

Влияние форм интеграционного взаимодействия предприятий малого и крупного бизнеса на эффективность хозяйственных систем

© 2009 Н.Н. Мартынова

Камская государственная инженерно-экономическая академия,
г. Набережные Челны

В статье исследуется процесс возникновения и развития в современных условиях новых форм интеграции производства и их влияние на инновационный характер экономики и эффективность хозяйствования.

Ключевые слова: эффективность хозяйственных систем, предприятия малого, среднего, крупного бизнеса, интеграционное взаимодействие.

Одним из важных направлений повышения эффективности хозяйствования в современных условиях является углубление взаимодействия предприятий крупного, среднего и малого бизнеса вплоть до полной интеграции, позволяющего путем объединения их усилий и ресурсов существенно улучшить использование совокупного потенциала экономической системы, обеспечить инновационный характер ее развития.

В основе данного взаимодействия лежат объективные процессы развития внутриотраслевого и межотраслевого разделения труда, сопутствующего ему технологического и организационного соединения производств, формирования многочисленных технико-технологических и производственных связей между отдельными самостоятельными образованиями и предпринимательскими структурами. Эти процессы приводят ко все большему насыщению экономических систем разнообразными организационными формами - небольшими индивидуальными производствами, малыми предприятиями, венчурными фирмами, средними и крупными объединениями различных видов, а также к возникновению нового типа взаимодействий между всеми экономическими агентами, основывающихся не столько на принципе конкуренции, сколько на принципах кооперации и дополнительности.

Образующиеся таким образом новые организационно-хозяйственные структуры, как правило, обладают достаточно глубокой специализацией и приспособленностью к условиям современной экономической жизни, умением сочетать такие противоречивые свойства, как гибкость и устойчивость, управляемость и инновационность, соперничество и сотрудничество.

Взаимодействие и интеграция хозяйственных структур малого и крупного бизнеса осуществляются в настоящее время в различных конкретных формах, соответствующих тенденциям

развивающейся рыночной среды, исключающей возможность существования какой-либо единой универсальной устойчивой и эффективной при всех условиях хозяйственной структуры. Однако во всех случаях они основываются на явлении (принципе) взаимодополнения крупного и мелкого производства, приводящего к определенному "симбиозу" этих производств.

Взаимодополнение проявляется прежде всего в определенном взаимодействии, когда часть производственных функций крупных предприятий делегируется мелким, и наоборот. Например, в американской автомобильной промышленности на сегодня господствуют четыре крупнейшие корпорации. Однако большую часть деталей и материалов они приобретают у мелких субподрядчиков, сами же осуществляют сборку и продажу автомобилей. С другой стороны, огромное количество небольших фирм не только производят запасные части и комплектующие, но нередко и сами специализируются на изготовлении отдельных транспортных средств, при этом, в свою очередь, закупая шасси и другие необходимые компоненты у автогигантов. Кроме того, во взаимоотношениях крупных корпораций и их субподрядчиков сегодня происходят перемены, направленные не просто на более тесную производственную кооперацию, а на построение технологически глубоко взаимосвязанных горизонтальных или вертикальных производственных комплексов, функционирующих как единое целое.

Наряду с делегированием производственных функций, проявлением взаимодополнения предприятий крупного и мелкого бизнеса выступает также передача ими друг другу ряда организационных полномочий, что способствует углублению специализации, росту технологического потенциала и повышению продуктивности хозяйствования в целом.

Наконец, формой взаимодополнения предприятий является делегирование ими друг другу не-

которых функций управления, что приводит к серьезному изменению их управленческой структуры, перестройке внутренних связей, к уменьшению сложности организационной системы в целом, а в сочетании с передачей других вышерассмотренных функций - к образованию новых и своеобразных хозяйственных структур и организационных форм, еще недавно применявшихся лишь в отдельных редких случаях либо совсем не имевших места.

Из них относительно новыми являются такие механизмы партнерских связей и делового сотрудничества крупного и мелкого бизнеса, как: во-первых, контрактация и субконтрактация, представляющая собой систему соответствующих договоров между отдельными предприятиями, производящими продукцию, и весьма многочисленными агентами и контрагентами, осуществляющими заготовительные операции или сбывающими эту продукцию; во-вторых, механизм франчайзинга, впервые примененный в 1950-е гг. американскими автомобильными и нефтяными корпорациями, позднее активно использованный в компаниях “Макдоналдс”, “Кентукки фрайд чиккен” и других и широко распространившийся в Японии и Западной Европе. В России этот механизм еще только начинает внедряться.

