

УДК 334.012.64

Процай А. Ф.

ИНТЕГРАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Основу интеграционной поддержки МП (малого предпринимательства) составляет взаимодействие крупных предприятий с малыми.

Западная экономика стоит на двух китах, с одной стороны крупные структуры, которые придают ей стабильность и управляемость; открывают путь к широкомасштабной инновации, с другой стороны, МП формирующие конкурентную среду и обеспечивающие гибкость, индивидуализацию производства [1]. Одной из причин успешного развития МП в странах рыночной экономики является то, что крупное производство не противопоставляется мелкому, а в противовес соперничеству развивает сотрудничество.

Малые предприятия зачастую создаются при крупных фирмах или сотрудничают с ними. Таким образом, формируется принципиально новая структура экономики. Для крупного бизнеса необходимы и выгодны: ёмкий рынок со стабильным и продолжительным спросом, продукция массового производства, аккумулирование значительных финансовых средств, дешевая рабочая сила. Малые предприятия имеют ряд преимуществ в управлении: отсутствие жёсткой иерархии, простота коммуникации, возможность быстрой корректировки целей. Поэтому, себестоимость производства продукции в малом бизнесе зачастую ниже, чем в крупном при высоком качестве производимой продукции и услуг.

Развитие интеграции и партнёрских отношений объясняются не «гуманной» целью помочь малому бизнесу, а вполне конкретной выгодой, требующей устойчивой и эффективной системы кооперативных связей. Крупные предприятия создают основу для стабильности и управляемости рыночной экономики страны, открывают путь к широкомасштабной реализации научно-технических новаций, а малый бизнес обеспечивает производству гибкость и индивидуализацию.

В условиях рынка основными формами интеграции крупного и малого бизнеса являются: в производстве – субподряд, в производстве и сбыте – франчайзинг, в инновации – венчурное финансирование, в финансировании – лизинг.

Перечисленные формы интеграции способны подстраховать малое предпринимательство от рыночных катаклизмов, кроме того, обеспечить взаимовыгодное движение информационных, технологических, сырьевых, кадровых и финансовых ресурсов в интересах национального хозяйства.

Субподряд в промышленно развитых странах практикуется довольно широко. В Японии ещё с 1950 годов начал складываться принципиально новый подход к формированию отношений с поставщиками, суть которого заключалась в увеличении объёма работ, передаваемых крупными компаниями на контрактной основе ма-

лым и средним специализированным фирмам, а также в сокращении общего числа прямых поставщиков комплектующих. Работа по субподряду позволяет малым фирмам получить доступ к технологическим и коммерческим «ноу-хау» больших предприятий. Действуя как поставщик, малое предприятие в то же время может наладить производство собственного конечного продукта и достигнуть большей самостоятельности.

Безусловно, малые промышленные предприятия обладают разным техническим потенциалом. Мелкие фирмы, работающие в передовых подотраслях, стремятся оснастить производство самой совершенной техникой, современными компьютерами, многофункциональным оборудованием: Мелкие предприниматели, выступающие в роли партнёров крупных корпораций, получают сведения о планах на ближайшие пять-шесть лет, что помогает подрядчикам и поставщикам активно участвовать в разработке указанных им узлов, деталей, комплектующих изделий. Из сказанного следует, что у крупного бизнеса также формируется определённая зависимость от малого. На долю комплектующих изделий в общей стоимости легковых автомобилей, выпускаемых германскими корпорациями «Фольксваген» и «Даймлер-Бенц» приходится 60%. Аналогичный показатель у американских корпораций «Форд» и «Дженерал моторс» равен 50%, а у ведущих автомобильных компаний Японии «Тойота» и «Ниссан» превышает 70%.

В Германии на долю субподрядчиков приходится 45% общего объёма производства в транспортном машиностроении, 70-80% - в сталелитейной промышленности, а в целом в обрабатывающей промышленности – более 25%. [2].

Термином «франчайзинг» (от франц. «franchise» – льгота, привилегия) принято обозначать систему договорных отношений крупных и мелких фирм в области сбыта продукции.

