

Тема 1. Малые, средние и крупные предприятия в структуре экономики

Формирование и развитие рыночных отношений предполагает свободное и равноправное сосуществование и развитие различных форм собственности и различных секторов внутри каждой формы собственности. Рассматривая частный сектор экономики можно говорить о трех группах предприятий, которые по общепринятой терминологии определяются как крупные, средние и малые предприятия в зависимости от их размеров, а также о группе индивидуальных предпринимателей. Каждая из этих четырех групп имеет свои внутренние интересы, определяющие стратегию их экономического поведения, отношение к государству и проводимой им политики, к социально-экономическим, политическим и национальным проблемам.

Крупный бизнес в основном определяет экономическую и техническую мощь страны. В целях самосохранения и развития он тяготеет к интеграции, поглощая или концентрируя более мелких партнеров с одной стороны, а с другой, объединяясь в международные структуры, теряя частично свою независимость и подпадая под влияние более сильных партнеров. При этом, руководствуясь ситуацией на международном рынке и выполняя волю более сильных партнеров, крупный капитал становится орудием экспансии международных предпринимательских структур на внутреннем рынке страны. Средний бизнес в большей степени зависит в своей деятельности от внутренней экономической конъюнктуры и вынужден вести конкурентную борьбу внутри своей группы, а также с крупным отечественным и иностранным капиталом. Это и определяет заинтересованность среднего бизнеса в защите на внутреннем рынке путем проведения протекционистской государственной экономической политики и формирования определенных правил рыночных отношений, что предопределяет более тесную связь среднего бизнеса с национальными интересами.

Малый бизнес, в том числе индивидуальное предпринимательство, представляет собой многочисленный слой мелких собственников, которые в силу своей массовости в значительной мере определяют социально-экономический и отчасти политический уровень развития страны. По своему уровню жизни и социальному положению они принадлежат к большинству населения, одновременно являясь как непосредственным производителем, так и потребителем товаров и услуг. Сектор малого бизнеса представляет самую разветвленную сеть предприятий и индивидуальных предпринимателей, действующих в основном на местных рынках и непосредственно связанных с массовым потребителем товаров и услуг. В совокупности с небольшими размерами малых предприятий, их технологической, производственной и управленческой гибкостью это позволяет чутко и своевременно реагировать на изменяющуюся конъюнктуру рынка. Сектор малого бизнеса является неотъемлемым, объективно необходимым элементом любой развитой хозяйственной системы, без которой экономика и общество в целом не могут нормально существовать и развиваться. Хотя «лицо» любого развитого государства составляют крупные корпорации, а наличие мощной экономической силы - крупного капитала в значительной мере определяет уровень научно-технического и производственного потенциала, подлинной основой жизни страны с рыночной системой хозяйствования является малый бизнес как наиболее массовая, динамичная и гибкая форма деловой жизни. Именно в секторе малого бизнеса создается и циркулирует основная масса национальных ресурсов, которые являются питательной средой для среднего и крупного бизнеса.

Высокая приспособляемость и массовый охват практически всех сфер внутреннего рынка страны обеспечивают устойчивость развития экономики и способствуют стабильности государства. Владельцы малых предприятий, с одной стороны, являются мелкими собственниками и объединены корпоративными интересами в отношении собственности с крупным и средним капиталом. С другой стороны, представителей малых предприятий и

индивидуальных предпринимателей отличает то, что их условия жизни и деятельности, а также положение активного производителя и одновременно потребителя на внутреннем рынке понуждают их в повседневной жизни к упрочнению связей со своими постоянными и потенциальными клиентами из различных социальных групп. Все изложенное и определяет общественное поведение представителей малого бизнеса, основанное на прямой зависимости от местных и национальных интересов.

В нашей стране в течение продолжительного времени пропагандировались преимущества крупного производства. При определенных положительных сторонах такая абсолютизация приводила к отсутствию условий для формирования конкурентных отношений. В то же время возможности малых предприятий очень велики, особенно в современных условиях. Многолетний опыт развитых стран показал, что без широкой сети небольших предприятий невозможно функционирование товарного рынка. Наличие достаточно большого числа малых предприятий позволяет интенсивно перестраивать структуру хозяйственного комплекса.

Одна из причин успешного развития малого и среднего бизнеса в странах с развитой экономикой состоит в том, что крупное производство не противопоставляется мелкому. В США, Японии, Германии и других развитых странах малые и средние предприятия образуют устойчивую, как бы двойную структуру: «малое плюс большое». В этих странах культивируется принцип кооперирования крупных и малых предприятий, причем крупные объединения не подавляют малый бизнес, а взаимодополняют друг друга, особенно в сфере специализации отдельных производств и инновационных разработках. Известно, что японские супергиганты опираются на тысячи семейных предприятий и микрофирм с высоким уровнем подетальной (пооперационной) специализации и ответственности, с высочайшим уровнем компьютерного обеспечения. Отношения последних с государством и крупным бизнесом регламентируются отработанными десятилетиями правовой базой. Малый бизнес доминирует в производстве, строительстве, услугах, а ныне - и в

высоких технологиях. Исключение в какой-то мере, особенно в США, составляют аэрокосмическая и электронная отрасли, в определенной степени - автомобильная промышленность.

Фирмы, отличающиеся по размеру, играют различную роль в обеспечении устойчивости и конкурентоспособности рыночной экономики, имеют различные риски и преимущества (см. табл. 1).

