

Министерство образования и науки  
ГОУ ВПО «Нижегородский государственный университет им. Н.И.  
Лобачевского»

На правах рукописи

**БИРМАН Дмитрий Петрович**

**ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ И  
РАЗВИТИЯ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРОМЫШЛЕННЫХ  
ПРЕДПРИЯТИЙ**

Специальность 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством  
(экономика, организация и управление предприятиями, отраслями,  
комплексами – промышленность; инновации и инвестиции)

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук

Научные руководители:  
доктор экономических наук  
профессор Ф.Е. Удалов,  
кандидат экономических наук  
доцент О.Ф. Алехина

Нижний Новгород  
2005

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b>	3
<b>ГЛАВА I. Теоретические основы и анализ процессов становления и развития малых и средних промышленных предприятий</b>	10
1.1. Развитие малых и средних промышленных предприятий в условиях формирования рыночных отношений	10
1.2. Анализ зарубежного опыта развития малых и средних промышленных предприятий	22
1.3. Критерии оценочных показателей определения размеров предприятий	35
<b>ГЛАВА II. Исследование деятельности и проблем развития малых и средних промышленных предприятий</b>	48
2.1. Методы оценки эффективности функционирования малых и средних промышленных предприятий	48
2.2. Значение малых и средних предприятий в региональных процессах воспроизводства	64
2.3. Кадрово-консультационные проблемы развития малых и средних промышленных предприятий	79
2.4. Роль финансового фактора в развитии малых и средних промышленных предприятий	93
2.5. Анализ организационно-информационных проблем управления малых и средних промышленных предприятий	98
<b>ГЛАВА III. Направления роста эффективности функционирования малых и средних промышленных предприятий</b>	114
3.1. Взаимодействие малых и средних промышленных предприятий с крупными промышленными комплексами	114
3.2. Роль маркетинга в становлении и развитии малых и средних промышленных предприятий	121
3.3. Активизация инновационной деятельности и управления инновационными процессами на малых и средних промышленных предприятиях	137
3.4. Оценка эффективности инновационной деятельности предприятия	147
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b>	160
<b>БИБЛИОГРАФИЯ</b>	163

## ВВЕДЕНИЕ

В промышленной и во всех других сферах деятельности за рубежом функционируют миллионы малых предприятий. Не определяя экономическую мощь государства, они тем не менее играют весьма важную роль в экономическом развитии и без них хозяйственная деятельность в настоящее время эффективно происходить не может. Если рассматривать материальное производство, то эти предприятия функционируют в тех сферах, где крупные промышленные комплексы либо не считают необходимым организовывать свою деятельность, либо в силу тех или иных причин им выгоднее сотрудничать с малыми предприятиями, оставляя их юридически самостоятельными или на правах своих филиалов. Особенностью экономики нашей страны являлся акцент на крупные и крупнейшие производственные комплексы и это в принципиальном аспекте нельзя считать негативом, поскольку в любом промышленно развитом зарубежном государстве экономический фундамент составляют крупнейшие корпорации в последнее время все более приобретающие транснациональный характер.

Что касается среды малого предпринимательства, то оно в СССР практически отсутствовало, и лишь во второй половине 80-х годов началось развитие этой сферы деятельности с кооперативного движения. К настоящему времени малые и средние предприятия (МСП) функционируют практически во всех отраслях народного хозяйства, в связи с чем возникает необходимость исследования многих проблем, с которыми они столкнулись в процессе своего становления и развития.

Ввиду малого периода функционирования малых предприятий в России многие теоретические, методологические и практические

вопросы не изучены, а следовательно нет и рекомендаций и направлений их эффективного решения, тогда как актуальность этого процесса не вызывает сомнений для обеспечения дальнейшего развития малых и средних промышленных предприятий в первую очередь в сфере материального производства. В рамках предполагаемого исследования нас интересуют малые и средние предприятия материальной сферы производства потому, что именно они должны сыграть существенную роль в возрождении российской экономики как в рамках самостоятельного функционирования, так и в рамках сотрудничества с крупными промышленными комплексами.

Из мировой практики известно, что малые предприятия терпят банкротство, как правило, по трем причинам. Первая из них – неквалифицированное управление, вторая – неверный выбор сферы деятельности, третья – акцент на оперативные результаты функционирования, а не на перспективную инновационную деятельность. В странах с высоким уровнем действия рыночных рычагов на процессы функционирования и развития малых предприятий, для решения этих проблем имеется соответствующая теоретическая, концептуальная и прецедентная базы, что позволяет с достаточно высоким уровнем обоснованности принимать соответствующие решения. В России, в силу краткосрочности функционирования малых и средних предприятий, решения, определяющие успех или неудачу их деятельности носят нередко интуитивный характер. Из вышеизложенного вытекает актуальность диссертационного исследования как для текущего, так и особенно для перспективного функционирования малых и средних промышленных предприятий.

**Степень разработанности и изученности проблемы.** В силу вышеизложенных объективных условий, в нашей стране

отсутствовала необходимость в исследованиях проблем становления и развития МСП и в разработке теоретических и практических рекомендаций по их решению. Поэтому приоритетные разработки данного направления принадлежат зарубежным ученым и специалистам. Среди этих работ следует отметить труды С.Брю, Д.Берджеса, Х.Демсетса, К.Макконнелла, Д.Лембдена, П.Дракера, Д.Стори, Д.Уана, М.Фаррела, Й.Шумпетера, Д.Штайнхофара и некоторых других ученых и специалистов.

В конце 80-х и в 90-х годах в нашей стране появились публикации российских исследователей по проблемам МСП. Здесь следует отметить работы С.Авдашевой, В.Андреева, Л.Абалкина, Т.Афанасьева, А.Блинова, А.Виленского, В. Газмана, В.Грибова, А.Иоффе, В.Качанова, Г.Лазарева, И.Мартынюка, И.Разумновой, Н.Розанова, Э.Уткина, Ф.Шахмалова, А.Шулуса и других.

Работы зарубежных авторов посвящены проблемам малых и средних предприятий, давно прошедших стадию своего становления. С этими проблемами МСП в России придется сталкиваться в перспективном аспекте, хотя безусловно ряд этих проблем присущ российскому предпринимательству и в настоящее время. Одними из таких проблем, которые существуют для МСП на любой стадии их развития и которым недостаточно уделено внимания исследователями, являются проблемы становления и повышения эффективности функционирования МСП и проблемы интенсификации их инновационной деятельности, которая должна являться одним из определяющих направлений их дальнейшего развития.

В работах отечественных авторов рассматривается широкий круг проблем, связанных с различными сферами деятельности вновь организованных и функционирующих МСП. В ряде их даются

методические рекомендации по решению этих проблем в увязке с современной экономической и правовой ситуацией в России.

На основании вышеизложенного, **целью диссертации** является исследование процессов и проблем становления и развития малых и средних промышленных предприятий и поиск направлений их решения с акцентом на интенсификацию инновационной деятельности МСП.

В процессе реализации цели предполагается решить следующие задачи:

- на базе анализа зарубежного опыта дать сущностно-мировозренческую характеристику малого промышленного предпринимательства;
- рассмотреть критерии оценки величины МСП и показатели эффективности их функционирования;
- провести анализ развития МСП в условиях формирования рыночной среды;
- оценить роль МСП в региональных воспроизводственных процессах;
- исследовать кадрово-консультационные и организационно-информационные проблемы развития МСП;
- дать анализ финансового фактора в развитии МСП;
- установить роль маркетинговых исследований в деятельности МСП;
- определить формы взаимодействия МСП с крупными промышленными комплексами;
- установить наиболее благоприятные отраслевые сферы деятельности МСП;
- исследовать проблемы активизации инновационной деятельности МСП и дать оценку эффективности этой деятельности.

**Объектом исследования** являются малые и средние промышленные предприятия Нижегородского региона.

**Предметом исследования** являются процессы становления и развития и инновационная деятельность малых и средних промышленных предприятий.

**Теоретической и методологической базой исследования** являются труды отечественных и зарубежных ученых и специалистов, рассматривающих проблемы функционирования малых предприятий, нормативные и директивные документы федеральных и региональных органов власти, данные статистических органов и данные статистической отчетности исследуемых предприятий и материалы, полученные в процессе проведенных исследований.

**Научная новизна диссертации** состоит в следующем:

– установлена недопустимость организации малых предприятий на базе дезинтеграции крупных промышленных комплексов, если при этом нарушается их технико-технологическое единство и единство макроуровневого управления;

– обосновано, что в организации МСП могут быть два основополагающих направления: первое – как производство продукции, рассчитанное на конечное потребление с прямым выходом на рынки сбыта; второе – как производство промежуточной продукции, предназначенной для конечной продукции, производимой крупными промышленными предприятиями;

– установлено, что эффективность функционирования МСП определяется конкретными условиями и она не имеет явного преимущества перед эффективностью функционирования крупных промышленных комплексов;

– выявлено, что для малых предприятий не имеет места: статистическая закономерность, характерная для крупных

промышленных комплексов когда 20% реализации продукции приносит 80% прибыли;

- разработаны направления формирования информационной структуры управления МСП;

- определена роль МСП в региональных процессах воспроизводства и установлены сферы этих воспроизводственных процессов;

- установлены основные направления тактики поведения МСП в рыночных условиях, гарантирующие их успешное развитие;

- выявлена зависимость эффективности функционирования МСП от интенсивности их инновационной деятельности и качества управления этим процессом и доказано, что инновационная направленность политики МСП требует финансирования за счет собственных источников затрат на НИОКР, обновление основных факторов и подготовку и повышение квалификации персонала.

**Практическая значимость** диссертационных исследований состоит в том, что они могут быть непосредственно использованы при организации малых и средних предприятий материальной сферы производства вне зависимости от их отраслевой принадлежности. Они, с учетом особенностей соответствующих сфер деятельности, могут представлять интерес и для предприятий других отраслей народного хозяйства.

Результаты диссертационных исследований доведены до стадии практического использования на предприятиях «Карина-Пром», "Цитрон", «БАМ». Отдельные результаты исследований используются автором в преподавательской деятельности в Нижегородском государственном университете.

**Апробация исследований.** Главные положения проведенных исследований докладывались на ряде международных и региональных



научных и научно-практических конференций. Среди них: Киев (2000, 2001), Н.Новгород (2001, 2003), Пенза (2000, 2001, 2002) и др.

По теме исследований опубликовано 16 работ общим объемом 4,13 п.л., в т.ч. авторских – 2,05 п.л.

## **ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И АНАЛИЗ ПРОЦЕССОВ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

### **1.1. Развитие малых и средних промышленных предприятий в условиях формирования рыночных отношений**

Становление рыночных отношений в России должно быть неизбежно связано с дальнейшим развитием малого и среднего бизнеса в первую очередь в сфере материального производства и формирования на этой основе эффективной конкурентной среды. Поэтому продвижение России к рыночным формам и методам хозяйствования должно быть неизбежно связано с увеличением масштабов предпринимательской деятельности в сфере промышленного производства во всех масштабах и формах его проявления. И здесь роль малых и средних промышленных предприятий должна иметь явную тенденцию к росту.

Развитие предпринимательства имеет глубокие исторические корни. Еще римское право трактовало предпринимательство как занятие, дело, коммерческую деятельность. Понятие «предприниматель» относилось к арендатору, человеку, ведущему общественное строительство [8, с.84,211].

В качестве научного термина понятие «предприниматель» появилось в работах известного английского экономиста начала XVIII в. Р.Кантильона. Он разработал первую концепцию предпринимательства и дал четкое определение понятия «предприниматель». Под ним Р.Кантильон понимал человека, действующего в условиях риска, и думается, что этот признак предпринимательства свойственен ему на всех стадиях развития.

Французский физиократ К.Бодо развил концепцию Р.Кантильона. Он отмечал, что предприниматель должен обладать определенным

интеллектом, различной информацией и знаниями. Другой французский экономист А.Тюрго считал, что предприниматель должен обладать не только определенной информацией, но и капиталом. Он отмечал, что капитал служит основой всей экономики, что прибыль является целью предпринимателя, реализуемой путем развития производства.

Наибольший вклад в теорию предпринимательства внесли А.Смит и Ж.Б.Сэй. А.Смит под термином «предприниматель» понимал собственника, идущего на экономический риск ради реализации какой-либо коммерческой идеи и получения прибыли. Он сам планирует, организует производство, распоряжается его результатами. [94, с.238-239].

А.Маршалл и его последователи большое внимание уделяли организаторской функции предпринимателя и отмечали, что не каждый желающий может им быть [62, с.378].

Ж.Б.Сэй писал, что в функции предпринимателя входят сочетание факторов производства (капитала и труда), сбор информации и накопление необходимого опыта, которым можно воспользоваться в определенных ситуациях при недостаточной информации, принятии решения и организации производственного процесса.

Й.Шумпетер называл предпринимательство особым экономическим фактором в добавление к трем общеизвестным - капиталу, труду и земле. По его мнению, предпринимательство выполняет двойственную функцию. Во-первых, это та сила, которая объединяет ресурсы в новые, уникальные, новаторские комбинации. Во-вторых, это движущая сила реорганизаций и социальных перемен, производимых на основе специальных знаний, интуиции, других качеств носителей предпринимательских свойств.

Предпринимательский процесс возрождения и обновления Й.Шумпетер называет «созидающим разрушением», то есть таким

разрушением, без которого нельзя создать ничего нового. Хотя в обыденной жизни предпринимателями принято называть всех тех, кто занят бизнесом, не каждый, занимающийся им, может быть предпринимателем. Ими являются лишь те деловые люди, чье поведение на рынке отличается поисковым творческим характером [120, с. 169-194],

Взгляды Й.Шумпетера на предпринимательство продолжил и развил австрийский ученый экономист, лауреат Нобелевской премии Ф.А.Хайек. С его точки зрения, к предпринимателям относятся лица, которые в условиях неограниченности той среды, где развивается конкуренция, стремятся достичь наиболее эффективного симбиоза своих уникальных знаний с рыночной ситуацией и тем самым обеспечить первенство в конкуренции и больший доход.[104, с.37].

Главная заслуга Й.Шумпетера и Ф.Хайека заключается в разработке теории предпринимательства и предвосхищении современной экономической мысли.

Профессора экономики университетов США К.Макконел и С.Брю рассматривают предпринимательство как особый вид деятельности, в основе которой лежат следующие неперенные условия и требования, согласно которым предприниматель берет на себя:

- инициативу соединения ресурсов земли, капитала и труда в процесс производства товара или услуг, являясь движущей силой производства и посредником, сводящим вместе другие ресурсы для осуществления процесса, который обещает стать прибыльным делом;

- задачу принятия основных решений в процессе ведения бизнеса, которые определяют курс деятельности предприятия;

- реализацию новаторских функций, предусматривающих ввод в обиход на коммерческой основе новых продуктов, новых производственных технологий или новых форм организации бизнеса;

- ответственность за риск не только своим временем, трудом, деловой

репутацией, но и вложенными средствами - своими собственными и своих компаньонов [58, с.37-38].