Преимущества подобной хозяйственной кооперации значительно укрепляют жизнеспособность малых фирм. По данным АМБ, в США к концу пятого года существования разорялись лишь 14% франчайзинговых предприятий, тогда как для независимых малых фирм этот показатель составил более 65%. [3]. Эта форма хозяйственной кооперации даёт возможность использовать отработанные и оправдавшие себя технологии, уже известную и популярную марку, обучиться и получать по ходу дела необходимые консультации. Все эти возможности могут предоставить те, кто уже имеет опыт, знания, обладает технологическими секретами, кто создал себе определённый имидж в мире бизнеса и у потребителей. Всё это – капитал зрелых предпринимателей, капитал нематериальный, но весьма ценный и эффективный, если его правильно использовать.

Опытный предприниматель может выступить, используя эту систему, в роли «франчайзера», т.е. продавца своего опыта. Разумеется, он должен получать от этой продажи доход, но не менее важно, что через франчайзинг он получает возможность без значительных затрат многократно расширить масштабы своего бизнеса, укрепить свои позиции на рынке.

Успех мощной транснациональной корпорации «МакДональдс», обслуживающей на своих 12 тысячах предприятиях в разных странах мира сотни миллионов клиентов, кроется в привлечении тысяч партнеров на основе франчайзинга. Бизнес в

рамках этой системы при грамотном ведении дела крайне выгоден. Подсчитано, что эта корпорация вывела в миллионеры большее количество американцев, чем любая другая коммерческая организация страны.

Особенности и преимущества франчайзинга по сравнению с бизнесом, связанным с созданием собственных новых производственных, торговых, сервисных и других предприятий следующие.

Во-первых, капитал предпринимателя (франчайзи) используется в обмен на знания и опыт франчайзера;

Во-вторых, возможность оперативного использования специфики и особенностей местного рынка для широкого проникновения на него франчайзи;

В-третьих, активизация деятельности предпринимателей, сознательно идущих вместе с франчайзером на риск вместо того, чтобы длительное время заниматься поисками каких-либо новых путей и направлений бизнеса;

В-четвертых, возможность более быстрого расширения своей предпринимательской деятельности.

Можно привести немало примеров успешной деятельности малых фирм в системе франчайзинга. Так, фирма «Зингер» франчайзирует право на продажу своих изделий по территории США. Компания «General motors» в 1898 г., не имея денег на открытие магазина, начала продажу паровых двигателей через дилеров. Эта система по сей день остается основным способом продажи автомобилей. Наивысший подъём в развитии франчайзинга пришелся на конец 80-х годов. В 1984 г. почти треть объёма продажи во всех магазинах США (около 500 млрд. долларов) – была реализована через франчайзинговые фирмы.

Франчайзинг создает 13% национального богатства в валовом национальном продукте США – это в три раза больше, чем торговля автомобилями. Как работодатель франчайзинг представляет свыше 7 млн. рабочих мест, причем очень много из них для неквалифицированных, которые не имели другой возможности найти работу.

В настоящее время 350 американских фирм и их франчайзи владеют 32000 предприятий.

В России Владимир Довгань и Тольяттинская научно-производственная фирма «Дока» стали пионерами франчайзинга при реализации широкомасштабных программ «Дока-пицца» и «Дока-хлеб».

В Украине и в Крыму франчайзинговый бизнес только начинает развиваться. Появилась сеть специализированных магазинов по продаже (и по смежному сервисному обслуживанию) компьютеров, телевизоров, видео- и множительной техники известных фирм; предприятий по обработке и реализации фотоматериалов «Кодак», сервисному обслуживанию автомобилей иностранных марок; ряд стоматологических кабинетов «Cabot». К типичным предприятиям, работающим на основе франчайзинга, относятся предприятия по изготовлению и реализации безалкогольных напитков «Кока-кола» и «Пепси-кола», косметический центр «Пани Анеле», использующий технологии, оборудование и препараты знаменитой испанской школы «Lady Annl», киевская фирма «Денди-Эским» предлагает на условиях франчайзинга рентабельные проекты «Бар-мороженое» и «Бар-пиццерия». К масштабным проектам франчайзингово бизнеса в Украине относится создание сети ресторанов «Мак

Дональдс» и развитие производства и сбыта Кока-колы компаний «Coca-cola Amatil Ukraine Ltd.» На Украине планируется создать около 100 ресторанов, что позволит создать 3,5 тыс. рабочих мест. Объём инвестиций составит около 100 млн. долларов. Для организации и эффективного функционирования проекта будут построены современные заводы по переработке мяса и картофеля. Компания «Coca-cola Amatil Ukraine Ltd.» уже вложила в экономику Украины более 100 млн. долларов и в ближайшие годы намерена вложить ещё 250 млн. долларов. В настоящее время в Украине работает один завод по производству кока-колы во Львове. Закончено строительство завода по производству этого напитка в Броварах. Сейчас в данной компании работают 2050 чел., в ближайшие годы количество работающих планируется довести до 4 тыс. человек [4].

