government support of the sphere of innovative small business in our country.

Keywords: small business, small innovative business, cooperation of big and small enterprises, import substitution, government support.

Направление, которое в целом можно охарактеризовать как усиление и выход на качественно новую основу взаимоотношений малого и крупного бизнеса, представляет огромный интерес в условиях современной России.

К сожалению, наша страна, несмотря на многолетний опыт развития малого бизнеса, несмотря на несколько шумных кампаний по поддержке этого сектора экономики, которые так и не обеспечили долгожданного прорыва, по-прежнему не может похвастаться ни реально существующим мощным и решающим задачи национального масштаба сектором малого предпринимательства, ни отработанной, скоординированной системой его государственной поддержки.

На наш взгляд, значительная часть проблем, мешающих российскому предпринимательству развиваться, связана в первую очередь с некоторыми чертами, если можно так выразиться, государственной психологии, а также со схемой построения приоритетов государственной экономической политики, которая со всей очевидностью ориентирована, прежде всего, на развитие крупных и сверхкрупных компаний.

Создается ситуация, которая, с одной стороны, ставит малый бизнес в несколько ущербное положение «нелюбимого дитя», с другой – дает ему новые возможности и новые шансы. Проблема заключается в том, чтобы осознать, а затем успешно реализовать эти возможности, которые в основном сосредоточены в укреплении и переводе на качественно новый уровень взаимоотношений малого бизнеса с крупным.

В настоящее время в России наблюдаются значительные диспропорции между крупным, средним и малым бизнесом, несмотря на то, что в основе их взаимодействия лежат не только взаимные интересы, но и единые цели. Подобное нерациональное, с позиций мировой практики, соотношение между крупными, средними и малыми предприятиями, характерно для всех отраслей российской экономики.

В условиях укрупняющегося, глобализующегося рынка интегральная эффективность производства товаров и услуг и их доведения до потребителей во многом начинают зависеть от взаимосвязей малого и крупного бизнеса, что обусловлено разномасштабностью задач, решаемых хозяйствующими субъектами разного размера. Поэтому в структуре национальных экономик развитых стран на протяжении десятилетий остается стабильно высокой 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 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. Именно государство может стимулировать крупные фирмы, отдавая предпочтение при распределении государственного заказа тем из них, которые

будут выполнять его с привлечением малого бизнеса, так как большинство малых предприятий производственной сферы вообще не может устойчиво работать без заказов крупных и средних предприятий.

Кооперация малого и крупного бизнеса в экономически развитых странах осуществляется как по отраслевому, так и по территориальному признакам. Следовательно, достижение взаимного соответствия этих сфер предпринимательства во многом зависит от местных и центральных органов власти и негосударственных организаций (союзов, ассоциаций и др.), координирующих работу отдельных групп крупных, средних и мелких предприятий.

Практика показывает, что любой зарубежный опыт, который является или кажется привлекательным для использования в отечественной экономической практике, должен корректироваться с учетом российских реалий и особенностей развития. Интересно, что в данном случае опыт нашей страны по организации взаимодействия крупного и малого бизнеса, несмотря на короткую историю, гораздо глубже, чем представляется, хотя и обладает определенной спецификой.

Большую роль в формировании российской модели взаимодействия малого и крупного бизнеса играли способы и экономические механизмы образования малых предприятий на начальных этапах рыночных реформ. Статистика свидетельствует, что первоначально значительная доля российских малых предприятий (около 30 %) образовалась в результате непосредственного дробления крупных предприятий в рамках демонополизации. Естественно, что эти кардинальные перемены часто осуществлялись без понимания их внутренней сущности, «для галочки», однако при всех негативных влияниях, которые этот процесс оказал на экономику страны, его несомненным позитивным последствием стало создание некоторого количества малых и средних предприятий, ставших основой российского малого бизнеса. Другая, также весьма значительная, часть малых предприятий образовывалась путем создания дочерних фирм при крупном предприятии. Третья группа малых предприятий образовывалась как автономные фирмы, которые впоследствии становились аффилированными структурами крупных предприятий.

Однако, независимо от способов образования малых фирм, их взаимоотношения с крупным производством были многоаспектными, как правило, выходящими за рамки прямой профессиональной деятельности. Малые предприятия выполняли особые функции, вполне соответствовавшие особенностям периода «первоначального накопления капитала», становясь фирмами – «однодневками», либо «карманными» структурами для крупных предприятий, позволяющими лучше приспособиться к сложным условиям переходного периода.

Используя дочерние малые фирмы как собственные структуры, обладавшие при этом фиктивной «самостоятельностью», крупные предприятия осуществляли накопление капиталов с использованием экономических механизмов трансфертных цен, скупали через малые предприятия приватизационные чеки и акции приватизируемого предприятия и т.д.

Другими словами, значительная часть российского малого бизнеса «выросла» из крупного, что звучит парадоксально, являясь при этом историческим фактом.

Еще более парадоксальным кажется то, что значительная часть крупного и сверхкрупного российского бизнеса «выросла» из малого. Однако это также является историческим фактом. В данном случае не имеется в виду рост малых предприятий и переход их в категорию крупных компаний, что, пусть нечасто, но достаточно стабильно встречается в странах с развитой системой малого бизнеса. Дело в том, что высшее руководство многих бывших «гигантов индустрии» Советского Союза, создав на своих предприятиях множество «независимых» малых хозяйствующих субъектов, сумело с их помощью решить проблемы реформенного периода и аккумулировать средства для создания новых хозяйствующих субъектов либо сохранения базовых «головных» предприятий и перевода их в новое качество.