Академик Л.Абалкин также рассматривает предпринимательство как особый вид деятельности, которая имеет ряд отличительных признаков: свобода в выборе направлений и методов работы; самостоятельность в принятии решений; ответственность за принимаемые решения и их последствия, связанный с этим риск; ориентация на достижение коммерческого успеха, получение прибыли [1, с.67],

Таким образом, предпринимательство - это особый вид творческой деятельности, связанный с неограниченной инициативой и разумным риском и, как профессиональная деятельность, наиболее действенный стимул к высокопроизводительному труду, получению прибыли и, в конечном счете, лучшего удовлетворения личных и общественных потребностей.

Рыночная среда в которой осуществляется предпринимательская деятельность, характеризуется высокой степенью неопределенности, возникающей вследствие постоянного изменения условий этой деятельности, поведения субъектов рынка и неустойчивостью состояния внешней среды.

Разворачивая свою деятельность в рыночной среде, предприниматель прежде всего рискует ради получения прибыли, получить которую он может только при условии роста своего бизнеса, связанного с производством товаров и услуг, пользующихся спросом.

Таким образом, условием развития предпринимательства является стремление предпринимателя достичь полезных социальных целей и обеспечить общество необходимыми товарами и услугами.

Предприниматели, достигшие высокого уровня материального благосостояния, видят в предпринимательстве нечто большее. И здесь уместно привести слова всемирно известного американского

предпринимателя А.Хаммера, который писал: «Для меня бизнес-это не просто средство обогащения, накопление богатства никогда не было для меня самоцелью. Бизнес доставляет мне удовольствие, потому что он постоянно стимулирует, требует ежедневной концентрации всех умственных способностей для решения бесконечного количества разнообразных проблем, начиная с мельчайших деталей и кончая принципиальными решениями» [121, с.8].

Предпринимательство не только сохраняет свои позиции в современной рыночной экономике, но и заметно упрочивает их. Это означает повышение социальной роли предпринимателей в обществе, возрастание значимости предпринимательской культуры. Предпринимательская культура - это не только культура совершения взаимовыгодных сделок, но и инновационная культура. Инновационный тип роста, к которому приходят развитые страны, способствует тому, что средний класс, в недрах которого зародилась и развивается предпринимательская культура, становится не только классом, служащим опорой и «стабилизатором» общества, но и наиболее творческой, мобильной и динамичной ее частью.

Суммируя основные черты современного мировоззрения предпринимательства, можно сделать вывод, что философия предпринимательства - это практическая философия, которая по мере развития общества, производства, изменения условий его жизнедеятельности и культуры не остается неизменной.

Для более объективной оценки роли малых и средних промышленных предприятий в развитии российской экономики представляет большой интерес анализ процессов развития этих предприятий в странах Центральной и Восточной Европы, так же вступивших на путь усиления рыночных рычагов в развитии экономики.

Становление МСП является закономерным процессом, происходящим в странах Центральной и Восточной Европы (ЦВЕ) и в бывших республиках Советского Союза, где были приняты законы, обеспечившие условия для становления малого и среднего предпринимательства.

Состояние и тенденции развития МСП дают представление о степени открытости и демонополизации рынков, наличии соответствующего рыночной экономике законодательства, формировании культуры и этики предпринимательства.

Анализ этих тенденций и оценка влияния МСП на экономику стран дана в исследованиях Ф. Вельтера<sup>1</sup>, Д. Смолбоуна<sup>2</sup>, И. Хассида и Г. Караяниса<sup>3</sup>, проведённых в рамках международных программ PHARE, TACIS, направленных на содействие реформам в бывших социалистических странах.

Одной из целей реформационных процессов в Центральной и Восточной Европе был уход от монопольной структуры экономики и создание обширного частного сектора.

В 90-е годы страны с переходной экономикой в ЦВЕ обеспечивали быстрое изменение экономической структуры, характеризуемой ростом доли частного сектора в ВВП с менее чем 10% до 40-50% о чём соответствуют данные, приведенные в таблице 1.

Данные о доле занятых в МСП представлены в таблице 2.

Из анализа представленной в таблице 1 и 2 информации видно, что к началу трансформационных процессов в таких странах, как Венгрия и Польша, уже был сформирован относительно большой частный сектор. Относительно быстро формировался этот сектор в Чехии и Румынии.

---

<sup>1</sup> F. Welter, 1997. Kleine mid mittlere Unternehmen in dem mittel-und osteuropaeischen Laendem: Trends, Entwicklungshemmnisse und Loesimngen // RWI-Mtteilungen, Heft /2, S. 73-93.

<sup>2</sup> D.Smallbone, 1994. SMEs and regional economic development: developing a policy agenda. In "Regional determinants of SME development", p. 22-36, University of Lodz, Poland.

<sup>3</sup> J.Hassid, T.Karayiannis. 1997. Synthesis report of Research Project: "Emerging entrepreneurs in Bulgaria and Romania - an economic and social analysis". P. 73.

Таблица 1

Данные и динамика роста предпринимательского сектора в некоторых странах ЦВЕ и СНГ<sup>\*)</sup>

Государство	Доля частнопредпринимательского сектора в ВВП (в %)						
	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Албания	—	—	—	—	—	—	75,0
Болгария	9,1	11,9	16,6	25,3	35,9	40,2	45,0
Румыния	12,8	16,4	23,6	26,4	32,0	35,0	40,0
Чехия	11,2	12,3	17,3	27,7	45,1	56,3	63,8
Венгрия	14,9	—	33,0	44,0	52,4	60,0	63,0
Польша	28,6	31,4	45,3	48,2	53,5	56,0	58,0
Словакия	—	—	—	22,0	24,6	21,0	28,0
Словения	8,1	11,4	15,7	19,5	20,0	—	—
Эстония	—	—	17,7	22,0	—	62,0	64,0
Латвия	—	—	—	—	—	55,0	60,0
Литва	10,4	11,6	15,4	20,0	—	55,0	65,0
Белоруссия	5,1	5,5	6,8	8,1	—	15,0	15,0
Молдавия	—	—	—	—	—	25-35	35-45
Украина	—	7,6	7,8	5,6	7,5	—	—
Киргизстан	—	—	—	—	56,4	58,0	—
Узбекистан	—	—	—	38,8	46,7	54,2	67,0
Россия	5,3	6,0	10,1	14,0	21,0	25,0	—

<sup>\*)</sup> Источник: F. Welter, 1997. Kleine und mittlere Unternehmen in dem mittel- und osteuropaeischen Laendem: Trends, Entwicklungshemmnisse und Loesungen // RWI-Mtteilungen, Heft 72, S. 78.

Таблица 2

Занятость населения в частнопредпринимательском секторе в некоторых странах ЦВЕ и СНГ<sup>\*)</sup>

Государство	Доля частнопредпринимательского сектора в занятости (в %)						
	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Албания	—	—	—	—	—	72,3	77,0
Болгария	5,5	5,9	10,1	17,7	28,3	34,7	37,0
Румыния	5,9	9,2	33,6	41,0	43,8	49,2	49,8
Чехия	1,3	6,9	18,8	31,1	47,1	53,0	—
Венгрия	—	—	48,0	48,0	53,0	56,0	60,0
Польша	45,7	45,8	51,1	57,0	57,6	59,8	62,0
Словакия	1,0	5,0	12,8	18,4	22,2	31,9	40,0
Словения	13,0	14,7	17,5	19,9	23,2	33,0	—
Эстония	—	—	10,5	15,0	—	49,0	—
Латвия	—	8,0	12,0	31,0	33,5	47,0	58,1
Литва	2,4	3,7	15,5	25,4	—	51,0	70,0
Белоруссия	1,2	1,2	2,3	3,5	4,7	6,2	—
Молдавия	26,0	31,0	36,0	38,0	47,0	—	—
Украина	—	—	2,4	5,9	7,1	9,7	—
Киргизстан	—	—	—	—	—	26,0	—
Узбекистан	—	—	—	42,2	48,7	59,7	—
Россия	1,6	2,6	4,8	18,3	28,1	31,0	—

<sup>\*)</sup>F. Welter, 1997. Kleiine und mittlere Unternehmen in dem mittel- und osteuropaeischen Laendera: Trends, Entwicklungshemmnisse und Loesungen // RWI - Mtteilungen, Heft 72, S. 80.



Оценивая представленные в этих таблицах данные, следует иметь ввиду и тот факт, что значительная часть особенно малого предпринимательства функционирует в теневом секторе, данные о котором практически не попадают в промышленные реестры, поскольку эта деятельность либо вообще не регистрируется, либо зарегистрированные предприниматели одновременно работают и в легальном, и в нелегальном секторах экономики.

Данные национальных статистических комитетов стран ЦВЕ, опубликованные Европейским банком реконструкции и развития, оценивают долю теневой экономики в 1992 году в размере около 30% произведенного ВВП в Венгрии и более чем 20% в Эстонии. На Украине он составляет около 45%, в России - 40%.

Оценивая динамику данных таблиц 3,4, можно сделать вывод, что доля МСП в ВВП и занятости в нём продолжает возрастать, хотя и не так сильно, как в начале трансформации, когда приватизация и формирование рыночных отношений привели к резкому росту их числа во всех странах. Доля частного сектора в ВВП меньше в тех странах, где этот сектор был практически под запретом и соответственно выше в тех, где уже ранее разрешалась частная экономическая активность. В Венгрии или Польше, например, доля частного сектора в 1989 году была существенно выше, чем в Болгарии.

Как правило, большинство частных фирм в ЦВЕ мелкие. Так, почти в 60% венгерских, 70% чешских и более чем в 80% болгарских фирм трудится только их владелец.

Между величиной фирмы, измеренной по численности занятых, и правовой формой существует такая же тесная зависимость, как и в Западной Европе: средняя величина занятых для юридических лиц существенно выше, чем для индивидуальных предпринимателей.

В целом аналитики прогнозируют, что изменение общей структуры от крупного к среднему и малому предпринимательству в Центральной

Европе, балтийских государствах, юго-восточных европейских странах дальше будет прогрессировать также, как и в России, где практически во всех регионах этот сектор незначителен.

Доля МСП, в общей экономической деятельности, постоянно повышаясь в первой половине 90-х годов, существенно и стабилизировалась в 1995 и 1996 гг. Так, в Чехии доля МСП в ВВП выросла с одной трети в 1992 г. до 63,8% в 1995 г. В Венгрии эта доля составляла на конец 1995 года 63%.

За общими цифрами скрываются сильные отраслевые различия. Большая часть частного сектора и, соответственно, МСП находится в торговле и в сфере оказания услуг. И это характерно практически для всех стран ЦВЕ и СНГ. Данному процессу способствовали малая приватизация и малые капитальные вложения, необходимые для организации и обеспечения нормального функционирования МСП в этих отраслях. Отсюда вполне логичным являются данные Европейского бюро статистики, согласно которым более трети предпринимателей заняты в розничной торговле, еще 29% в транспортных перевозках и услугах населению. В то время как в сфере материального производства функционируют только 17% предпринимателей. Отраслевое распределение коррелирует и с соответствующим региональным. МСП развивается в регионах с хорошей инфраструктурой, в большинстве случаев в столицах, и региональных центрах. В то же время индустриальные регионы и регионы, которые специализировались на производстве монопродукта, практически не были затронуты преобразованиями.

Давая определённую обобщённую оценку развития сферы МСП, можно констатировать, что наиболее далеко продвинулись в реформах те страны, где частнопредпринимательский сектор существовал до начала переходного периода. Это относится в первую очередь к Венгрии и

Польше. Значительную роль здесь играют и предпринимательские традиции, характерные, например, для Чехии. Определенную роль сыграли традиции и в развитии частного сектора и МСП практически и во всех прибалтийских государствах.

Возникновению МСП в России, в большинстве республик бывшего СССР и в балканских странах мешала сдерживающая государственная политика, которая препятствовала рыночным преобразованиям. Большие проблемы здесь заключались в том, что первоначально не было создано управленческих структур, которые бы благоприятствовали возникновению МСП. Во многом здесь практически были утеряны и традиции предпринимательской деятельности.

На основании вышеизложенного можно сделать следующие выводы:

- МСП вносит значительный вклад в ВВП;
- оно выступает как стабилизирующий элемент, в структурных перестройках и в решении проблем занятости и в этой части в определённой мере способствует сглаживанию социальных конфликтов;
- существенную роль МСП играет и в развитии опыта предпринимательской деятельности. Однако в свете последнего следует сделать вывод, что малая доля МСП, занятого в сфере материального производства, не даёт на сегодняшний день оснований прогнозировать существенного увеличения вклада малого и среднего предпринимательства в величину ВВП в России. И здесь МСП нужна в этом плане государственная поддержка, стимулирующая приход активных предпринимателей в производственную сферу.

Приведем данные о доле МСП в общей численности занятых и об их доле в ВВП в наиболее развитых странах и в России, представленные в таблице 3.

Как видно из таблицы, по численности занятых в МСП Россия отстает от среднего показателя зарубежных стран почти в два раза, а по вкладу МСП в ВВП страны - более чем в два раза. И если предположить, что численность занятых и вклад в ВВП имеют линейную формализованную зависимость, то чтобы добиться вклада МСП в ВВП России такого же как

Таблица 3

**Вклад МСП в экономику и занятость в ведущих странах мира и в России**

Страны	Доля малых и средних фирм в общей численности занятых (%)	Доля малых и средних фирм в ВВП (%)
США	54	50-52
Япония	78	52-55
Страны ЕС	52	63-67
Германия	46	50-54
Франция	51	55-62
Великобритания	49	50-53
Италия	54	57-60
Россия	31	25

Источник: Малый бизнес России: проблемы и перспективы. М.: РАРМП, с.11.

в зарубежных странах, численность занятых в этом секторе должна возрасти не менее чем в два раза. Впрочем, рост занятости может быть и меньшим при том же росте вклада МСП в ВВП, если в России будет иметь место приводимая М. Бункиной и В. Семеновым взаимосвязь, при которой 1% прироста ВВП обеспечивается 0,6% прироста занятых", как это имеет место в зарубежных странах.

Изложенное выше позволяет сделать вывод, что малые и средние промышленные предприятия нуждаются в государственной поддержке и в этом случае они могут стать важным фактором преодоления кризисной ситуации и дальнейшего развития экономики в условиях формирования рыночной среды.

Российское предпринимательство, как особый вид деятельности, также имеет свою историю. Но его традиции остались в прошлом, и обеспечить преемственность его исторического развития практически невозможно.

В настоящее время следует говорить о появлении нового предпринимательства, которое возникло и развивается в нынешних непростых общественных отношениях.

Характерной особенностью современного российского предпринимательства является ограниченность стратегического поведения. Эта черта определяется не только особенностями условий формирования предпринимательского слоя, но и спецификой современной экономической ситуации. Предприниматели не преследуют стратегических целей, во-первых, потому, что первые годы рыночной экономики протекали под влиянием колоссальной выгоды краткосрочных операций в сфере обращения и в финансовом секторе. Это обстоятельство сформировало в сфере предпринимателей соответствующие социально-психологические установки и стереотипы мышления. Во-вторых, все еще сохраняется разрыв в пользу последних между прибыльностью долгосрочных вложений в производство и краткосрочных финансовых операций.