Идея франчайзинга замешана на противоречивом единстве зависимости и в то же время независимости партнеров друг от друга. Зависимость обусловлена единством системы конкретного франчайзора, что всесторонне отражается в контракте между ним и партнерами – франчайзи. Независимость же обусловлена тем, что франчайзи является «суверенным» предпринимателем, как правило, юридическим лицом, ни в коей мере административно не подчиняющимся франчайзору.

Франчайзинг может быть определён как способ доставки продукции или услуг потребителю, как способ развития бизнеса и завоевания рынка на основе кооперации материальных и финансовых средств и усилий различных предприятий. Франчайзинг может рассматриваться также и как соглашение, при котором производитель или единоличный распространитель продукта или услуги, защищенных торговой маркой, даёт эксклюзивные права на распространение на данной территории своей продукции или услуг независимым предпринимателям (розничным торговцам) в обмен на получение от них платежей (роялти) при условии соблюдения технологий производственных и обслуживающих операций.

Классическая модель франчайзинга (рис.1) изменилась в последние годы в направлении обеспечения франчайзера дополнительными возможностями быстрого развития с наименьшими затратами.

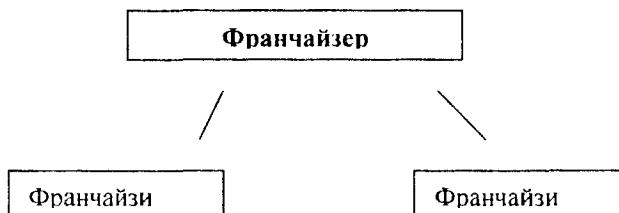


Рис.1. Классический франчайзинг.

Выбирая региональный франчайзинг, франчайзер решает охватить своей деятельностью какой-то географический район (область, район, страну). Осознавая, что он, возможно, не обладает такими средствами или коллективом, чтобы развиваться

так быстро, как хотелось бы, он опирается на поддержку главного франчайзи. (рис.2.)

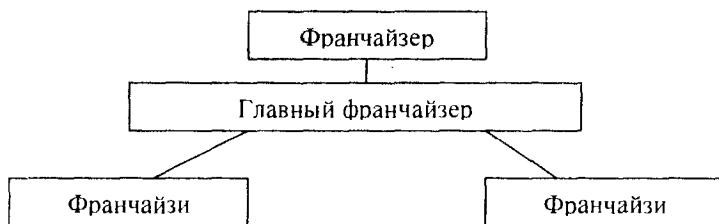


Рис.2 Региональный франчайзинг.

В свою очередь, главный франчайзи имеет право не только подбирать новых франчайзи в своём районе, но и обеспечивать их первоначальное обучение, прочие услуги, что обычно делает сам франчайзер. Главный франчайзи одинаково включен в разделение платежей и зачастую взносов в рекламный фонд. Он пользуется всеми благами, которые обычно даёт франчайзинг, для этого он тоже платит лицензионные взносы, а также взносы на рекламу непосредственно франчайзеру. Контракт между франчайзером и главным франчайзи устанавливает, что ожидается от каждой стороны и какой определённый период франчайзи будет выполнять эту специфическую роль. В ответ на первоначальную уплату франчайзеру взносов за деятельность на исключительной территории рынка главный франчайзи в будущем получает от франчайзера роялти, величина которых зависит от доли в общем объёме реализации тех новых франчайзи, которых он вовлек в эту франчайзинговую систему. В отличие от других методов этот метод выгоден для всех сторон, т.к. главный франчайзи – выборное лицо, и он должен получать поддержку на протяжении всего времени сотрудничества, а это выгодно франчайзеру.