Суть франчайзинга заключается в предоставлении крупной компанией (франчайзером) ряду мелких предприятий (операторам) исключительных прав на выпуск определенных товаров и на сбыт или на оказание услуг под торговой маркой данной компании при обязательстве операторов строго соблюдать все правила производства или торговли, установившиеся в партнерской компании, часто вплоть до мелочей, как, например, использование униформы служащих в вышеназывавшейся сети “Макдоналдс”. При этом франчайзер берет на себя обязательства поставлять операторам оборудование, сырье и материалы, оказывает им финансовую поддержку, а также помощь в организации и управлении бизнесом.

Механизм франчайзинга открывает большие возможности для начинающих малых предпринимателей, помогает преодолеть трудности начального этапа и в максимально короткие сроки наладить свое дело.

Принципиально новыми организационными формами, постепенно развившимися, в первую очередь, на основе вышерассмотренного явления взаимного делегирования полномочий, выступают сетевые и оболочечные фирмы, широкий процесс распространения которых начался в 1980-е гг.

Сетевую фирму можно рассматривать как своеобразный предельный случай развивающегося процесса упрощения организационной системы обычной крупной корпорации за счет передачи части реализуемых ею функций другим системам и снижения величины внутриорганизационных транзакционных издержек при сохранении в целом количества функций, выполняемых данной системой. В этом случае весь единый технологический процесс как бы расчленяется среди множества отдельных небольших предпринимательских структур, управленческий аппарат которых представлен фактически только самим владельцем-предпринимателем. Оболочечные же фирмы, напротив, характеризуются сохранением всех управленческих функций при ликвидации уже собственно производственного звена, роль которого передается множеству мелких субподрядчиков.

Таким образом, можно утверждать, что последовательная реализация в системе организационно-хозяйственных отношений принципа дополнительности постепенно приводит ко все большему отходу от обычных универсальных, многофункциональных и в определенной степени самодостаточных хозяйственных систем к новым типам хозяйственных образований и организационных систем и структур.

Следующей, существенно отличающейся от вышерассмотренных формой интеграции крупного и мелкого бизнеса выступает интрапренерство (интрапредпринимательство) - создание небольших предпринимательских структур внутри крупных предприятий или фирм, которым обычно поручается разработка каких-либо технологических, организационных или управленческих новаций. Интрапренерство обычно реализуется либо в форме венчурного финансирования, либо путем образования небольших, часто временных коллективов для реализации определенных целей или разработки некоторых идей, либо через создание внутри крупных компаний малых внедренческих предприятий для апробации тех или иных изобретений.

Однако, несмотря на названные различия в формах интрапренерства, всех их роднит то, что предприниматель действует внутри партнерской фирмы не как наемный работник, а как самостоятельный владелец собственного бизнеса, принимая на себя не только распоряжение частью получаемой прибыли, но и часть рисков по осуществлению намеченного проекта.

Количество малых интрапренерных фирм при корпорациях часто исчисляется несколькими десятками. Они наделяются правом осуще-

ствлять любую деятельность с выпуском продукции на внутренний, а иногда и на внешний рынок, образуя особые структуры - подразделения стратегического бизнеса корпораций.

На российских предприятиях интрапредпринимательство постепенно начинает осуществляться, хотя еще и в сравнительно небольших масштабах, а его прообразом ряд авторов считают организацию в свое время арендного подряда и внутреннего хозрасчета¹.

Важной формой интеграционного взаимодействия предприятий крупного и малого бизнеса и одновременно эффективным инструментом воздействия на процесс формирования небольших, но жизнеспособных, устойчивых и высокорезультативных хозяйственных структур в современных условиях выступает так называемое бизнес-инкубирование, особое значение имеющее для отечественной экономики, постоянно наталкивающейся на пока все еще неразрешимую для нее проблему наличия сектора конкурентоспособного малого предпринимательства.

Бизнес-инкубирование - это создание полного комплекса технологических, финансовых, организационных и иных условий, необходимых для образования и последующей эффективной деятельности малых предприятий. Такие условия целенаправленно формируются в особых организациях - бизнес-инкубаторах, в качестве которых нередко, хотя и не всегда, выступают крупные предприятия, предоставляющие зарождающимся малым фирмам на льготных условиях помещения, располагающиеся, как правило, в одном-двух специально выделенных для этого зданиях, оргтехнику, средства связи, оборудование, а также информационные, образовательные, консалтинговые, юридические и другие услуги. Большое внимание при этом уделяется созданию возможностей для начинающих предпринимателей общаться между собой, обмениваться постепенно накапливающимся опытом, обучаться.

Важной характеристикой бизнес-инкубаторов является их обязательная связь с образовательными и научно-исследовательскими организациями, осуществляющими экспертизу и отбор идей для воплощения в инкубируемых структурах, разработку и реализацию образовательных и инновационных программ и т.п.

Инкубационный период, в течение которого малая фирма-клиент проходит путь от зарождения до полной зрелости, составляет обычно от 1,5 до 3-5 лет. После окончания этого срока малая фирма покидает инкубатор и начинает независимую от него жизнь в конкурентной рыночной среде.