На наш взгляд, в российских условиях следует ожидать длительного периода, на протяжении которого новые поколения предпринимателей методом проб и ошибок будут осваивать практическую философию предпринимательства.

Философия российского предпринимательства сегодня - это пока философия выживания. Для того, чтобы она стала философией высокой социальной ответственности перед обществом, предстоит предпринять немало усилий. Однако уже сегодня очевидно, что обеспечить выход из кризиса и экономический подъем смогут только отечественные

предприниматели.

## **1.2. Анализ зарубежного опыта развития малых и средних промышленных предприятий**

Практика экономического развития промышленно развитых стран в условиях ускорения научно-технического прогресса и темпов инновационной деятельности в сфере материального производства демонстрирует возрастание роли малых и средних производственных структур в развитии экономической системы в целом. Этому способствовал целый ряд обстоятельств: усиление технологической конкуренции; ускорение научно-технического прогресса; повышение эффективности мелкосерийного и индивидуального производства вследствие внедрения технологических и технических новшеств; рост платежеспособного спроса населения; расширение рынка венчурного капитала; изменение стиля жизни и ценностных установок.

Согласно теории марксизма под мелким производством понимался определенный тип производства со своими собственными, присущими только ему отношениями. Марксистская позиция по данному вопросу сводилась к тому, что само существование последнего возможно лишь в узких рамках: «этот производственный слой мелких независимых производителей, работающих на свой страх и риск, совместим лишь с неразвитым состоянием производства и общества» [61, с.770-771].

Напрашивается вывод, что имелся в виду переходный характер небольших предприятий. То есть они исчезают по мере развития производительных сил, постоянного давления со стороны сильных структур и по причине своей слабости. Эту же позицию последовательно отстаивал В.И.Ленин, который считал крупный капитал основой экономического прогресса [50, с.49-50]. Аналогичной точки зрения придерживались отдельные отечественные и зарубежные ученые. Так,

И.Шумпетер констатировал поглощение малых промышленных предприятий крупными промышленными организациями.

Таким образом, экономическая мысль прошлого и середины XX в. прогнозировала трансформацию мелкого производства в крупное по мере развития производительных сил, а в качестве определяющей тенденции экономического развития определяло укрупнение производства и рост масштабов предприятий. Однако уже в конце 80-х гг. в промышленно развитых странах мира на сектор малого предпринимательства приходилось подавляющее число предприятий, что свидетельствует об ошибочности вышеуказанного прогноза. А по данным Международной федерации мелких и средних промышленных предприятий, на долю малых предприятий в настоящее время приходится 50 % производимой продукции и численности занятых, а также свыше 30 % капиталовложений и экспорта [12, с. 19].

Масштабы развития малых и средних предприятий в ряде зарубежных стран и в России представлены в таблице 4.

Таблица 4

#### Масштабы развития малого предпринимательства

СТРАНА	Количество малых и средних фирм		Число занятых, млн. чел.	Доля малых и средних фирм	
	Тыс.ед.	В расчете на 1 тыс.жит		В общей численности занятых	ВВП
Страны ЕС	15777	45	68	72	63-67
США	19300	74,2	70,2	54	50-52
Япония	6450	49,6	39,5	78	52-55
Россия	836,2	5,65	8,1	9,6	10-11

Источник: // "Экономист", 1999, № 2, с.75

Процесс развертывания МСП тесно связан с отраслевой спецификой и экономическими механизмами, действующими в той или иной стране. На отраслевую структуру МСП в конкретной стране влияют

региональные особенности развития ее экономики. В Италии, например, действуют три различные экономические модели [21, с.28].

Важным фактором устойчивости МСП является наличие сложившейся системы разветвленных многоступенчатых субподрядных отношений. В Японии они занимают большое место в транспортном машиностроении (13,7 %), точном машиностроении (53,3 %), производстве электротехнических изделий (60 %) [47, с.63].

Конец 80-х гг. в США отмечен строительством множества небольших узкоспециализированных предприятий, оснащенных высокопроизводительным оборудованием, преимущество которых состояло в том, что их техническое перевооружение в случае необходимости представлялось менее капиталоемким делом. Подобное имеет место в Италии, Франции, Германии, Японии. «Те фирмы, которым удается выжить в конкурентной борьбе, нередко занимают доминирующее положение в «рыночной нише», т.е. узкоспециализированном секторе экономики, подчеркивает американский специалист С.Соломон [36, с.50].

Зарубежные исследователи уделяют большое внимание проблеме развертывания инновационной деятельности на малых фирмах. Ряд исследователей отстаивает идею об исключительной роли МСП в использовании достижений научно-технического прогресса. «Многие из них гораздо эффективнее, чем крупные компании используют исследовательские фонды и оборудование, квалифицированные кадры специалистов» [84, с. 12].

Согласно данным Национального научного фонда США, в расчете на один доллар, вложенный в научно-исследовательские разработки, малые предприятия (до 500 человек занятых) дали вчетверо больше новинок, чем средние компании (до 1000 человек занятых) и в 24 раза больше, чем крупные корпорации (свыше 10 тыс. человек занятых) [85, с.13]. Причина



не только в возможностях малых предприятий экономить на малых масштабах производства, но и в их способности резкого снижения «издержек ведения дел», т.е. затрат, связанных с обеспечением и обменом информацией, лучшей координацией действий и более оперативным принятием решений, а также в их ориентации на достижение успехов, внимании к потребителю, самостоятельности и предприимчивости и т.д. [75, с.47-52,154-159.]

Стоимость различных этапов разработки и реализации инноваций для различных категорий предприятий в США приведена в таблице 5.

Таблица 5

Типовой бюджет затрат на нововведения для различных категорий предприятий США

Этапы разработки	Крупные фирмы		Мелкие фирмы		Индивидуальные предприятия	
	\$	%	\$	%	\$	%
	1	2	3	4	5	6
Поиск идей	100	1,6	20	0,3	5	0,1
Проработка концепц.	200	3,2	100	1,8	20	0,4
Лабораторное испыт.	50	0,8	50	0,9	50	1,0
Рыночное испытание	1000	16,0	500	9,0	300	5,5
Выпуск	5000	78,4	5000	88,0	5000	93,0
Всего:	6350	100,0	5670	100,0	5375	100,0

Как следует из таблицы, здесь четко прослеживается разница в затратах на мелких и крупных фирмах в области нововведений на первых этапах испытаний.

По данным ООН в мировой хозяйственной системе сектор малого предпринимательства наиболее динамично создает и новые рабочие места. Так, например, в США в 1976-2000 годах крупные и средние

предприятия потеряли соответственно 500-850 тысяч рабочих мест, а сектор МСП за этот же период создал 4,2 млн. новых рабочих мест, обеспечивая 65 % чистого прироста рабочих мест по стране. [60, с.8].

В таблице 6 приведены данные об уровне занятости в сфере МСП промышленно развитых стран.

Таблица 6

Уровень занятости в малом предпринимательстве промышленно развитых стран

Страна	Занято в МП млн. чел	Доля МП в общей числ. занятых, %
США	70,2	54
Япония	39,5	72
Страны ЕС	68,0	54

Приведенные данные указывают на весьма значимую роль МСП в социально-экономической жизни каждой страны. Их сопоставление позволяет сделать вывод о том, что место МСП определено объективными экономическими закономерностями, поскольку оно примерно одинаково, вне зависимости от политического уклада, истории развития страны, отраслевой структуры экономики и других факторов.

На основании вышеизложенного можно констатировать, что сектор МСП является одним из источников экономического развития, в большой степени определяющий существо рыночных отношений, темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта.

Социальная эффективность МСП определяется массовостью группы мелких собственников, численность которых является одной из наиболее существенных качественных характеристик любой промышленно развитой страны. Эта группа деятельного населения обслуживает огромную массу потребителей, производя важный комплекс продукции и услуг в соответствии с быстро изменяющимися требованиями рынка.

На основании изложенного можно сделать вывод, что МСП принимают на себя важные экономические и социальные функции и, обеспечивая условия воспроизводства рыночных отношений через баланс

спроса и предложения, играют заметную роль в жизни общества.

Хорошо развитая сфера МСП позволяет компенсировать противоречия между государственным управлением и саморазвитием рынка, обеспечивая более устойчивую, предсказуемую и управляемую рыночную среду. Именно эти факторы делают сектор МСП привлекательным и для государственного регулирования.

Новые подходы к месту МСП в современных экономических системах способствовали тому, что многие страны приступили к осуществлению значительных по масштабу стратегий и программ, направленных на создание механизмов управления, обеспечивающих осуществление со стороны государств управляющих (регулирующих) воздействий на этот сектор, таким образом, чтобы ориентировать его на достижение ранее поставленных целей.

Как правило, они включают в себя: специальное законодательство, регулирующее весь комплекс вопросов поддержки МСП; систему государственных программ финансового, технологического, внешнеэкономического, информационного, консультационного, кадрового содействия малым и средним предприятиям с использованием централизованных и местных источников и особых схем финансирования. Кроме этого, государство должно обеспечить выравнивание положения этих предприятий на рынке по сравнению с крупными за счет протекционистской государственной политики, компенсацию неблагоприятных условий выхода на монополизированные рынки сбыта и доступ к финансово-кредитным ресурсам, участие в государственных заказах, устранение необоснованных административных препятствий в области регистрации, лицензирования, внешнеэкономической деятельности. Указанные меры рассматриваются как важнейшая сфера деятельности государственных и региональных органов власти.

В этом аспекте показателен опыт деятельности США, Японии, а

также стран-членов ЕС.

Наиболее разносторонние меры по управлению развитием малого и среднего бизнеса характерны для США. Государственные органы этой страны рассматривают его как одну из важных сфер американской экономики. Основными функциями государства по отношению к малому и среднему бизнесу являются регулирование и стимулирование процессов его развития. По каждой функции намечаются основополагающие концептуальные, теоретические и практические подходы. Концептуальный подход заключается в определении отношения к этому сектору как к одной из групп потребителей услуг государственных органов. Это предопределяет направления деятельности ряда государственных органов, оказывающих определенное влияние на развитие малого бизнеса в стране: департаментов торговли, сельского хозяйства, жилищного строительства и городского развития, труда; государственного казначейства; экспортно-импортного банка; администрации международной торговли, и т.д. [12, с.17]

Оказанием помощи и содействием развитию этого сектора экономики занимается специально образованный в 1953 г. орган исполнительной власти - Администрация малого бизнеса (АМБ), подчиненная непосредственно Президенту США.

Перед АМБ поставлены три основные задачи: обеспечивать финансовую поддержку малым и средним предприятиям; содействовать малому бизнесу в получении государственных заказов; предоставлять технические и консультационные услуги по вопросам управления. Кроме этого, решая задачи по развитию в стране частного предпринимательства АМБ, создает благоприятные условия для развития разного рода финансовых институтов. С 1958 г. при непосредственном его участии началось создание инвестиционных компаний малого бизнеса (ИКМБ), субсидируемых по долевному принципу государством и частным

капиталом. В настоящее время в стране насчитывается свыше 450 таких компаний [10, с.44].

На территории страны в настоящее время действует около 600 независимых фондов, занимающихся венчурным финансированием МСП. Объем финансовых средств, предоставляемых ими этому сектору составляет около 4,5 млрд. долларов в год.

Интересен опыт АМБ в области налоговых мероприятий, связанных со стимулированием малого бизнеса. Он заключается в поэтапном уменьшении предельных ставок налогов и снижении прогрессивности налогообложения при достаточно узкой налоговой базе и широкой сфере применения налоговых льгот, что призвано обеспечить приток инвестиций в промышленность, торговлю и сферу услуг. Уменьшение ставки налога в зависимости от размеров предприятия является одним из повсеместно используемых методов налогообложения малого бизнеса. Таким образом, реализуется принцип: чем меньше предприятие, тем больше налоговых льгот. Дотации государства по налогообложению малого бизнеса на покрытие убытков рискованного финансирования стимулируют его дальнейшее развитие в крупные фирмы [10, с.44-45].

Большое внимание в США уделяется МСП на региональном уровне. Так, например, при Уэйнском университете штата Мичиган создан Центр развития малого бизнеса для реализации программы по консультированию, обучению, исследованию и правовой защите малого бизнеса.

Цель этой программы определена следующим образом: обеспечить последовательное консультирование малых фирм в штате через 13 региональных отделений; разработать и реализовать практические обучающие программы по проблемам малого бизнеса; изучить специфические проблемы малого бизнеса в штате; представлять интересы малого бизнеса по вопросам правовой защиты совместно с

общественными и частными организациями.

Поэтому вполне правомерно, что еще в 1987 г. Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) характеризовала экономику США как самую предпринимательскую экономику преуспевающего мира. [55, с.13].

Рассматривая опыт стран-членов ЕС, в первую очередь следует отметить понимание важности концепции поддержки МСП как в отдельных странах, так и на уровне ЕС в целом. Эта концепция включает в себя определение как национальных, так и общеевропейских интересов сообщества, на основании которых определены главные цели и важнейшие принципы политики, направленной на стимулирование малого и среднего бизнеса, а также конкретные механизмы и организационные структуры по реализации этой политики на межгосударственном, государственном и региональных уровнях.

Для стран - членов ЕС присущи серьезные различия в целях, принципах и конкретных механизмах управления развитием МСП. Так, в одних странах считают, что для этого развития нужно, в первую очередь, улучшать экономическую среду путем дерегулирования и либерализации его деятельности, расширения приватизации, совершенствования системы налогообложения и законодательства о конкуренции. В других странах придерживаются мнения, что использование целевых программ и более совершенных схем финансирования вместе с такими мерами как прямые субсидии, дотационные займы и налоговые льготы значительно эффективнее и быстрее позволят ускорить развитие МСП и повысить его конкурентоспособность.

Несмотря на эти различия, возросшая роль МСП в ЕС содействовала разработке специальной политики, основными целями которой стали: рост международной конкурентоспособности национальной экономики; создание новых рабочих мест; экономический рост малых предприятий;

привлечение иностранных инвестиций; инновационная деятельность; трансферт технологий. В странах-членах ЕС формулировка политики в отношении малого предпринимательства является прерогативой центральных органов власти, а конкретные мероприятия реализуются на уровне региональной власти [21, с.63].

В качестве примера рассмотрим механизм финансовой поддержки малого предпринимательства в Финляндии, ставшей членом ЕС в 1995 году. Здесь поддержка малого и среднего бизнеса является прерогативой Министерства торговли и промышленности, труда, сельского хозяйства и местной промышленности, Союза внешней торговли, центра развития технологии и муниципальных органов власти.

Финансовая поддержка малых и средних предприятий осуществляется системой «Финвера», представляющей собой два фонда: государственный гарантийный фонд «Финфанд» и фонд регионального развития «Кера».

Фонд «Кера» представляет собой финансовую организацию, сфера деятельности которой охватывает более 90 % территории и примерно 60 % населения Финляндии.

Основными направлениями деятельности фонда «Кера» являются: обеспечение на выгодных условиях финансирования малых и средних предприятий; предоставление субсидий и кредитов на развитие предприятий; осуществление рискованных капиталовложений; участие в проектах по исследованию, развитию и пр.; оказание содействия по финансовым, управленческим и юридическим вопросам.

