

УДК 338.2

М.П.Акимова (асп., каф. МЭО), Л.А.Подольнец, к.э.н., доц.

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ СЕКТОРА МАЛОГО БИЗНЕСА В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ

В ряде работ, посвященных исследованиям проблемам малого бизнеса, затрагивается вопрос о слабости малого предпринимательства как института экономики переходного периода. Вследствие этого институциональная слабость малого предпринимательства – одна из существенных угроз экономической безопасности [1].

Институциональное развитие сектора малого бизнеса (МБ) в современной российской хозяйственной жизни имеет ряд особенностей. Адаптация малых предприятий (МП) способствовала возникновению и упорядочению ряда экономических институтов – деловых сетей и вертикально интегрированных структур. Но данные образования пока не сложились как полноценный институт представительства и защиты интересов малого предпринимательства. Деловые связи и сделки поддерживаются в основном неформальными контрактами, персонифицированными отношениями предпринимателей. Такая практика способствует разрастанию теневой экономики, что является отрицательной стороной рассматриваемого явления.

Можно выделить следующие ключевые стратегии адаптации отечественных малых предприятий к условиям рынка:

Активная рыночная политика. Ее суть – ориентация на удовлетворение спроса. Это проявляется в выборе сферы деятельности, определении объема и структуры выпуска, политике ценообразования и продвижения на рынки, т.е. МП подстраиваются под рыночные сегменты, группы потребителей;

Диверсификация деятельности. Это специфически переходная стратегия возникла как реакция на сдвиги в совокупном спросе и на непредсказуемую рыночную конъюнктуру. В большинстве своем МП стали многопрофильными, занимаясь сразу несколькими видами деятельности.

Уход в теневую экономику. Эта стратегия существования зарегистрированных МП, часть оборота которых выводится из-под государственного учета и контроля, а следовательно – из-под налогообложения.

Интенсивное формирование системы деловых связей в секторе МБ. Данная стратегия имеет непосредственное отношение к сфере институционального строительства и играет двоякую роль:

- на микроуровне она складывается как производная от вышеупомянутых стратегий (как результат их проведения в жизнь) и помогает определить правила взаимодействия с контрагентами и осуществления сделок. Институциональные рамки сделок задаются системой связей с партнерами и соответствующими контрактными соглашениями;

- на уровне сектора в целом она создает экономические правила и практику контрактных соглашений. В зависимости от того, как складываются отношения МП между собой и с другими субъектами, развиваются разные типы связей, формируются новые экономические институты – объединения предпринимателей, интегрированные структуры, деловые сети (industrial networks).

Рассмотрим последнюю стратегию подробно.

Предпринимательские объединения.

Понятие «предпринимательское объединение» в отечественном законодательстве отсутствует. Основные разновидности предпринимательских объединений:

- федеральные (общероссийские) структуры, охватывающие представителей различных отраслей и секторов бизнеса. Эти структуры могут иметь региональные филиалы;
- региональные организации, действующие в пределах субъекта РФ или более ограниченных территориальных образований. Они открыты для всех предпринимательских кругов, но частный бизнес представлен, как правило, МП;
- профессионально-отраслевые объединения, функционирующие в масштабах РФ или региона. Среди них выделяются те, которые связаны с новыми видами бизнеса и профессиями, сосредоточенными преимущественно в секторе МБ.

Формирование связей и деловых сетей в секторе МБ.

На базе устойчивых хозяйственных связей появляются новые формы сотрудничества между МП и его контрагентами. Например, могут складываться деловые сети, которые могут выходить за рамки сектора малого бизнеса. Параллельно идут различные интеграционные процессы между малыми предприятиями, между ними и другими экономическими субъектами. В целом разнообразные формы вертикальной интеграции получили в секторе МБ довольно широкое распространение и доказали на практике свою эффективность.

Можно выделить три основные разновидности интегрированных образований.

1. МП становится дочерней фирмой. Обычно инициатива создания такой структуры исходит от крупных промышленных предприятий. Этот способ используется для организации аффилированных фирм, действующих в интересах менеджмента крупных предприятий. Подобные фирмы осуществляют посредническую деятельность, на них переключаются финансовые потоки с крупного предприятия и перетекают его активы.

2. Ориентация МП на потребности более крупной компании. При этом может быть создано новое предприятие или взято «под крыло» и частично перепрофилировано уже существующее; в число его учредителей включается компания-«хозяин». Таким способом часто действует новый частный бизнес, осуществляя региональную экспансию или диверсифицируя свою деятельность. Обычно учредители контролируют лишь часть деятельности МП, связанную с их потребностями, оставляя прочую на усмотрение предпринимателя. В условиях ужесточающейся конкуренции последнего привлекает возможность сохранения своего бизнеса путем превращения в структуру, частично подконтрольную более крупной фирме.

3. Разновидность интегрированных структур – разветвленные «холдинги». Они образуются путем выделения из головного МП дочерних структур с переводом в них части его деятельности. Подобный вид разделения характерен для успешно развивающихся малых фирм, которые по ряду причин не переходят в средний бизнес. Разделение предприятий снижает ряд рисков для базового бизнеса и предпринимателя (как чисто рыночных, так и риска излишнего внимания криминальных кругов, властных структур). Она позволяет смягчить и возможные провалы менеджмента. По тем же причинам в секторе МБ интенсивно создаются аналогичные, но менее формальные структуры, которые условно называют «семействами». Один бизнес, как правило, многопрофильный, существует и развивается в виде группы отдельных малых фирм. Данный процесс происходит в основном путем учреждения новых МП. Формально фирмы-члены «семейства» могут быть независимы и иметь разных учредителей. Однако фактически весь данный бизнес находится под контролем одного собственника (физического лица или небольшой группы лиц с единым интересом). В «семействах» широко распространено взаимное кредитование, а также скрытые субсидии.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Гурунян Т.В. Институциональный анализ малого предпринимательства как фактора экономической безопасности. – М., 2004, с. 69.