В субфранчайзинге субфранчайзер также осваивает какую-то определённую территорию и обеспечивает первоначальное обучение, выбор помещения и т.д. Разница только в том, что франчайзи работает напрямую с субфранчайзером на долгосрочной основе и имеет очень ограниченный контакт с франчайзером. Он платит роялти и рекламные взносы субфранчайзеру, который, в свою очередь, часть этих денег платит франчайзеру (рис.3.).

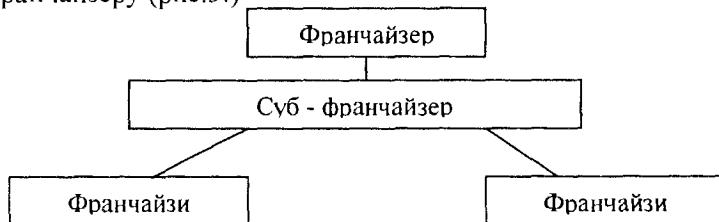


Рис.3. Схема суб-франчайзинга.

Суб-франчайзер, таким образом, становится франчайзером на своей территории и франчайзи зависит от его долгосрочной поддержки. То, что суб-франчайзер может иметь ограниченные средства, управленические и маркетинговые способности, отра-

зится на франчайзи. Следовательно, потенциальный франчайзи должен очень тщательно выбирать суб-франчайзинговые отношения, т.к. он зависит от деловой и жизненной хватки как франчайзера, так и суб-франчайзера.

Основные преимущества, которые получает предприниматель, покупая франшизу:

- 1) Возможность стать или оставаться самостоятельным владельцем бизнеса.
- 2) Право вести свой бизнес под торговой маркой, имеющей хорошую репутацию на рынке.
- 3) Использование апробированной концепции бизнеса.
- 4) Управленческие консультации от экспертов в соответствующей области.
- 5) Уменьшение затрат на рекламу за счет совместной рекламы.
- 6) Услуги головной фирмы в организации начального и последующего обучения.
- 7) Относительно низкую стоимость приобретения многих видов лицензионного бизнеса.

Развитие франчайзинга в Украине и в Крыму позволит решить многие проблемы МП. Прежде всего, оно привлечёт в бизнес людей, не рискующих открыть собственное предприятие без поддержки и обучения. Франчайзинг поможет реализовать свои способности оставшимся без работы специалистам ВПК, научно-технической интеллигенции, уволенным в запас военным, а также начинающим бизнесменам, которые предпочитают работать под руководством. Франчайзинг позволит освоить малому бизнесу новые технологии, расширить сферы его деятельности, послужит повышению качественного уровня подготовки кадров для отечественного малого предпринимательства.

Весьма перспективным в Крыму является создание франчайзинговых систем в строительстве, сфере трудоустройства, розничной торговли (особенно в сельских районах, которые остро нуждаются в передвижных торговых и сервисных точках), автомобильном и гостиничном сервисе.

Ввиду сказанного, перспективы развития франчайзинга в Украине связаны, прежде всего, с подготовкой и принятием закона Украины о франчайзинге, в котором были бы предусмотрены все юридические аспекты развития украинского франчайзинга.

Региональные органы также могут внести свой вклад в развитие франчайзинга на своих территориях, приняв участие в подготовке нормативных актов, методических материалов и предложений о введении налоговых льгот, создании специализированных банков данных. Местные власти могут:

- А) Организовать юридическую, консалтинговую, информационную помощь франчайзерам и франчайзи в поиске и подборе деловых партнёров, консультации сторон, содействии в обучении и контроле и др.;
- Б) пропагандировать франчайзинг путём созыва конференций, семинаров;
- В) создать специализированные фирмы-посредники, занимающиеся подбором партнеров и другими аспектами развития франчайзинга на коммерческой основе;
- Г) создать региональные отделения Украинской ассоциации развития франчайзинга, а также центров поддержки;
- Д) предоставлять на льготных условиях здания и помещения предпринимателям-участникам системы франчайзинга.

Эффективной формой интеграции крупных и малых фирм является *венчурное финансирование*.

Английское слово «венчур» (venture) означает риск и, следовательно, венчурный капитал – это «рисковый капитал». Часто учредители малого предприятия, имея интересную идею, не располагают средствами для её реализации. В этом случае учредители должны найти юридическое или физическое лицо, обладающее необходимыми средствами, которые можно вложить в этот проект. В такой ситуации очень важно заинтересовать венчурного капиталиста, убедить его, что имеет дело с надёжным партнёром, и что отдача от его инвестиций будет достаточно высокой.