Фонд «Кера» в основном финансирует промышленные предприятия, то есть материальную сферу производства (60%), а также фирмы, занятые в сфере туризма и некоторых других областях сферы обслуживания. Так как деятельность «Кера» имеет рискованный характер, то государство берет на себя обязательство по покрытию приблизительно половины

возможных потерь по кредитам, предоставленных фондом.

Обобщение опыта государственной поддержки МСП в странах-членах ЕС, позволяет сделать вывод, что она осуществляется по следующим основным направлениям:

- помощь в создании предприятия, реализуемая через программы поощрения людей, начинающих или имеющих собственное дело (финансовая, информационная и консультационная помощь, организация обучения и т.п.);

- содействие развитию субподрядов, осуществляемое, главным образом, через информирование и консультирование с учетом того, что МСП часто сталкиваются с такими проблемами, как жесткая международная конкуренция, отсутствие полной информации о состоянии и изменениях рыночной конъюнктуры;

- содействие экспорту путем поддержки ориентации малых и средних предприятий на повышение их заинтересованности в международной торговле и увеличении объемов экспортной продукции;

- оказание помощи в решении проблемы доступа к источникам финансирования;

- финансовая поддержка в виде специальных субсидий предприятиям, предлагающим работу долговременным безработным или безработным молодым людям, а также информирование, консультирование и подготовка кадров;

- образование и обучение как действующих, так и потенциальных руководителей МСП.

Достаточно широкий круг рычагов экономического регулирования характерен для системы государственной поддержки малого бизнеса в Японии, которая по своему экономическому потенциалу стала одной из ведущих стран капиталистического мира во многом и благодаря уровню развития малого и среднего бизнеса. В послевоенный период прямая



помощь, оказываемая государством частному сектору, была достаточно существенной. Однако по мере наращивания потенциала компаний государство постепенно перешло к косвенным формам поддержки. С 80-х годов одним из главных направлений правительственной политики Японии стало ограничение государственного вмешательства [12, с.21].

Государственная политика по регулированию в Японии в настоящее время заключается в том, чтобы обеспечить условия, в которых мелкие и средние предприятия могли бы иметь возможность развернуть свою деятельность в качестве полноправных субъектов. Поэтому политика содействия МСП предполагает, прежде всего повышение эффективности и результативности деятельности предприятий в основном за счет собственных сил, но при соответствующей государственной поддержке. В этом аспекте в Японии сложилось четыре уровня поддержки МСП. На государственном уровне образованы Управление по делам средних и мелких предприятий при правительстве Японии, девять региональных служб министерства внешней торговли и промышленности, Государственная корпорация по развитию малого бизнеса, правительственные органы по финансированию средних и мелких предприятий, а также Государственная корпорация по страхованию кредитов и финансированию малого бизнеса и Ассоциация по гарантированию займов. К остальным уровням относятся органы местного самоуправления (префектурные, городские, поселковые и сельские), самостоятельные объединения мелких предприятий и крупный бизнес. Финансирование малого бизнеса, осуществляемое специальными правительственными органами, производится путем предоставления займов на модернизацию, разработку новых технологий, содействие технической и производственной кооперации, создание новых предприятий и средств на капитальные вложения в мелкие предприятия. Субсидии предоставляются исключительно на научно-технические

программы, включающие в себя подъем технического уровня производства, совершенствование его технологии, разработку и реализацию инновационных проектов.

Помимо прямых займов и субсидий со стороны правительственных финансовых структур через «Систему дополнительного общественного кредитования» осуществляется гарантирование и страхование кредитов, предоставляемых мелким и средним предприятиям. Государство обеспечивает реализацию данного механизма через ряд ассоциаций по гарантированию займов. Кредитные гарантии предоставляются мелким предприятиям, испытывающим затруднения в получении кредитов у коммерческих банков. В этих случаях государство (под залог имущества предприятий) гарантирует частным банкам погашение в срок кредитов и процентных платежей по ним.

Японский опыт управления развитием МСП показывает, что для обеспечения эффективного развития этого сектора рыночной экономики необходимо выполнение следующих условий: наличие тщательно отлаженного законодательства, направленного на стимулирование развития малого бизнеса; правовое обеспечение экономической деятельности малого бизнеса при помощи комплекса законодательных актов (гражданское, торговое право и антимонопольные акты); наличие органа, отвечающего за государственную политику развития и поддержки малого бизнеса; создание и умелое использование механизма оперативного отражения интересов деловой общественности на формирование государственной политики; организация на государственном и региональном уровнях финансовых институтов; обеспечение системы гарантирования кредитов; создание льготного налогообложения; проведение в жизнь комплекса мер по содействию и развертыванию предпринимательской деятельности в отраслях, приоритетное развитие которых с точки зрения экономики страны в

целом требуется в кратчайшие сроки; подготовка управленческих кадров, обладающих качествами, необходимыми для работы в сфере малого бизнеса.

Системы государственной поддержки малого бизнеса в США, ЕС (в том числе в Финляндии) и Японии представлены в приложениях 1,2,3,4,5.

### **1.3. Критерии оценочных показателей определения размеров предприятий**

Важное значение для экономической теории и практики имеет решение вопроса о правильном определении критериев оценки размеров предприятий. В статистике СССР размер предприятия оценивался по трем основным признакам: численности промышленно-производственного персонала, объему валовой продукции и величине производственных фондов.

В зарубежной статистике здесь чаще всего также используются сходные показатели: численность занятых, объем продаж (оборот), стоимость активов. Ведущее место среди этих показателей принадлежит численности занятых работников. Это обусловлено простотой расчета, доступностью для анализа, сопоставимостью при отраслевом, межотраслевом и международном аспектах.

Однако очень крупные фирмы, использующие капиталоемкое оборудование, например, атомные электростанции, могут иметь незначительную численность персонала. По этой причине статистические данные о размерах фирм по численности занятых дополняют сведениями о стоимости используемого капитала и объема продаж.

На экономические характеристики различных размерных группировок существенное влияние оказывают отраслевые особенности. Наиболее важные из них - трудоемкость и капиталоемкость производства. В

трудоемких отраслях для определения размера фирмы предпочтительным является использование показателя численности работающих, а для капиталоемких – экономических показателей деятельности.

Следует отметить, что с внедрением в производство высоких технологий и развитием автоматизации и компьютеризации управления, возможности для использования показателя численности занятых, видимо, будут снижаться.

В связи со значительным вниманием в России к развитию сектора малых и средних промышленных предприятий, определение критериев отнесения предприятия к этому сектору имеет принципиальное значение, так как от этого зависит доступ к получению поддержки со стороны правительственных структур.

Подробный анализ различных точек зрения зарубежных авторов на эту проблему проведен А. Колесниковым и Л. Колесниковой<sup>4</sup>. Большое внимание данной проблеме уделяют также А. Блинов<sup>5</sup>, А. Шулус<sup>6</sup> и др. Их основные выводы можно сформулировать следующим образом.

1. Об универсальном показателе определения малого и среднего предприятия говорить нельзя, и в зависимости от конкретных условий необходимо использовать различные критерии определения малого и среднего предприятия.

2. При определении размеров предприятий нельзя ограничиться только количественным подходом. Здесь необходимы и качественные показатели, которые вызывают особенно много споров и разногласий.

3. Количественный подход к определению малых и средних предприятий актуален и чаще всего применяется при определении

---

<sup>4</sup> А. Колесников, Л. Колесникова. Малый и средний бизнес: эволюция понятий и проблема определения // Вопросы экономики, 1996, №7, с. 46-58.

<sup>5</sup> А. Блинов. Малое предпринимательство. Организационные и правовые аспекты деятельности. – М.: «Ось-89», 1997, с. 29-45.

<sup>6</sup> А. Шулус. Становление системы поддержки малого предпринимательства в России // Российский экономический журнал, 1997, № 5-6, с. 87-89.

размеров предприятий, имеющих право доступа к правительственной помощи.

Дадим анализ решения проблемы количественного подхода при определении величины предприятия в различных странах и сформулируем предложения по качественным параметрам этого определения.

В России понятие малого предприятия было введено в 1991 году постановлением Правительства РФ от 18.07.91 “О мерах по поддержке предприятий в РСФСР”, согласно которому к категории малых были отнесены предприятия с численностью персонала в промышленности - до 200 человек, в науке и научном обслуживании - до 100 человек, в других отраслях производственной сферы - до 50 человек, в отраслях непромышленной сферы - до 15 человек, без деления по качественному признаку.

По Закону РФ № 88-ФЗ от 14 июня 1995 “О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации” предельный уровень численности персонала по отраслям был уменьшен и составляет:

- в промышленности, строительстве и на транспорте - 100 человек;
- в науке и научном обслуживании - 60 человек;
- в сельском хозяйстве - 60 человек;
- в оптовой торговле - 50 человек;
- в розничной торговле и бытовом обслуживании населения - 30 человек;
- в остальных отраслях и при осуществлении других видов деятельности - 30 человек.

Введено было также ограничение в отношении собственности: доля в уставном фонде малого предприятия других организаций и фирм не может превышать более 25%.

Критерии отнесения предприятий к категории малых различны в различных странах. В соответствии с законодательством Японии о малых и средних предприятиях, к их числу относятся предприятия с уставным капиталом и численностью работников:

- в промышленности не более 100 млн. йен и не более 300 человек;
- в оптовой торговле - соответственно 30 млн. йен и 100 человек;
- в розничной торговле - 10 млн. йен и 50 человек<sup>7</sup>.

В Испании к средним предприятиям относятся фирмы с числом занятых не более 250 человек, а малыми считаются предприятия, с численностью занятых менее 50 человек. В отдельных случаях используются стоимостные показатели, характеризующие активы, оборот и др. Региональные и местные органы имеют право самостоятельно устанавливать специфические критерии отнесения предприятий к категории малых в рамках тех или иных программ государственной поддержки<sup>8</sup>.

В первой половине 70-х годов правительство Австралии выпустило сообщение Комитета по малому бизнесу, где он определен как бизнес, в котором требуется наличие одного или двух лиц, принимающих все основные решения в управлении финансами, бухгалтером, персоналом, закупками, обслуживанием, маркетингом, продажами с определенными знаниями только в одной или двух функциональных областях и без помощи внутренних специалистов.<sup>9</sup>

В США, Великобритании, Японии и ряде других стран разрабатываются различные определения, включающие в себя широкий

---

<sup>7</sup> Костенко А. Поддержка государством малого бизнеса в Японии // Человек и труд, 1994, № 2, с. 52.

<sup>8</sup> Цыганков А. Государство и малый бизнес: опыт Испании // Человек и труд, 1994, № 8, с. 113.

<sup>9</sup> Winston C. Dunlop, 1992. Small -v- Large Firms in Australian manufacturing / Small Business Economics 4:47.

диапазон критериев, касающихся количества служащих, доли или доминирования на рынке и т.д.

Один из вариантов развернутой характеристики качественных признаков размера фирмы дает Х. Велу<sup>10</sup>. Он выделяет пять качественных признаков предприятий и определяет с их помощью отнесение предприятий к малому, малому-среднему, среднему - крупному и крупному бизнесу. Применительно к малым предприятиям (МП) эти признаки выглядят так:

- цели, как правило, определяются рынком, интуитивно и с импровизациями;
- менеджмент по преимуществу личный, авторитарный и прямой;
- продукт редко планируется, и слабо ведутся или не ведутся совсем маркетинговые исследования;
- персонал - личные отношения “босс - сотрудник” – реализуются по принципу “большой семьи” с высокой степенью мотивации и вовлеченности, слабым влиянием профсоюзов и отсутствием совета трудового коллектива.

Достоинство здесь в четкости и ясности определений и в акцентировании внимания на параметрах внутренней среды фирмы. Недостаток – фактически полное отсутствие параметров, относящихся к внешней среде, что в принципе в какой-то степени закономерно ввиду незначимости отдельно взятого МП для внешней среды.

Противоположный подход к вопросу о том, что считать размером предприятия, предлагают С.В. Авдашева и Н.М. Розанова<sup>11</sup>, выдвигающие четыре основных показателя, характеризующие размер фирмы относительно внешней среды:

---

<sup>10</sup> Цит. По А. Колесников Л. Колесникова. Малый и средний бизнес: эволюция понятий и проблема определения. //Вопросы экономики, 1996, № 7, с. 46.

<sup>11</sup> С.Б. Авдашева Н.М. Розанова. Теория организации отраслевых рынков. М.: Магистр, 1998, с. 42.

- доля продаж фирмы на рынке;
- доля занятых на предприятии к численности занятых в данном производстве;
- доля стоимости активов фирмы в стоимости активов аналогичных фирм;
- доля добавленной стоимости предприятия в сумме добавленной стоимости всех аналогичных производителей.

Этот подход отражает уровень устойчивости фирмы по отношению к внешней среде, и исходит из относительности размеров предприятий в данной отрасли. Таким образом, появляется возможность при определении размерных групп предприятий исходить из реалий страны или отрасли. Однако здесь игнорируются отличительные черты малого и среднего бизнеса.

Наиболее детализированную характеристику МП дает А. Шурус<sup>12</sup>, выделяющий четыре группы качественных критериев малого предпринимательства, каждая из которых включает от трех до шести признаков. Им выделено 20 признаков, относящихся к внешней и внутренней среде предприятия, отражающих различные особенности функционирования МП. В классификацию включены: единство права собственности и непосредственного управления предприятием; влияние семейных и родственных связей на кадровую политику, принятие стратегических решений, выбор правовых форм и другие параметры деятельности МП.

Такая группировка критериев выделения малого предприятия, с одной стороны, носит всеобъемлющий и во многом исчерпывающий характер. С другой стороны, различные аспекты деятельности МП присутствуют фактически в каждой из четырех выделенных классификационных групп. Трудности представляют также практический анализ деятельности

---

<sup>12</sup> А. Шурус. Становление системы поддержки малого предпринимательства в России. // РЭЖ, 1997, № 5-6, с. 87.



различных предприятий по выделенным признакам ввиду многочисленности последних.

По определению А. Блинова “ключевое отличие малого предприятия – не размеры и техническая вооруженность, а некое неформальное сочетание черт частного сектора; формальное же наименование малого предпринимательства определено нормативными государственными решениями, а не естественными экономическими отношениями и поэтому не имеют решающего значения<sup>13</sup>”.

Своеобразное представление на эту проблему у Дэвида Дж. Стори утверждающего, что “ключевое различие между малыми и крупными компаниями заключается в природе неопределенности. Крупная компания сталкивается с внутренней неопределенностью, смысл которой, главным образом, сводится к тому, чтобы обеспечить обязательное выполнение решений, принятых на уровне руководства, в рамках всей организации. Небольшая компания сталкивается с проблемой внешней неопределенности, когда узкий набор товаров или потребителей приводит к тому, что фирма отдается на милость рынка. Другими словами, небольшая фирма обычно не оказывает никакого влияния на рыночную цену и не имеет возможности препятствовать проникновению на рынок других компаний. Ее неопределенность лежит во внешней - рыночной сфере”<sup>14</sup>.