В этой связи представляется неоправданным подход, при котором развитие малого предпринимательства в нашей стране традиционно рассматривается в отрыве от крупных хозяйственных структур и в противопоставлении им. К сожалению, такой подход имеет в настоящее время сильные позиции как в российской экономической науке, так и в практике государственного регулирования и поддержки сектора «малой экономики». Встречаются утверждения, что государство должно «помочь малому бизнесу конкурировать с крупным», «обеспечить сопоставимые условия функционирования» и т. д. Малый бизнес, таким образом, предстает в качестве некоего антипода крупных компаний, способного самостоятельно решить все проблемы экономического развития страны, являющегося панацеей от болезней, которые не в силах побороть крупный бизнес.

Такой подход, сформировавшийся в первые годы рыночных реформ, базировался на следующих предпосылках. Крупные государственные предприятия, составлявшие основу экономики Советского Союза, были созданы для функционирования и развития во вполне определенной, очень жестко заданной, системе координат. После кардинального изменения условий существования, разрушения системы государственного планирования и существовавших хозяйственных связей такие предприятия мгновенно превратились в «монстров», совершенно неспособных приспособиться к новым условиям хозяйствования.

С какой эффективностью и как долго смогли бы функционировать, например, компании «Проктер энд Гембл» или «Гугл», если бы они при сохранении существующей организационной структуры, системы поставок, сбыта и т. д., оказались вынуждены работать в условиях стопроцентного госзаказа, централизованного распределения ресурсов и государственного планирования всех показателей? Любой экономист справедливо сочтет саму постановку вопроса абсурдной. Однако бывшие советские предприятия, оказавшиеся в аналогичной ситуации (только с обратным знаком), сразу же стали рассматриваться как малоэффективные монополистические структуры, с которыми малые и средние предприя-

тия обязательно должны вести конкурентную борьбу. По сути, крупное производство противопоставлялось малому вопреки мировой практике, рассматривающей эти структуры как взаимосвязанные звенья единой системы. В оправдание авторов подобных концепций можно сказать лишь то, что сами они в то время делали лишь первые шаги в познании правил и законов рынка, будучи при этом очарованными перспективой вступления России в «элитный клуб» наиболее развитых стран, для экономических систем которых необходимым (что вполне справедливо) и главным (что совершенно ошибочно) атрибутом казался именно малый бизнес.

Не последнюю роль в сложившейся ситуации сыграл и тот факт, что в отечественной экономической литературе, особенно при освещении мирового опыта, делался акцент на то, что малые и средние предприятия являются более эффективными и более значимыми для общества, чем крупные. Однако, преимущества малых предприятий по некоторым параметрам в реальности не дают основания для того, чтобы противопоставлять их крупным. Последние, о чем свидетельствует и наш прошлый опыт, и мировой (особенно учитывая процессы сверхбыстрого развития глобальных корпораций), также имеют свои положительные стороны. Поэтому принимать за аксиому то, что мелкое производство эффективнее крупного, нет оснований.

Представляется, что сохранение и развитие сложившегося к настоящему времени подхода будет способствовать тому, что российский малый бизнес и далее будет оставаться вторичным элементом экономической системы страны, а сетования на его недостаточное по сравнению с другими странами развитие будут продолжаться и нарастать. Государство, видя, что реальный прирост экономических показателей обеспечивает почти исключительно сектор крупных и сверхкрупных предприятий, и одновременно вынужденное обеспечивать «сопоставимые условия для развития и конкуренции малого и крупного бизнеса», оказывается в непростой ситуации, поскольку считает, что, развивая малый, дискриминирует крупный бизнес.

Для существенного подъема российской экономики необходимо содействовать максимальному увеличению числа малых предприятий в производственной сфере и в реальном секторе в целом, стимулировать развитие взаимосвязей между малым, средним и крупным промышленным бизнесом, творчески использовать соответствующий зарубежный опыт. Всё это должно стать составной частью общей политики в сфере реструктуризации отечественной экономики, поскольку предпринимательство в целом, независимо от своих масштабов, представляет собой единый и взаимосвязанный комплекс, создающий и укрепляющий благосостояние государства.

Информация об авторах

Солодков Михаил Викторович – кандидат экономических наук, доцент, кафедры мировой экономики и международного бизнеса, Байкальский государственный университет экономики и права, Россия; г. Иркутск, e-mail: detrester@ya.ru.

Чепинога Оксана Александровна – кандидат экономических наук, доцент, кафедры мировой экономики и международного бизнеса, Байкальский государственный университет экономики и права, Россия, г. Иркутск, e-mail: chepinoga@mail.ru.

Authors

Solodkov Mikhail V. – PhD in Economics, Associate Professor, Chair of World Economy and International Business, Baikal State University of Economics and Law, Russia, Irkutsk, e-mail: detrester@yandex.ru.

Chepinoga Oksana A. – PhD in Economics, Associate Professor, Chair of World Economy and International Business, Baikal State University of Economics and Law, Russia, Irkutsk, e-mail: ChepinogaOA@isea.ru.