Использование венчурного капитала получило широкое распространение в США. К середине 80-х здесь действовало более 650 венчурных фирм. В 1987 г. общий объём инвестиций из всех источников венчурного капитала составил примерно 4,5 млрд. долларов. Опыт этой страны показывает, что 30% годовых и более от вложенного венчурного капитала – нередкое явление. Держатели обыкновенных акций, ничем особо не рискуя, получают годовой доход от вложенных средств в размере 10-15%. Естественно, чем больше рискует владелец капитала, тем больший процент доходов от своих средств он должен рассчитывать [5].

В широком смысле под венчурным финансированием понимают все вложения в рискованные с точки зрения финансовых результатов проекты, прежде всего в области высоких технологий, в узком – долгосрочные и среднесрочные инвестиции в виде кредитов или приобретения акций, осуществляемые венчурным фондом в целях создания малых, стремительно растущих компаний.

Подобными операциями занимаются как специализированные независимые компании, так и дочерние фирмы крупных корпораций, мелкие инвестиционные предприятия и даже партнерства с ограниченной ответственностью. Перспективы венчурного финансирования связывают с реализацией потенциала промышленно-финансовых групп, взаимодействие которых с малыми инновационными предприятиями способствовало бы разрешению конфликта между невостребованностью науки и необходимостью кардинального обновления технической базы всех отраслей народного хозяйства [2]. Венчурные фирмы проектируют и создают новые виды продукции и технологии, разрабатывают предложения по совершенствованию организации производства, труда, финансов, сбыта продукции.

Венчурное предприятие является эффективной формой применения венчурного (рискового) капитала для организации работы небольшого творческого коллектива. Работа таких коллективов характеризуется гибкостью, мобильностью и адаптивностью к меняющимся условиям рыночного бытия.

Появление венчурных структур стало реакцией рыночной экономики на необходимость ускорения темпов научно-технического прогресса, формирования конкурентной среды в научно-технической сфере, эффективного применения накопленного интеллектуального потенциала. Ускорение темпов НТП достигается полной отдачей работников предприятия, осознанным выбором темы исследования, апробацией полученных результатов, использованием зарубежного опыта решения научно-технических проблем, сокращением длительности цикла «разработка-потребитель».

Формирование конкурентной среды в научно-технической сфере обусловлено переходом на рыночные отношения, когда предприниматель самостоятельно выбирает направление своего бизнеса. Под влиянием конкуренции сокращаются затраты и сроки выполнения работ. Одновременно повышается заинтересованность в достижении лучших количественных и качественных результатов, усиливается действие мотивационных стимулов к высокопроизводительному труду.

Малые венчурные фирмы содействуют эффективному применению накопленного интеллектуального потенциала, который по разным причинам не полностью используется на государственных предприятиях. В рамках венчурного предприятия объединяется высококвалифицированный коллектив, каждый работник которого совмещает несколько функций. Не меньшее значение имеет и то обстоятельство, что специалисты венчурной фирмы являются владельцами акций своей организации и вместе с инвесторами разделяют возможные потери от риска.

Инвесторами венчурных предприятий являются коммерческие фирмы, финансово-банковские структуры, частные вкладчики, государственные организации. Коммерческие, финансово-банковские структуры и частные вкладчики финансируют венчурный бизнес, поскольку это является выгодным вложением капитала. Высокая эффективность венчурных фирм базируется на достижениях научно-технического прогресса, который не подвластен рыночной стихии. Что же касается возможных потерь от риска, то при грамотном выборе венчурной фирмы они не превышают допустимых размеров.

Государство заинтересовано в развитии венчурного бизнеса, ускоряющего темпы научно-технического прогресса, создающего предпосылки для роста объёма экспорта товаров, способствующего развитию отечественного научного потенциала. Государственная поддержка малых венчурных структур выражается в финансировании их деятельности за счет средств специальных фондов, в предоставлении кредитных, налоговых и других льгот.

Высокая результативность венчурных фирм является следствием эффективной работы коллектива. В рамках венчурного предприятия происходит разделение и специализация работников по группам: технико-экономической, организации труда, планово-учетной.