Таблица 1

Сильные и слабые стороны крупного и малого бизнеса

	Сильные стороны	Слабые стороны
Крупный бизнес	<ul style="list-style-type: none"> - способность активно изменять внешнюю среду предпринимательства - возможности создавать и накапливать достижения НТП, процедуры и правила рационального бизнеса - экономия на издержках производства - устойчивость 	<ul style="list-style-type: none"> - снижение стимулов к росту эффективности производства - возможность для ограничения доступа других фирм к достижениям НТП и рационального бизнеса - падение эффективности управления с ростом объема фирмы - негибкость, возможность потери контакта с потребителем
Малый бизнес	<ul style="list-style-type: none"> - гибкость - более высокая рентабельность по сравнению с крупным бизнесом - использование незанятых ресурсов с неформальных рынков - зависимость от поддержки крупных фирм и государства 	<ul style="list-style-type: none"> - высокорискованный характер - интуитивный характер и неспециализированное управление - ограниченный доступ к высококачественным ресурсам - недостаток финансовых ресурсов, сложный доступ к информации и научным достижениям

Крупный бизнес не поддается простому определению. Обычно понятие «крупный бизнес» применяется к таким гигантам как, например, General Motors. В число крупнейших компаний мира входят такие фирмы как General Electric (США), Royal Dutch (Великобритания - Дания), Coca-Cola (США), Nippon Telegraph & Telephone (Япония), Exxon (США), Газпром (Россия) и другие. Именно благодаря большим предприятиям идет развитие бизнеса, в

основе которого лежат механизмы снижения издержек производства. Крупные фирмы являются носителями научно-технического прогресса (НТП), они накапливают, а затем внедряют методы рационального предпринимательства.

Большинство современных крупных фирм - это международные компании, работающие на глобальных рынках, что позволяет им использовать преимущества относительно дешевых ресурсов мировой экономики, размещая разные стадии производства в различных странах. С наибольшей наглядностью эти свойства крупного бизнеса проявились в деятельности современных транснациональных корпораций (ТНК). Последние благодаря огромной концентрации ресурсов и централизации финансовых и материальных потоков внутри корпорации способны сами создавать для себя эффективную рыночную и социальную инфраструктуру. Приходя в менее развитые страны, ТНК сами создают коммуникации, формируют модель поведения работников и потребителей, активно воздействуют на внутреннее и международное законодательство.

Наряду с конкурентными преимуществами крупный бизнес имеет и слабые стороны. Рост фирмы часто сопровождается снижением эффективности ее управления. Очень часто крупные фирмы имеют возможность регулировать спрос и цены на свою продукцию, что снижает стимулы к росту эффективности, и делает крупный бизнес негибким. Эти особенности крупных фирм создают возможности для устойчивого развития бизнеса в средних и мелких размерах.

Понятие «крупный бизнес» - это понятие в основном экономическое. Законодательство, как зарубежных стран, так и российское специально не выделяет данное понятие. Понятие «малый бизнес» же определяется как экономически, так и юридически. Как показывает опыт стран с высокоразвитой экономикой, он является важнейшей составляющей рыночного хозяйства. В самом общем виде под малым бизнесом понимается хозяйственная деятельность, осуществляемая субъектами рыночной

экономики при определенных, установленных законом, государственными органами и другими полномочными организациями условиях, определяющих сущность данного понятия. Сильные и слабые стороны малого бизнеса будут рассмотрены в следующих параграфах.

Помимо крупного и малого бизнеса в современной рыночной экономике сохраняется значительная прослойка среднего бизнеса. Также как и крупный бизнес, средний бизнес не имеет особого правового статуса. Он занимает промежуточное положение между малым и крупным бизнесом, находящимися на разных полюсах экономики и играет чрезвычайно важную роль. Он выполняет роль посредника и связующего звена между крупным и малым бизнесом, между малым бизнесом и государством. Небольшой размер фирм, неустойчивость и высокая рискованность малого бизнеса не позволяют устанавливать ему устойчивые связи с крупным бизнесом напрямую. Средний бизнес берет на себя эту роль, создавая сложную сеть разнообразных по форме, правовому и организационному оформлению связей, как с крупным, так и с малым бизнесом. Эти связи получили название сетевой экономики.

Таким образом, для современной рыночной экономики характерна сложная комбинация различных по масштабам производств - крупных, с тенденцией к монополизации экономики, средних и малых предприятий, которые возникают в отраслях, где не требуются значительные капиталы, объемы оборудования и кооперация множества работников. Размеры предприятий зависят от специфики отраслей, их технологических особенностей, от действия эффекта масштаба производства. Есть отрасли, связанные с высокой капиталоемкостью и значительными объемами производства, большой долей основных средств и издержек предпринимателя. В этих отраслях сосредоточен в основном крупный бизнес. К ним относится автомобильная, фармацевтическая, химическая, металлургическая промышленность, большинство предприятий добывающих отраслей. Наиболее высокими темпами растут отрасли, определяющие

научно-технический прогресс (НТП), так как в них быстрее, чем в других аккумулируются финансовые, производственные и людские ресурсы. В отраслях с небольшими капитальными затратами, где в издержках предпринимателей велика доля расходов на персонал предпочтительнее малые размеры предприятий.

Место малого бизнеса предопределено объективными экономическими закономерностями, поскольку оно примерно одинаково вне зависимости от особенностей политического уклада, истории развития страны, отраслевой структуры экономики и других факторов.