¹ Предпринимательство / Под ред. М. Г. Лапусты. М., 2004. С. 138.

В последние годы по мере внедрения Интернета в производственную и управленческую практику в разных странах создаются виртуальные инкубаторы, называемые "инкубаторами без стен", которые не предоставляют помещений фирмам-клиентам, но осуществляют, тем не менее, большой комплекс услуг из вышерассмотривавшихся и требуют значительно меньших инвестиций. В этом же русле можно рассматривать опыт функционирования очно-заочного бизнес-инкубатора в нашей стране в Ставропольском крае², который не сдает площадей предпринимателям (за исключением отдельных рабочих мест на небольшой срок), но проводит с ними тренинги и обучение, осуществляет анализ и оценку бизнес-проектов, оказывает информационную и другую поддержку.

Всего в Российской Федерации на сегодня действует более 70 бизнес-инкубаторов, объединенных "Национальным содружеством бизнес-инкубаторов России", созданным в 1997 г. Они крайне разнообразны по организационно-правовой форме, составу учредителей, профилю, комплексу предоставляемых услуг.

Еще одной формой интеграционного взаимодействия предприятий малого и крупного бизнеса, оказывающей большое влияние на эффективность хозяйствования, в отечественной литературе часто называется образование технопарков, рассматриваемых обычно в неразрывной связи с бизнес-инкубаторами. Некоторые даже считают технопарк результатом развития идеи инкубатора как элемента инновационной инфраструктуры³.

Однако в толковании содержания технопарков, их многочисленных форм, моделей, функций и задач, связей с инкубаторами и другими организационными структурами нет единства мнений. Здесь много неясного и спорного.

Сомнение, прежде всего, вызывает утверждения о наличии некой почти "генетической" связи технопарков с бизнес-инкубаторами. Несмотря на определенную их похожесть по некоторым элементам, например, по наличию в их структурах крупных научно-исследовательских и образовательных структур, выполняющих роль центрального, системообразующего звена, отличий между ними, как представляется, гораздо больше.

Во-первых, парк - это обычная, всегда существовавшая форма территориального размеще-

² Яковенко Н.Н. Опыт создания инновационного бизнес-инкубатора в Ставропольском крае // Инновации. 2008. № 3 (113). С. 23-28.

³ Сурин А. В., Молчанова О. П. Инновационный менеджмент. М., 2008. С. 108.

ния производства во многих западных и других странах, означает совокупность предприятий, расположенных на ограниченной территории и действующих в соответствии с единой целью. Научно-технический компонент в их структуре появился еще в конце 1940-х гг. при создании нового парка, названного исследовательским, на основе Стенфордского университета в США. Что же касается бизнес-инкубаторов, то это более поздняя организационная форма, скорее, сама выросшая из технопарка. Об этом же свидетельствует и тот факт, что бизнес-инкубаторы часто создаются внутри технопарков, но не наоборот.

Во-вторых, у технопарков и бизнес-инкубаторов различные цели. Главная задача инкубаторов, как отмечалось выше, - это "выращивание" малых предприятий до стадии, на которой в дальнейшем возможно их самостоятельное и эффективное функционирование в конкурентной среде. А цель технопарков, образующихся вокруг крупных научно-исследовательских организаций, - это коммерциализация собственных научно-технических разработок и идей данных организаций и прежде всего тех, которые являются побочными продуктами их крупных базовых исследовательских программ. Задачей создающихся в рамках технопарка мелких и мельчайших предприятий является проверка пригодности этих продуктов для бизнеса (малого или крупного), иногда оказывающихся более прибыльными, чем

сама базовая программа, и доведение их до стадии практического прибыльного использования (при этом с непредсказуемым заранее результатом).

Таким образом, технопарк в "чистом" виде - это, скорее, все же не столько форма непосредственной интеграции предприятий крупного и мелкого бизнеса, сколько инструмент инновационных преобразований, своеобразная и эффективная форма ускорения развития и внедрения достижений науки и техники в бизнес, как в крупный, так и в малый, создающая предпосылки для будущей интеграции и роста эффективности хозяйствования.

Итак, проведенный анализ позволяет утверждать, что развитие новых форм интеграционного взаимодействия предприятий крупного, среднего и малого бизнеса в современных условиях, несомненно, выступает важнейшим и необходимым условием повышения эффективности хозяйственных систем. Это взаимодействие является мощным, но еще далеко не полностью задействованным резервом экономического роста, фактором и источником инновационных преобразований, от степени использования которого непосредственно зависит решение самых насущных социальных и экономических задач нашей страны - улучшения качества жизни граждан и повышения конкурентоспособности отечественной продукции.

Поступила в редакцию 08.06.2009 г.