Подводя определённый итог вышеизложенному, следует, на наш взгляд, отметить, что проблема определения размера предприятия часто подменяется ответом на вопрос, каковы критерии определения этого размера. Эта проблема тесно связана с двумя аспектами: минимально

---

<sup>13</sup> А. Блинов. Малое предпринимательство. Организационные и правовые основы деятельности. М. Ось-89, 1997, с.37.

<sup>14</sup> Д.Стори. Роль малых и средних предприятий в международных инвестициях. В сб. Иностранные прямые инвестиции в малые и средние предприятия в странах с переходной экономикой. – М.: Инфомарт, 1996 с.173

эффективным размером предприятия и концентрацией производства. А они, в свою очередь, зависят от эффекта масштаба.

Эффект масштаба производства показывает, как меняются средние издержки производства с изменением размеров предприятия, т.е. учитываются внутренние факторы, и как расширяется данная отрасль в целом, т.е. учитываются внешние факторы.

Положительным эффектом масштаба называют такую ситуацию, когда рост объема выпуска опережает рост используемых факторов производства.

Отрицательный эффект масштаба производства отражает такую ситуацию, когда увеличение размеров предприятия приводит к росту средних издержек. Главная причина возникновения такого эффекта заключается в том, что при расширении фирмы усложняется управление, организация и контроль деятельности. В конечном счете это приводит к росту затрат и потере эффективности.

Положительный или отрицательный эффект масштаба производства являются важнейшими факторами, определяющими уровень концентрации производства в отрасли. Их необходимо учитывать и при разработке государственной политики.

Если действует положительный эффект масштаба производства, то экономически выгоднее иметь одну или несколько крупных фирм, чем множество мелких. Издержки в этом случае будут меньшими, но существует опасность установления монопольно высоких цен, и государство поэтому должно контролировать цены в соответствующих отраслях.

Рост числа фирм в отраслях с положительным эффектом масштаба производства затруднен. Показателем, характеризующим барьер входа в такую отрасль, служит минимально эффективный размер.

Минимально эффективный размер (МЭР) – это наименьший объем выпуска, при котором фирма может минимизировать свои долгосрочные средние издержки.

Длительная положительная отдача от масштаба производства означает, что МЭР характеризуется значительным объемом производства. Такая ситуация характерна для металлургии, автомобилестроения, химической промышленности. Здесь типичным и экономически оправданным является функционирование небольшого числа крупных фирм.

Если в отрасли действует преимущественно отрицательный эффект масштаба производства, то МЭР определяется небольшим объемом производства. В такого рода отраслях экономически выгодным является существование большого числа мелких фирм. К ним относятся розничная торговля, хлебопекарная, швейная, обувная и некоторые другие отрасли преимущественно легкой и пищевой промышленности.

Следует отметить, что согласно зарубежным исследованиям, многие отрасли в реальной практике гораздо более концентрированы и поэтому менее конкурентны, чем можно было бы ожидать, исходя из концепции минимально эффективного размера предприятия<sup>15</sup>.

В «Основных направлениях развития малого предпринимательства в России и его государственной поддержки до 2000 года» предполагалось еще в период 1996-1997 гг. закрепить в российском законодательстве общепринятые в мировой практике, в частности, в практике Европейского Сообщества (ЕС) понятия «микрофирма» (в пределах до 10 занятых) и среднее предпринимательство, (в пределах от 100 до 500 занятых). Предполагалось также распространить на средние фирмы действие федерального закона «О государственной поддержке малых предприятий». Однако законодательное решение о введении понятий «микрофирма» и

---

<sup>15</sup> Макконел Кемпбелл Р., Брю Стэнли Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. Т.2. М. Республика, 1992, с. 63-64.

«средняя фирма» до стоящего времени не принято, и это вносит элементы неопределённости в деятельность МСП, что не способствует повышению их роли в развитии экономики.

Проведенные в Европейском Союзе (ЕС), исследования показывают, что наибольший вклад в занятость дают микрокомпании. В настоящее время в Западной Европе на микрофирмах с числом занятых менее 10 человек работает больше людей, чем на крупных фирмах с числом занятых 500 и более<sup>16</sup>. Выработка на 1 работающего в микрофирмах близка к аналогичному показателю в крупных компаниях<sup>17</sup>.

Среднее предпринимательство также является важным фактором экономического развития, занимая не только серединное положение между крупным и малым бизнесом, но и оказывая серьезное влияние на обеспечение занятости и рост важнейших экономических показателей развития соответствующих стран.

Данные таблицы 7 характеризуют количественные критерии основных размерных групп предприятий, применяемые в различных странах без их дифференциации по отраслям.

Как видно, выделение «микрофирм» и «средних фирм» является типичным для развитых в экономическом отношении стран. Критерии выделения различных размерных групп мало варьируются по странам. Следовательно, для сопоставимости анализа в российском законодательстве можно использовать критерии выделения микрофирм и средних фирм, используемые в ЕС. Это имеет прямой смысл и потому, что многие малые предприятия в процессе своего развития превратились в средние и по численности занятых, и по объемам производства. В частности в Нижегородской области к ним можно отнести ООО «Цитрон»,

---

<sup>16</sup> Д. Стори. Роль малых и средних предприятий в международных инвестициях. В сб. Иностранные прямые инвестиции в малые и средние предприятия и с помощью малых и средних предприятий в странах с переходной экономикой. М.: Информарт, 1996, с. 167.

<sup>17</sup> В.Е. Хруцкий. Управленческий потенциал в промышленности США. М.: Наука, 1988, с. 84.

ООО «Карина-Пром», предприятие, производящее лекарственные препараты и ряд других.

Таблица 7

**Количественное определение размера фирмы по критерию занятости (чел.)**

	Микрофирмы	Малые Фирмы	Средние Фирмы	Крупные Фирмы
1. ЕС <sup>18</sup>	1-10	11-49	50 - 249	>250
2. ЕС <sup>19</sup>	1-20	21-99	100-499	>500
3. США <sup>20</sup>	1-20	21-99	100-499	>500
4. Япония <sup>21</sup>	1-20	21-299	21-300	>300
5. Франция <sup>22</sup>	1-10	11-99	100-500	>500
6. Германия <sup>23</sup>	-	1-49	50 - 499	>500
7. Польша <sup>24</sup>	-	1-50	51-500	>500
8. ЮАР <sup>25</sup>	-	1-50	51-249	>500
9. Россия	-	1-99		>100

Средняя численность занятых на одном предприятии во временном аспекте практически во всех странах имеет тенденцию к понижению. Так исследования проведенные в США показывают, что средняя численность занятых на предприятиях, введенных в эксплуатацию до 1970 года, составляла 644 чел., а в 80-е годы лишь 200<sup>26</sup>.

В других промышленно развитых странах этот показатель значительно ниже. В Японии например, 20 человек, Германии - 44 человека. Если сопоставить приведенные данные с критериями среднего предприятия в соответствующих странах (табл. 7), то можно увидеть

<sup>18</sup> Статистический анализ динамики малого предпринимательства и эффективности малого бизнеса как сектора российской экономики. Tacis Project SMERUSS9501, с. 3. Данные критерии используются с 1995 года.

<sup>19</sup> ENSR, 1993. Данные критерии использовались при анализе малого предпринимательства до 1995 года.

<sup>20</sup> Разумнова И.И. Мелкие фирмы в США. М. Наука, 1989, с. 54.

<sup>21</sup> Костенко А. Поддержка государством малого бизнеса в Японии // Человек и труд, 1994, №2, с. 52.

<sup>22</sup> А. Блинов. Малое предпринимательство. Организационные и правовые основы деятельности. М.: Ось-89, 1997, с. 32.

<sup>23</sup> Евенко Д.А. мелкий бизнес в Западной Европе. – АН СССР, 1991, с. 98.

<sup>24</sup> М. Хучек, А. Ходыйски. Инновационность малых предприятий // Вестн. Моск. Ун-та. Сер. 6 Экономика, 1997, №2, с. 60.

<sup>25</sup> Цыганков А. Роль малого бизнеса в экономике Южной Африки // Человек и труд, 1994, №2, с. 45.

<sup>26</sup> И. Разумнова. Мелкое предпринимательство в промышленности США // Проблемы теории и практики управления, 1990, №6, с. 88.

отсутствие прямой зависимости между ними. Это связано, в первую очередь, с введением дополнительных критериев. Например, по методологии ЕС, используемой с 1995 года, годовой оборот среднего предприятия должен быть менее 16 млн. ЭКЮ и баланс менее 8 млн. ЭКЮ.

Обоснование размера предприятия должно быть связано с особенностями каждой страны, уровнем развития её экономики, степенью монополизации экономики и фактическими размерными характеристиками существующих предприятий.

Как правило, критерии отнесения предприятий к малым и средним в монополизированной экономике должны быть выше, чем в немонополизированной экономике. Например, в СССР средняя численность работающих на одном предприятии составляла 750 чел., а в Греции, если пользоваться критериями ЕС, все предприятия попадают в категорию малых. Поэтому, использование одинаковых критериев и для России, и для Греции будет неверным.

Основываясь на вышеизложенном можно сделать вывод, что если исходить из необходимости постепенной интеграции России в ЕС и возможности проведения международных сопоставлений, то целесообразно использовать критерий средней фирмы, определенный комиссией ЕС. Если исходить из задачи дальнейшей демонополизации экономики и развития конкурентной среды, то эти критерии должны быть снижены. Но в любом случае, с нашей точки зрения, главным критерием должна быть не столько численность занятых, сколько объемы производства, поскольку последние определяют значимость предприятия для развития экономики страны.

Региональным же органам власти должны быть предоставлены определённые права вводить дополнительные критерии для определения размеров предприятий местного значения, когда речь идёт о правах на поддержку при реализации региональных проектов.

Учитывая вышеизложенное можно сделать вывод о том, что не существует однозначных и всеми признанных критериев, согласно которым можно было бы четко определить размер предприятия с точки зрения отнесения его к той или иной категории. И, с нашей точки зрения, это является закономерным, поскольку в каждой стране и в каждой отрасли внутри страны существуют свои отличительные особенности, определяющие критерии оценки величины предприятия. На формирование этих критериев оказывают влияние многие факторы: производительность труда, общий уровень развития экономики, темпы реализации в народном хозяйстве достижений научно-технического прогресса, государственная политика в области занятости населения и др. В концептуальном же смысле, еще раз подчеркнем, наиболее объективным критерием в высокоразвитых в экономическом отношении странах в современных условиях должен быть объем выпускаемой продукции.

## **ГЛАВА II. Исследование деятельности и проблем развития малых и средних промышленных предприятий**

### **2.1. Методы оценки эффективности функционирования малых и средних промышленных предприятий**

Функционирование МСП связано не только с их эффективностью, но и обусловлено рядом объективных процессов экономического развития. Возрастающие темпы научно-технического прогресса, ведущие к кардинальным изменениям в технике и технологии производства, к широкому использованию гибких производственных процессов, основанных на инновационной и информационной технике, сделали возможным для МСП сокращать издержки производства и таким образом обеспечивать конкурентоспособность своей продукции в определенных рыночных нишах. Поэтому одной из областей научных исследований становится изучение влияния размера предприятия на рост эффективности его функционирования.

Проблеме эффективности функционирования МСП уделяется значительное внимание в зарубежной практике. В связи со становлением и развитием МСП в России она все более значимой становится и в наших условиях и необходимость ее решения также становится все более актуальной.

Выскажем некоторые соображения по вопросам, имеющим непосредственное отношение к количественному измерению эффективности крупных, малых и средних предприятий. Определим различия между понятиями: «эффект», «эффективность», и «производительность».

*Эффект* – представляет собой получение конкретного результата с точки зрения удовлетворения определенной потребности.



*Эффективность характеризует* соотношение эффекта с затратами, произведенным и для его достижения.

Что касается производительности, то здесь есть некоторые различия в ее взаимосвязях с эффективностью в позициях отечественных и зарубежных экономистов и исследователей. Советская литература рассматривала производительность труда как частный случай эффективности.

С точки зрения зарубежных специалистов, эффективность - это либо одно из слагаемых производительности, либо термин, по смыслу полностью совпадающий с термином «производительность труда». Такая интерпретация этого показателя обусловлена следующими терминологическими различиями. Категория «производительность» рассматривается в зарубежной практике как эффективность использования всех ресурсов производства: труда, капитала, земли, материалов и др. Производительность же труда отражает результативность использования только одного фактора производства - труда. Так как в краткосрочном аспекте меняется только такой фактор производства как труд, то правомерным, по нашему мнению, является использование производительности труда как основного измерителя эффективности (производительности).

Основная же исходная формула расчета эффективности (производительности) как в отечественной, так и в зарубежной литературе, одинакова:

Эффективность == выпуск/затраты.

Как видно, различия в понятиях здесь обусловлены тем, что под затратами отечественные исследователи понимают лишь рабочую силу и средства производства, а зарубежные – практически все факторы производства.

Но, используя понятие эффективности, надо иметь в виду две ее крайности. С одной стороны, это довольно узкое понятие, не дающее цельного представления о производственном процессе, но количественно легко измеримое в виде показателя производительности труда. С другой стороны – эффективность весьма разносторонне характеризует производственный процесс, но для своего количественного представления требует системы показателей, что весьма непросто реализовать на практике.

Учитывая, что труд является основной составляющей, создающей материальные и другие ценности (общественное богатство), мы будем рассматривать производительность труда как главный критерий эффективности (производительности) предприятий с разными масштабами производства.

Отечественные работы, в которых исследуются размеры предприятий в связи с их эффективностью, имеют в основном описательный характер.

А. Шулус, например, следующим образом определяет экономическое значение малых предприятий: «они призваны без существенных капитальных вложений расширить производство многих потребительских товаров и услуг с использованием местных источников сырья, принять активное участие в конверсии через подключение к сети кооперационных связей и использование высвобождающихся ресурсов, приблизить производство товаров и услуг к потребителю, помочь выравниванию условий жизни в населенных пунктах различных масштабов и т.д.»<sup>27</sup>

Как видно, здесь по существу соединены экономический и социальный эффекты МСП, отражены многие их преимущества практически без какой-либо количественной оценки.

Эффективность функционирования МСП на региональном уровне предлагается оценивать через целый комплекс показателей:

---

<sup>27</sup> А. Шулус. Субъекты малого предпринимательства и система его государственной поддержки. // Российский экономический журнал, 1996, №5-6, с. 69.

- общий объем производства МП;
- объем реализованных товаров и услуг;
- объем экспортной продукции;
- объем налоговых поступлений от МП;
- балансовая прибыль;
- число вновь созданных МП рабочих мест<sup>28</sup>.

Фактически же при определении эффективности функционирования МСП ограничиваются незначительным числом параметров, которыми являются: объем реализации, прибыль, занятость.

Интерес представляют результаты подобных исследований, проведенных в развитых зарубежных странах. Здесь имеются два основных подхода к оценке сравнительной эффективности предприятий с разными масштабами деятельности:

1. Техническая эффективность, оцениваемая относительно максимально возможного технического потенциала в данной отрасли.
2. Рентабельность, оцениваемая через призму её соотношения с размерами предприятия.