Технико-экономическая группа специалистов является ведущей в структуре фирмы. Эти работники создают технический проект будущей продукции и участвуют в его производственном изготовлении. Качество работы группы предопределяет финансовый результат работы фирмы. Для достижения высоких результатов по затратам, результатам и срокам выполнения проектов технико-экономическая группа широко применяет в своей работе современные средства оргтехники.

В группе организации труда приоритетными вопросами являются: подбор состава исполнителей, разработка мотивационных стимулов к высокопроизводительному труду.

В группе планово-учётных работ приоритетными являются вопросы нормирования, планирования, учёта затрат и результатов.

Финансовая устойчивость фирмы существенно возрастает, если до выхода на рынок она апробирует работу своего коллектива на предприятии в рамках внутри-

производственного венчура. Такое подразделение должно функционировать на основе внутрипроизводственной автономии в решении кадровых вопросов, распределения обязанностей, формирования производственной программы в рамках намеченных задач и в пределах установленной самостоятельности. Работа в условиях «бизнес-инкубатора» позволяет коллективу объективно оценить свои возможности и целесообразность выделения в самостоятельную структуру.

Особой формой взаимодействия крупного и мелкого производства является *лизинг*. В результате структурных сдвигов и резкого сокращения спроса многие крупные предприятия не используют значительную часть производственных фондов. С другой стороны, подавляющая масса мелких производителей не располагает надлежащей материальной базой и не имеет средств для закупки техники. Оптимальным способом разрешения этого противоречия является лизинг. Рост интереса к лизингу и количество заключенных лизинговых соглашений в Украине объясняются рядом его преимуществ по сравнению с простым владением имущества. В частности, предприниматель получает возможность использования дорогостоящей новейшей техники без больших начальных капитальных вложений. Отделение права собственности от права пользования средствами производства позволяет предпринимателю осуществлять расширение и модернизацию производства, не затрачивая денежных средств на приобретение в собственность техники, а ограничиваясь только оплатой на выгодных условиях её аренды.

Арендаторам нет необходимости предварительно накапливать значительные собственные средства и прибегать к получению банковских кредитов. Для лизинга привлекается не заёмный капитал, а оборудования, которое не является собственностю предприятия, не облагается налогом на основные средства. Лизинг особенно привлекателен для малых и средних фирм, т.к. дает им возможность не только оперативно провести реконструкцию производства, но и направить сэкономленные финансовые средства на другие цели.

Лизинг облегчает доступ предпринимателей к высоким технологиям, позволяет оперативно заменить устаревшее оборудование на прогрессивное. Лизингом вправе заниматься любые юридические или физические лица, которые имеют средства для инвестирования. Обычно такие операции осуществляют специализированные компании (финансовые институты) – лизинговые фирмы или крупные банки. Нередко лизинговые фирмы являются дочерними обществами крупных коммерческих банков, что облегчает им доступ к кредиту и обеспечивает эффективную деятельность. Для коммерческих банков лизинг привлекателен тем, что даёт им возможность получать дополнительный доход. Это выгодная возможность вложения свободных средств под арендный процент. Договор лизинга регулирует Закон Украины «О лизинге» от 16.12.97г.

Таким образом, использование приведённых выше форм хозяйственной интеграции крупных и малых предприятий позволит усилить стабильность, предсказуемость внешней среды малых предприятий. Взаимовыгодное движение информационных, технологических, сырьевых, финансовых и прочих ресурсов даёт основание рассматривать совокупность вышеназванных процессов как интеграционную поддержку малого предпринимательства.

Список литературы

1. Куликов В., Латышева Г., Николаев А. Образование финансово-промышленных групп (необходимость, цели и механизмы)//Российский экономический журнал.- 1994-№1-С.16
2. Муравьев А.И., Игнатьев А.М., Крутик А.Б. Малый бизнес: экономика, организация, финансы. - СПб.: Ун-т экономики и финансов, 1990. – 608 с.
3. Шулус А.А. Формирование системы поддержки малого предпринимательства в России//Российский экономический журнал.-1997.-№11.-С.104-109
4. Богдан Г., Горняк О. Проблеми створення малих підприємств (на прикладі Україні та Франції)- Одеса: Астропрінт, 1998-112с.
5. Баженов Ю.К., Баженов А.Ю. Малое предпринимательство: практическое руководство по организации и ведению малого бизнеса.-М.: ИВЦ "Маркетинг", 1999- 104с.

Поступило в редакцию 12.09.2001