Измерение технической эффективности предприятий рассмотрено в фундаментальном исследовании М. Фаррелла<sup>29</sup>, который оценивает техническую эффективность как успех в создании возможно большего объема продукции при минимизации вклада.

В его модели принято считать, что в промышленности используется два вида ресурсов –  $V_1$  и  $V_2$  для производства одного изделия  $q$ . Объем каждого ресурса, требуемого для того, чтобы произвести единицу продукции равен  $x_i$  и  $y_i$ , где

$$x_i = V_{1i} / q_i \quad (1),$$

$$y_i = V_{2i} / q_i \quad (2).$$

<sup>28</sup> Базовая модель региональной и муниципальной программ поддержки малого бизнеса Серия «Бизнес Тезаурус (учебно-методические пособия для российского бизнеса) М.: ЦСиЭИ. 1998, с. 12

<sup>29</sup> Farrel, M/J/, 1957, "The Exclusive Concept: Efficiency", Research Report or Occasional Paper, No 109, Department of Economics, University of Newcastle.

Размер ресурсов  $x_i$ ,  $y_i$ , требуемых для каждой фирмы, может быть представлен точками на координатной плоскости в виде изокванты, изображенной на рис.1, которая представляет собой кривую, с расположенными на ней всеми сочетаниями производственных факторов, использование которых обеспечивает одинаковый объем выпуска продукции.

В самом простом случае изокванта эффективности Фаррелла получена соединением точек так, что все точки включены в нее или лежат выше линии соединения.

Предприятие, представленное точкой D, лежащей выше изокванты по отношению к началу координат, может быть названо технически неэффективным, так как использует большее количество входных ресурсов, чем любое другое, лежащее на изокванте и использующее ресурсы в той же самой пропорции. Эффективным, например, является предприятие, представленное точкой на пересечении луча, исходящего из начала координат с изоквантой D\*. С целью наглядности на рис. 1 представлено использование ресурсов для выпуска единицы продукции пяти предприятий, одной гипотетической отрасли промышленности.

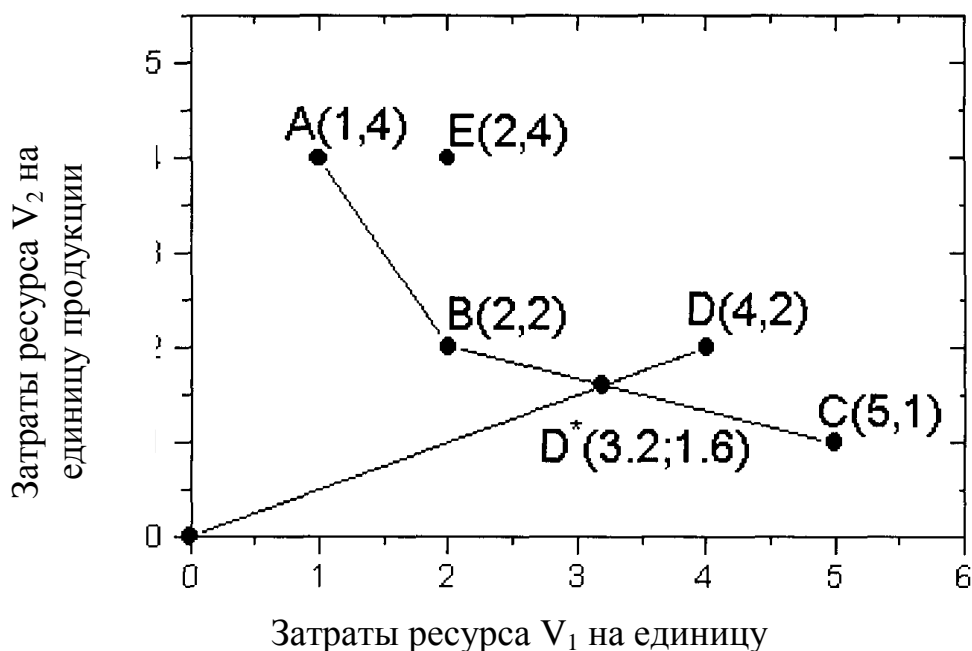


Рис. 1. Изокванта технической эффективности М. Фаррелла

$$\{ \{x,y\}: A(1,4), B(2,2), C(5,1), D(4,2), E(2,4) \}$$

Соединяя точки А,В и В,С получаем изокванту эффективности Фаррелла. Предприятия, представленные точками D и E, являются, согласно определению Фаррела, технически неэффективными.

Для оценки технической эффективности предприятия, представленного точкой D, необходимо определить входные ресурсы гипотетического предприятия, представленного точкой D\* на изокванте эффективности. Фаррелл утверждал, что его идея определения технической эффективности любого предприятия относительно гипотетического предприятия на изокванте, в значительной мере есть стандарт и основа для измерения такой эффективности.

Поскольку известно, что предприятию, представленному точкой D\* требуется 3,2 единиц V<sub>1</sub> и 1,6 единиц V<sub>2</sub>, чтобы произвести одну единицу продукции, а предприятию представленному точкой D, соответственно 4 и 2 единицы, то в приведенном примере уровень использования для каждого ресурса у предприятия D\* будет равен 0,8 по сравнению с затратами технически неэффективного предприятия D (3, 2 : 4 и 1,6 : 2).

Отсюда следует, что фактическая мера технической эффективности (TE) равна:

$$TE = OD^* / OD = 0.8$$

Фаррелл считает, что этот критерий может быть обобщен для большего числа ресурсов и для более чем одного вида продукции.

Укажем, что подход Фаррелла может применяться лишь для оценки сравнительной эффективности родственных предприятий. Смысл его прост: техническая эффективность конкретного предприятия оценивается по отношению к эталонному (наилучшему) в плане используемых на единицу продукции ресурсов.

Подход Фарелла был использован для сравнительной оценки технической эффективности малых и крупных предприятий в Австралии<sup>30</sup>.

Производственная функция, принятая для измерения технической эффективности в проведенном исследовании, имеет вид функции Кобба-Дугласа. Валовой объем производства ( $GO$ ) – зависимая переменная в модели и выражается как функция от труда ( $L$ ), капитала ( $K$ ), материалов ( $M$ ). Модель наблюдений по  $N$  предприятиям определена в натуральных логарифмах:

$$\ln(GO) = a_0 + a_1 \ln L + a_2 \ln K + \ln M + \varepsilon, \quad (3) \text{ где:}$$

$\varepsilon$  - случайная ошибка.

Анализ показал, что из 90 отраслей австралийской промышленности, подвергнутых исследованию с помощью данной модели, в 52 отраслях (57,8%) средняя техническая эффективность больших предприятий превышала среднюю техническую эффективность малых на 1 процентный пункт. Из них в 34 отраслях это различие составляло 3 пункта. В 29 отраслях (32%) не выявлено значимого превосходства той или иной группы, поскольку различия в средней технической эффективности колебались в пределах 1 пункта в пользу или больших, или малых предприятий. В оставшихся 9 отраслях (10%) средняя техническая эффективность малых предприятий превышала среднюю техническую эффективность больших не более чем на 1 пункт.

Из изложенного можно сделать вывод, что говорить об однозначной более высокой технической эффективности крупных предприятий нельзя, ввиду малых различий этого показателя, тем более что у 1/3 малых и больших предприятий этот показатель практически одинаков. Однако, отметим, что крупные предприятия все же здесь лидируют, хотя и без ярко выраженного преимущества.

---

<sup>30</sup> Winston C. Dunlop, 1992. Small – v – Large Firms in Australian Manufacturing // Small Business Economics 4:45 – 58.

К аналогичным выводам пришли Миссен и Ван дер Брейк, исследовавшие отношения между технической эффективностью и размером предприятий в Голландии. Они заключили, что их результаты «...кажется указали, что большие предприятия технически более эффективны, чем малые»<sup>31</sup>.

Отметим, что техническая эффективность или минимальная стоимость производства, являясь необходимым условием для получения максимальной прибыли, все же не является и достаточным условием. Предприятия могут быть технически эффективны, однако использование ими трудовых, материальных и финансовых, а особенно природных ресурсов, тем не менее, будет неэффективным с общественной точки зрения, если их продукция является не отвечающей интересам потребителей и общим рыночным условиям страны или отдельных ее регионов. В связи с этим традиционным является подход, оценивающий эффективность по критерию прибыльности или рентабельности.

Исследуя эту проблему, Холл и Вейсс заключили, что крупные предприятия имеют, как правило, более высокий уровень прибыли. Однако в исследованиях М. Тимари, проведенных на основании сравнительных данных корпораций США, Франции, Великобритании, Японии и Израиля, сделан противоположный вывод. М.Тимари констатирует, что малые фирмы, несмотря на ограниченный доступ к капиталам и денежному рынку, получают относительно большую прибыль, по сравнению с крупными предприятиями. Одновременно он отмечает большую дифференциацию рентабельности среди мелких фирм, как в масштабах каждой страны, так и группы предприятий в международном масштабе. Различия в выводах исследователей об эффективности функционирования предприятий в зависимости от их величины, с нашей точки зрения, есть, главным образом, результат оценки частных случаев (частных сфер

---

<sup>31</sup> Meeusen, W, and J. Van den Broeck, 1977 «Technical Efficiency and Dimension of the Firm: Some Results on the Use of Frontier Production Functions, Empirical Economics 3 (2)», 109-122.

исследований), а не общей тенденции. В целом же мы считаем, что если в одной и той же отрасли предприятиями проводится одна и та же продукция с самостоятельным выходом с ней на рынки сбыта, то крупный производитель здесь, безусловно, более эффективен. И поэтому для малых и средних промышленных предприятий, ориентированных на самостоятельное производство продукции конечного потребления одной из главных проблем обеспечения высокой эффективности является правильный выбор сферы деятельности. Косвенно это утверждает и М. Тимари, говоря, что малые предприятия развивают свою деятельность в тех отраслях, где они могут получить высокие цены по сравнению с уровнем оборота<sup>32</sup>. А это, с нашей точки зрения, могут быть отрасли, не привлекательные для крупных предприятий с точки зрения объемов производства. Иначе говоря, для правильных выводов нужна чистота опытов исследования.

Результаты уже упоминавшегося австралийского исследования выглядят, например, следующим образом. В 25 отраслях из 90, включенных в данный анализ (26%), различие средней рентабельности, измеренной как отношение прибыли к объему продаж между малыми и большими фирмами составляет  $\pm 1$  процентных пункта. В двадцати восьми отраслях промышленности (29%) средняя рентабельность малых фирм превышает среднюю рентабельность больших фирм более чем на 1 пункт. Из них лишь в пяти отраслях корреляция существенна. В оставшихся 45% отраслей приоритет принадлежит крупным фирмам. Видимо, эти исследования нельзя, образно говоря, признать чистыми уже потому, что в них включено 90 отраслей, каждая из которых имеет свои специфические особенности.

---

<sup>32</sup> Цит. по М. Хучек, А. Ходыйски. Инновационность малых предприятий. // Вест. Моск. Ун-та. Сер 6. Экономика, 1997, "2, с. 61-62.



Общие выводы по результатам эмпирических исследований технической эффективности и доходности могут быть следующими.

1. В пределах отрасли эффективность предприятий существенно варьируется. Изменчивость эффективности функционирования больших предприятий в общем меньше, чем малых.

2. Хотя нельзя однозначно утверждать, что в пределах каждой отрасли эффективность конкретного предприятия есть функция его размера, однако техническая эффективность больших предприятий имеет тенденцию превосходить малые предприятия в большинстве отраслей.

3. Отрасли, для которых крупные предприятия технически более эффективны, чем малые, не обязательно являются теми отраслями, в которых крупные предприятия более рентабельны.

4. Обобщения, касающиеся сравнительной эффективности больших и малых предприятий в отраслевом резерве, не являются однозначными. Концепция эффективности при рассмотрении должна быть уточнена - «техническая эффективность» или «рентабельность».

5. Правильная оценка сравнительной эффективности функционирования крупных и малых предприятий зависит от «чистоты опыта».

В рассмотренных исследованиях упускается и то, что сравнительная эффективность будет варьироваться не только от отрасли к отрасли, но и, возможно, во временном аспекте. В этом смысле укажем, что различия в росте производительности между предприятиями одной отрасли не могут сохраняться надолго вследствие снижения роста производительности у тех, которые стали неконкурентоспособными и вытесненными из отрасли.

Динамика производительности за короткий период времени подвержена случайным влияниям. Она может быть необычайно высока в одни годы и необычайно низка в другие годы. Для того чтобы обнаружить

различия в росте производительности, связанном с размером предприятия, производительность должна быть определена в течение достаточно длительного периода времени.

В таблице 8 показаны средние коэффициенты роста затрат и выпуска для 6 классов размеров предприятий, рассчитанные С. Люстгартеном<sup>33</sup>. Из нее следует, что для всех классов размеров предприятий характерна сильная разница в коэффициенте роста относительно различных затрат.

Таблица 8

**Среднегодовая доля коэффициентов роста фактора затрат и выработки в промышленных отраслях, классифицированных по среднему размеру фирмы в отрасли**

Средний размер фирмы (численность занятых)	Число наблюдений	Выпуск продукции	Затраты труда производственных рабочих (чел/час)	Затраты труда служащих (чел/час)	Чистый фонд капитала	Другие нетрудовые затраты
0-19	145	3,45	0,41	1,25	3,79	1,34
20-49	380	3,31	0,24	1,20	3,90	1,21
50-99	355	3,52	0,15	1,59	4,73	1,47
100-249	290	3,80	0,33	1,99	4,69	1,17
250-499	137	4,33	0,60	1,61	4,45	1,76
500 и >	120	4,16	-0,29	0,75	5,04	1,64
<b>Итого:</b>	<b>1427</b>	<b>3,65</b>	<b>0,24</b>	<b>1,47</b>	<b>4,41</b>	<b>1,47</b>

Обращает на себя внимание тот факт, что практически нет роста затрат труда производственных рабочих, небольшой рост в затратах труда служащих и очень значительный рост в затратах капитала.

<sup>33</sup> Источник: S.A. Lustgarten, 1988. "Firm Size and Productivity Growth in Manufacturing Industries", in "Small Business in a Regulated Economy", eds. R.J. Judd, W.T. Greenwood, F.W. Becker, Quorum books, New York, p. 269.

В каждом размерном классе коэффициент роста капитала превышает коэффициент роста выпуска, а коэффициент роста затрат труда отстает от коэффициента роста выпуска. Рост производительности труда отражает замену труда на капитал, а также технические изменения. Так как коэффициент роста капитала был почти в десять раз больше коэффициента роста труда, то потенциальное влияние фактора замены стало реальным.

Данные таблицы 8 также показывают существенную разницу между коэффициентами роста капитала и труда в разных размерных группах фирм. Здесь важно отметить, что коэффициент роста капитальных затрат был 3,8% в год для группы предприятий наименьшего размера и 5,0% в год - для крупнейших предприятий.

С другой стороны, затраты труда производственных рабочих уменьшились на 0,3% в год в классе фирм наибольшего размера. Коэффициент роста капитала увеличивается в соответствии с ростом размера фирмы.

Хотя рост трудовых затрат был самым низким для крупнейших предприятий, он не был наивысшим и в классе предприятий наименьшего размера. Однако значительно более высокий рост капитала для крупных фирм тем не менее означает, что в качестве оценки экономической эффективности рост производительности труда будет не в пользу малых фирм.

Исследования С. Люстгартена показали, что рост производительности труда в долгосрочном периоде больше в крупных фирмах. Данный результат, если его рассмотреть с позиции выбранной методологии, является отражением более высокой технической эффективности крупных фирм, особенно ярко проявляющейся в долговременном аспекте. В этом аспекте «срок давности» используемых С. Люстгартеном данных (он брал информацию за период 1947-72.г.г.), позволяет говорить, что в данном исследовании не нашли отражения современные технологические

особенности производства, а они тоже будут в пользу крупных предприятий.

Учитывая вышеизложенное, можно сделать вывод, что проблема оценки сравнительной эффективности крупного и малого бизнеса представляет большой научно-практический интерес и неоднозначно интерпретируется различными исследователями. Выводы эмпирических исследований носят противоречивый характер и в существенной степени зависят от выбранной методологии.

Очевидно, что существующая точка зрения на малый и средний бизнес как бизнес с низкой эффективностью без его привязки к конкретной сфере деятельности также является неточной. Ряд отраслей может продемонстрировать примеры более высокой или сопоставимой с крупным бизнесом эффективности. Достижения научно-технического прогресса свидетельствуют о появлении тенденции к миниатюризации используемого оборудования и компьютеризации технологии, позволяющей успешно применять их и на предприятиях с малыми масштабами деятельности.

Следует отметить, что в работах зарубежных исследователей обычно не учитываются такие аспекты эффективности, как улучшение социальной ситуации, обеспечение бюджетной наполняемости, чрезвычайно важные для нынешнего этапа развития экономики России.

Учитывая особенности нынешнего этапа развития рыночных отношений в России, И. Мишурова, например, предлагает относительную эффективность функционирования крупных и малых промышленных предприятий производить с позиций оценки: технической эффективности, коммерческой эффективности, бюджетной эффективности, социальной эффективности.

Техническую эффективность И. Мишурова оценивает как эффект в создании как можно большей продукции от данного количества вклада.

Она (техническая эффективность) основана на максимизации объема производства при заданном значении издержек производства. Если фактический результат соответствует потенциалу, то предприятие является технически эффективным.

Эмпирические исследования показывают, что техническая эффективность крупных фирм, как правило, выше для большинства отраслей. Это связано в первую очередь с эффектом экономии на масштабах производства. Кроме этого, крупные фирмы имеют относительные преимущества во внедрения новых технологий.

Критериями коммерческой эффективности или относительной рентабельности крупных и малых фирм И.Мишурова предлагает считать отношение прибыли к объему реализованной продукции или долю прибыли, приходящейся на 1 работающего. Мировой опыт показывает, что большие предприятия в среднем являются коммерчески не более эффективными, чем малые.

Критерием для оценки бюджетной эффективности И. Мишурова считает уровень налогов, приходящийся на 1 работающего соответственно в крупном и малом бизнесе.

Говоря о социальной эффективности, И. Мишурова\* правильно отмечает, что она имеет очень широкое толкование в научной литературе. Сюда относят повышение уровня и качества жизни, рост занятости населения, политическую стабильность, рост, предпринимательской культуры и социальной ответственности населения и другие факторы. Большинство из этих показателей не имеет количественной оценки. Однако, исходя из того, что одной из важнейших социальных проблем нашего общества в настоящее время является проблема безработицы, следует принять в качестве одного из основных критериев социальной эффективности прирост рабочих мест, приходящейся в среднем на одно

---

\* Мишурова И.В. Малое предпринимательство в региональной экономик. – Ростов на Дону, РГ ЭА, - 2000.

предприятие соответственно в секторе «большой» и «малой» экономики. Кроме этого можно использовать здесь и показатель среднемесячной заработной платы, приходящейся на одного работающего. При возрастающей напряженности на рынке труда малый бизнес остается одной из немногих сфер, где возрастает занятость, и, следовательно, в этом аспекте он является социально эффективным. Малое и среднее предпринимательство является также одним из важных направлений становления среднего класса, который может стать существенным фактором укрепления социальной и экономической стабильности в России.

Различные подходы оценки сравнительной эффективности промышленных предприятий не являются взаимоисключающим. Оценка с позиций технической эффективности, например, важна для высокотехнологичных отраслей. Коммерческая эффективность наиболее применима для тех сфер производства, где высок уровень насыщения рынка и поэтому важную роль играет качество продукции. Оценка с позиций бюджетной эффективности играет важную роль для определения приоритетов в поддержке предприятий расположенных в донорских регионах. Учет же социальной эффективности является необходимым условием при решении социальных проблем особенно в регионах с высоким уровнем безработицы.

В принципиальном аспекте в настоящее время следует указать на значимость учета коммерческой и бюджетной эффективности, учитывая при этом, что оба эти вида эффективности в конечном итоге являются производными от функционирования материальной сферы производства, т.е. от технической и коммерческой эффективности функционирующих промышленных предприятий. Поэтому рост числа коммерчески и технически эффективных предприятий с разными масштабами их деятельности в наибольшей степени способствует подъему производства, а следовательно и росту жизненного уровня населения.

Существующая система статистического учета малых и средних предприятий не позволяет проводить сравнения в большинстве отраслей, так как отсутствует разбивка малых и средних предприятий по различным отраслям промышленности. Это резко снижает возможности оценки динамики данного сектора экономики и ее сопоставления с динамикой крупных предприятий в соответствующих отраслях. Кроме этого, весьма существенным является также вопрос об оценке интегральной эффективности, хотя и представляется, что ее использование является целесообразным только в случаях альтернативности решения о направлении бюджетных средств в крупный или малый бизнес какой-либо отрасли. И если складывается такая ситуация, то следует учитывать, что:

- существуют сферы деятельности, где выгодным является приложение крупного капитала и наоборот – сферы, где большой эффект дает малый капитал;
- политика государства должна строиться на сбалансированной поддержке всех видов предприятий, если они способствуют возрождению экономики;
- если малые и средние предприятия коммерчески эффективны, то они наиболее способны к саморазвитию, и их начальная финансовая поддержка в дальнейшем должна носить в основном консалтинговый характер;
- малые различия в эффективности, наличие преимуществ, как у крупных, так и у малых и средних предприятий, свидетельствует о необходимости их взаимодействия, которое может привести к позитивному синергетическому эффекту и государственная экономическая политика должна учитывать это явление.

## **2.2. Значение малых и средних предприятий в региональных процессах воспроизводства**

Хозяйственные отношения, складывающиеся в каждом регионе, выражаются в определенном единстве и завершенности всех воспроизводственных фаз: производства, распределения, обмена и потребления.

С этих позиций регионы могут рассматриваться как сложные образования, обособившиеся в процессе территориального разделения труда, которые характеризуются общностью и специфическим характером воспроизводственного процесса, высоким уровнем связей между производственно-техническими, экономическими, экологическими и социальными факторами, обеспечивающими жизнедеятельность региона.

Воспроизводственный подход к управлению развитием региона предполагает согласованное и взаимосвязанное развитие всех сфер производственной и непроизводственной деятельности, эффективное использование потенциальных ресурсов и укрепление территориальной кооперации, как факторов интенсификации производства, являющейся необходимым условием роста жизнедеятельного уровня населения.

В условиях централизованной системы управления экономикой воспроизводственный подход к развитию региональной экономики безусловно имел место, но обоснование внутрирегиональных пропорций производственной и непроизводственной сферы, анализ темпов роста отдельных подсистем региональной экономической системы рассматривались в первую очередь с позиций выполнения народнохозяйственных задач. И это отметим, нельзя признать негативным явлением с точки зрения обеспечения общегосударственных интересов, хотя при этом порой и игнорировались потребности и интересы регионального развития. Сами параметры регионального воспроизводства



во многих случаях не определялись, так как государственная статистика базировалась на принципах отраслевого планирования.

Акцент на формирование и усиление роли рыночных рычагов в развитии экономики привели к осознанию необходимости относительной обособленности отдельных регионов в реализации экономических и социальных целей развития, а это привело к необходимости учета особенностей воспроизводственного процесса на региональном уровне.

Проблемы комплексного развития регионов рассматривались в воспроизводственном аспекте в целом ряде работ еще в советское время. Так М.Н. Михеева, например, подчеркивала, что «основными объектами региональных исследований должны выступать вопросы определения воспроизводственных характеристик региона: соотношения между затратами и результатами, произведенным и используемым чистым продуктом, между уровнем производительности и уровнем потребления и т.д.»<sup>34</sup>

А.Добрынин обращал внимание на учет экономической целостности региона как того особого момента, который характерен для понимания региона как воспроизводственной единицы.<sup>35</sup>

А. Степаненко констатировал, что системный комплексный подход к развитию городов "включает весь процесс расширенного воспроизводства в единстве независимо от ведомственной подчиненности предприятий и организаций, все основные стороны жизни города, обеспечивает сбалансированность производственной и непроизводственной сфер, торговли, транспорта, быта и культуры".<sup>36</sup>

В некоторых работах подчеркивалось несовпадение материально-вещественной структуры производимой в регионе продукции и структуры

---

<sup>34</sup> Михеева Н. Математические методы и модели разработки программ регионального развития. - М.: Наука, 1987, с.18

<sup>35</sup> См. Добрынин. А. Региональные пропорции воспроизводства. - Л., 1977, с. 7-10; Попов А.И. Воспроизводственные процессы и формирование региональных подсистем. - Л., 1979, с. 12-15.

<sup>36</sup> Степаненко А.В. Города в условиях развитого социализма. - Киев, Наукова думка, 1981, с. 64

потребления.<sup>37</sup> Известно, что структуру производства региона определяют отрасли специализации, то есть те, для которых существуют условия обеспечивающие их эффективную деятельность. Эта специализация обуславливает нецелесообразность формирования всего комплекса отраслей в соответствии со структурой спроса его населения и вызывает широкое развитие межрегионального обмена.

Значительное внимание к проблемам и специфике управления развитием экономики на региональном уровне явилось результатом акцента на рыночные рычаги регулирования. Это связано с пониманием того обстоятельства, что в регионе замыкается основная часть воспроизводственных процессов, обеспечивающих создание и совершенствование условий жизнедеятельности населения.

Региональные производственно-хозяйственные и социально-экономические комплексы характеризуются определенной устойчивостью и наличием специфических экономических и социальных интересов. Это позволяет рассматривать регион как целостную воспроизводственную систему, самостоятельно обеспечивающую удовлетворение текущих потребностей населения, и решение проблем устойчивого развития с учетом максимального использования имеющихся ресурсов. Решение этих непростых задач обусловило необходимость дальнейших теоретических разработок и проведения соответствующих исследований.

Одной из первых работ этого плана с задачей создать современную теорию регионального воспроизводства является труд Л.С. Маршаловой и А.С. Новоселова<sup>38</sup> в котором, в частности, были сформулированы отличительные особенности регионального воспроизводственного процесса, к которым авторы отнесли:

---

<sup>37</sup> См. Региональное воспроизводство в системе социалистических производственных отношений / Под ред. Феодоритова В., Бродской Т. - Л.: Изд-во ЛГУ. 1984, с. 15-16.; Шнипер Р.И. Региональные предплановые исследования. - Новосибирск, Наука, 1978, с. 102-107.

<sup>38</sup> Маршалова А., Новоселов А. Основы теории регионального воспроизводства. -М.: ОАО "Экономика", 1998, с. 58.

- открытый характер экономики региона и обширные межрегиональные связи;
- несоответствие произведенного в регионе совокупного общественного продукта ресурсам, с которыми связано его производство;
- отсутствие строгой зависимости между произведенным и использованным национальным доходом;
- межотраслевые диспропорции, как следствие территориального разделения труда;
- особенности структуры использованного национального дохода.

Следует заметить, что, несмотря на широту представленного списка, в нем, с нашей точки зрения, отсутствуют такие отличительные особенности воспроизводственного аспекта региона, как комплексность развития регионального хозяйства и его относительная обособленность.

Комплексность развития предполагает взаимосвязь и взаимообусловленность отдельных производственных подсистем региона, сочетание различных форм и масштабов хозяйствования и видов собственности.

Экономическая обособленность в условиях усиления рыночных рычагов развития приобретает более широкое социально-экономическое содержание, трактуемое нередко в сугубо автаркических интересах некоторыми региональными руководителями. Так, например, ряд благополучных регионов пытается решить свои проблемы за счет других территорий, не учитывая неизбежных негативных последствий для себя даже в ближайшей перспективе. Одним из самых известных примеров такого поведения является Москва, где концентрируется основная часть финансовых ресурсов страны, никоим образом не пропорциональная участию этого региона в территориальном разделении труда. С другой стороны, происходит отток капиталов и других ресурсов из части регионов, поскольку они не находят там выгодного для интересов

отдельных групп, а не для региона, применения. Это приводит к невозможности реализации экономических и социальных целей регионов.

Поэтому здесь необходима реализация мер соответствующей структурной политики по мобилизации ресурсов всех регионов для выхода из экономического кризиса и перехода к стабильному росту.

Процесс регионального воспроизводства тесно связан с единичными воспроизводственными процессами, осуществляющимися на уровне субъектов предпринимательской деятельности, и интегрирует их в единую подсистему общественного воспроизводства.

А. Маршалова и А. Новоселов здесь справедливо отмечают, что "интеграция воспроизводственного процесса с единичными процессами воспроизводства предприятий и организаций, расположенных в регионе, осуществляется через региональные воспроизводственные циклы, обеспечивающие воспроизводство продукции, услуг и необходимых условий"<sup>39</sup>

Отечественная наука выделяет три типа воспроизводственных циклов: воспроизводство вещественных ресурсов (созданных средств производства и предметов потребления), воспроизводство трудовых ресурсов, воспроизводство природных ресурсов (естественные средства производства и предметы потребления).<sup>40</sup>

Отмечая правомерность такого деления, тем не менее укажем на его макроуровневую укрупненность. Воспроизводство средств производства и предметов потребления, например, не только существенно различаются, но и предназначено для удовлетворения потребностей различных субъектов региональной экономической системы. Не выделяется здесь и такой

---

<sup>39</sup> А.С. Маршалова, А.С. Новоселов. Основы теории регионального воспроизводства. М: ОАО "Экономика", 1998, с. 79.

<sup>40</sup> См., например, Региональное воспроизводство в системе социалистических производственных отношений. Л.: ЛГУ, 1984, с. 127.

важный воспроизводственный элемент, как воспроизводство финансовых ресурсов.

Другие авторы, исследуя воспроизводственные циклы, напротив, чрезмерно их детализируют. Так, Б.Винярски и др. к региональным воспроизводственным циклам относят:

- воспроизводство трудовых ресурсов;
- воспроизводство инвестиционно-строительного процесса;
- воспроизводство финансово-кредитных и денежных ресурсов;
- воспроизводство продовольственных ресурсов;
- воспроизводство природных ресурсов;
- воспроизводство производственных услуг;
- воспроизводство социально-бытовых услуг;
- воспроизводство услуг рыночной инфраструктуры;
- воспроизводство информации и знаний<sup>41</sup>.

Хотя такой подход следует признать более современным и точным, но и он не лишенным недостатков. С одной стороны, в такой классификации раздроблено воспроизводство различных видов услуг, а, с другой стороны, практически отсутствует воспроизводство вещественных ресурсов, кроме продовольствия.

С учетом вышеизложенного представляется целесообразным выделить в рамках региона следующие воспроизводственные циклы:

- воспроизводство средств производства и услуг промышленного характера;
- воспроизводство товаров и услуг для населения;
- воспроизводство трудовых ресурсов;
- воспроизводство природных ресурсов;
- воспроизводство финансовых ресурсов;

---

<sup>41</sup> Винярски Б., Шнипер Р.И., Новоселов А.С. Воспроизводственный аспект планового управления региональными системами / ИЭиОПП СО РАН. - Новосибирск, 1989, с. 14.

— воспроизводство услуг производственной и рыночной инфраструктуры.

Указанные циклы взаимосвязаны и все вместе составляют единую региональную воспроизводственную систему.

Рассмотрим роль и место МСП в осуществлении различных воспроизводственных циклов.

Воспроизводство средств производства и услуг промышленного характера зависит от наличия в регионе производства продукции инвестиционного характера, среди которой главную роль играет производство станков и оборудования для промышленных предприятий, вне зависимости от их регионального расположения. Если этот вид производства в регионе имеется, то это является одной из главных причин его участия в территориальном разделении труда, поскольку высокая капиталоемкость предприятий, производящих промышленное оборудование исключает строительство таких предприятий в каждом регионе для удовлетворения только собственных потребностей. Если же рассматривать роль малых предприятий в воспроизводственном цикле средств производства, то, учитывая большие материальные и финансовые ресурсы, необходимые для организации производства, она не может быть сколько-нибудь значимой даже для узкорегionalного уровня.

Предоставление услуг промышленного характера ( ввод в действие, ремонт, сервисное обслуживание и др.) носит обычно локализованный и разновременный характер. Поэтому услуги промышленного характера могут оказываться либо небольшими предприятиями на условиях субподряда, либо на правах филиалов крупных предприятий и здесь малые предприятия могут сыграть существенную роль.

Воспроизводство товаров и услуг для населения связано с формированием ресурсов для фонда потребления. Здесь речь идет о производстве продовольственных и промышленных товаров и социально-

бытовых услуг, необходимых для удовлетворения потребностей населения. Оно, как правило, нацелено на удовлетворение собственных нужд региона, а не на участие в межрегиональных экономических отношениях.

Эта особенность накладывает ограничение на экономически обоснованные размеры предприятий. Возможный эффект экономии на масштабах производства, например на предприятиях пищевой промышленности, будет нивелирован высокими затратами на хранение и транспортировку продукции. Однако при производстве продукции, являющейся комплектующей для легкой или пищевой промышленности, малые предприятия могут выходить не только на региональный и межрегиональный, но и на российский и даже зарубежный рынок. Одним из примеров этого является нижегородское предприятие «Цитрон», производящее корексы и коробки для упаковки продукции кондитерской промышленности. Предприятие не только вышло на общероссийский рынок, но и делает попытки поставки своей продукции на экспорт.

Отсюда следует, что потенциальные возможности МСП в данном воспроизводственном цикле очень высоки. Реальное участие данного сектора экономики в воспроизводстве товаров и услуг для населения выражается в высокой доле малых предприятий в пищевой промышленности и в сфере услуг для населения. Так, например, доля малых предприятий в общей численности предприятий бытового обслуживания населения России в 1997 году составляла 54,<sup>42</sup>%.

Одним из позитивных примеров успешного функционирования малого предприятия на рынке товаров для населения является предприятие «Карина-Пром». Начав свою деятельность с торгового дома, это предприятие арендовало производственные площади, закупило за рубежом оборудование и оснастку для производства мебели и в настоящее время

---

<sup>42</sup> Статистический анализ динамики малого предпринимательства и эффективность малого бизнеса как сектора российской экономики. TACIS Project SMERUS 9501, 1998, с. 43-46.

является одним из известных промышленных предприятий Н. Новгорода, производящим широкий ассортимент бытовой и офисной мебели.

Воспроизводство трудовых ресурсов в экономической литературе рассматривается как процесс, включающий формирование рабочей силы, ее распределение по отраслям и территориям, а также ее использование в процессе производства на предприятиях различных форм собственности.

Это воспроизводство включает в себя две стороны: физиологическую и социально-экономическую. Физиологическая сторона заключается в непрерывном возобновлении способности к труду каждого человека, а социально-экономическая – в росте эффективности труда и в воспроизводстве общественных условий функционирования рабочей силы.

Цикл воспроизводства трудовых ресурсов имеет ярко выраженный локальный характер.

Высокая степень локализации регионального воспроизводства трудовых ресурсов не должна противоречить структурной мобильности рабочей силы. Процессы конверсии и спада производства в условиях кризиса, ликвидация убыточных и малорентабельных предприятий приводит к вынужденным внутриотраслевым и межотраслевым переливам рабочей силы.

В этих условиях роль малого предпринимательства в обеспечении занятости населения, а значит и в цикле воспроизводства трудовых ресурсов резко возрастает. В настоящее время малые предприятия обеспечивают занятость 12,9% населения РФ. В ряде отраслей вклад малого предпринимательства в обеспечение занятости значительно выше среднего уровня. Так, на строительных малых предприятиях работает 35,9% от общего числа занятых в данной отрасли, на малых предприятиях торговли и общественного питания, материально-технического снабжения - 35,7%. Однако в промышленности на малых предприятиях работает лишь



каждый девятый, что никаким образом нельзя признать даже удовлетворительным.

К этому надо добавить, что занятость в малом бизнесе распространена по территории Российской Федерации крайне неравномерно. Более трети всех работающих на российских малых предприятиях проживают в Центральном районе (35,5% от общего числа). Далее следуют Западно-Сибирский (9,8% от общей численности работающих на малых предприятиях), Северо-Кавказский (9,2%), Северо-Западный (8,7%)<sup>43</sup>, регионы.

Потенциальные же возможности занятости в этой сфере существенно выше: в развитых странах в малом бизнесе, как нами уже указывалось, заняты более половины работающих.

Следует отметить, что для участия МСП в воспроизводстве трудовых ресурсов существуют и серьезные проблемы. Слабость технической базы и относительно небольшие масштабы производства определяют невозможность использования современных технологий, особенно когда речь идет о сфере материального производства, что ведет к малосодержательному труду, не отвечающему требованиям эффективного использования образовательного и профессионально-квалификационного потенциала работников и к их незаинтересованности в таком труде. Однако укажем, что нередко малые предприятия осваивают рыночные ниши, требующие высокого уровня квалификации: консалтинговые, инжиниринговые, юридические, бухгалтерские и другие услуги, что повышает степень удовлетворенности трудом и увеличивает доходы, занятых в малом бизнесе.

Воспроизводство природных ресурсов следует рассматривать как неразрывное единство двух этапов природопользования: добычу и переработку природных ресурсов, с одной стороны, и их возможное

---

<sup>43</sup> Статистический анализ динамики малого предпринимательства и эффективность малого бизнеса как сектора российской экономики. TACIS Project SMERUS 9501, 1998, с. 30, 44..

восстановление и охрану, с другой стороны. Эффективное использование природных ресурсов и охрана окружающей среды во всех странах рассматривается как одно из наиболее важных направлений приумножения национального богатства страны и повышения уровня и качества жизни населения.

Решение задачи рационального природопользования предполагает, с одной стороны, применение ресурсосберегающих технологий, а с другой стороны, организацию природоохранных мероприятий.

Определяющим моментом при рассмотрении проблемы воспроизводства природных ресурсов является разделение их на воспроизводимые и невозпроизводимые. К первым, как известно, относят водные, лесные, земельные ресурсы, большую часть фауны и флоры, ко вторым – минерально-сырьевые ресурсы ископаемого характера.

Решение проблемы воспроизводства воспроизводимых ресурсов принципиально просто: темпы их использования должны равняться темпам их возобновления. Что касается невозпроизводимых ресурсов, то главной задачей здесь является их максимально экономичное использование в текущем периоде и поиск возможностей многократного использования и, самое главное, поиск их замены на воспроизводимые природные ресурсы.

Следует подчеркнуть, что реализацию стратегии воспроизводства природных ресурсов должны осуществлять предприятия вне зависимости от форм собственности и масштабов деятельности, связанные с эксплуатацией этих ресурсов. За координацию и контроль их деятельности должны нести ответственность соответствующие органы управления как федерального, так и регионального уровней.

Важную роль в осуществлении рационального воспроизводства природных ресурсов должно играть правовое регулирование природопользования. Требования, предъявляемые ко всем субъектам,

пользующимися природными ресурсами, должны быть одинаковыми и не зависеть ни от формы собственности, ни от масштабов деятельности. Это даст возможность обеспечить условия для постоянного возобновляемого воспроизводственного цикла природных ресурсов.

Здесь малые предприятия могут сыграть существенную роль пусть не глобального, но локального регионального или местного масштаба. Одной из сфер деятельности этого направления могут быть, например, лесопосадочные работы. Причем начинать этот цикл можно со сбора семян хвойных деревьев и выращиванию саженцев.

Воспроизводство финансово-кредитных и денежных ресурсов призвано обеспечить решение задач социально-экономического развития с точки зрения обеспечения этого процесса соответствующими финансовыми вливаниями.

Известно, что субъектами цикла воспроизводства финансово-кредитных и денежных ресурсов выступают предприятия, региональные и местные бюджеты, банки, страховые общества, инвестиционные фонды и другие финансовые институты, иностранные фирмы и физические лица. Каждый из участников воспроизводственного процесса в одни периоды времени выступает как источник финансово-кредитных и денежных средств, а в другие - как их потребитель. Поэтому регулирование этих средств в соответствии с изменением спроса и предложения имеет специфические особенности в каждом регионе. Регионы по степени их финансового положения делятся на регионы-доноры и регионы-реципиенты. Это градация зависит от степени бюджетной самообеспеченности региона. Для оценки последней используют следующую систему показателей:

- доля прямых поступлений из федерального бюджета в общих доходах бюджета региона;

- доля федеральных дотаций (трансфертов) в условно-чистых (без учета взаимных расчетов с федеральным бюджетом) доходах региона;
- доля собранных на территории налогов, зачисленных в бюджет региона;
- обеспеченность расходов региона собственным налоговым потенциалом (отношение собранных на территории налогов к расходам бюджета региона);
- условный баланс финансовых потоков (разность между поступлениями средств с территории региона в федеральный бюджет и из него в бюджет региона) в расчете на одного человека.<sup>44</sup>

В рамках федеративного государства, безусловно, не должно быть полной, в том числе, и финансовой автаркии территорий. Финансовые и кредитные ресурсы не должны иметь не только административных, но и государственных границ. Однако сложившаяся ситуация свидетельствует о негативных тенденциях в региональном развитии России. Высокая степень бюджетной самостоятельности региона неразрывно связана с финансовым положением его хозяйственных субъектов. Поэтому уровень инвестиционной активности в регионе в первую очередь зависит от наличия временно свободных денежных средств у субъектов региональной экономики, т.е. от уровня эффективности их хозяйственной деятельности.

Главными бюджетообразующими субъектами регионов считаются крупные промышленные предприятия. Однако, учитывая кризисное состояние многих из них, все более ощутимой становится здесь и доля малых и средних предприятий в общем объеме налоговых поступлений. Например, в Нижегородской области налоговые платежи субъектов малых предприятий в 2003г. превысили 20% общего объема налоговых поступлений против 17% в 2000 г.

---

<sup>44</sup> Анализ тенденций развития регионов России в 1992-1995 годах // Вопросы экономики, 1996, №6, с.59

Учитывая последнее, можно констатировать, что рациональная региональная политика в сфере поддержки предпринимательской деятельности будет способствовать росту эффективности использования финансово-кредитных ресурсов в региональном воспроизводстве.

Воспроизводство услуг производственной и рыночной инфраструктуры отличается той особенностью, что, хотя в потреблении этих услуг заинтересованы все без исключения субъекты хозяйствования и властные органы, их производством желают заниматься немногие.

В первую очередь это относится к производственным услугам. Создание и содержание автодорог, теплосетей, различных коммуникаций и других объектов производственной инфраструктуры требует больших капиталовложений и характеризуется длительными сроками окупаемости. Отсюда следует, что развитие производственной инфраструктуры становится одним из важных направлений региональной политики. Как показывает зарубежный опыт, именно с помощью вложения государственных средств в инфраструктурный комплекс удается привлечь в регион предпринимательский капитал. Следует учитывать и то, что, как показали некоторые исследования в регионах, «нормальное функционирование экономики невозможно без резервов инфраструктурных мощностей в размере 30-35%. В противном случае нарушаются взаимодействие субъектов воспроизводственного процесса, ритмичность снабжения предприятий, срываются сроки поставок грузов по контрактам, затрудняется исполнение хозяйственных договоров».<sup>45</sup>

Становление и развитие многих инфраструктурных объектов, таких как ремонтные базы, сервисные центры, склады, гаражи и т.п., должно финансироваться за счет средств промышленных предприятий и либо непосредственно входить в их организационную структуру, либо функционировать на правах филиалов, либо быть автономными

---

<sup>45</sup> Комплексное региональное планирование: вопросы методологии /Под ред. Д.М. Казакевича и Р.И. Шнипера. -Новосибирск, 1998, с.31

предпринимательскими структурами. Здесь заслуживает внимания и специализация малых и средних предприятий на определенных видах производственных услуг, что способствует эффективности производства инфраструктурной продукции.

К услугам рыночной инфраструктуры относятся оптовая и розничная торговля, посреднические операции, выставочно-ярмарочная деятельность, маркетинговые и консалтинговые услуги и др.

Эти услуги, в отличие от производственных услуг, как правило, имеют относительно низкую капиталоемкость и короткие сроки окупаемости. Это и предопределило достаточно быстрое формирование данного сектора региональной экономики и широкое участие в этом процессе малых предприятий.

Особенно высока доля малых предприятий в общем числе российских предприятий в следующих отраслях: торговля и общественное питание, материально-техническое снабжение и сбыт, общая коммерческая деятельность по обеспечению функционирования рынка. В 2002 году она составила соответственно: 46,4%; 39,4% и 41,8%.<sup>46</sup>

По мере развития рыночных отношений в экономике значение воспроизводства услуг производственной и рыночной инфраструктуры будет возрастать, что обусловлено необходимостью обеспечения бесперебойного функционирования различных субъектов рыночной экономики.

Будет возрастать роль и малого предпринимательства в производстве и потреблении всех инфраструктурных услуг. При этом для производственных услуг характерной будет тенденция к кооперации малых предприятий с другими предприятиями и к сотрудничеству с крупным бизнесом. Для рыночных услуг характерным будет дальнейшее

---

<sup>46</sup> Статистический анализ динамики малого предпринимательства и эффективность малого бизнеса как сектора российской экономики. TACIS Project SMERUS 9501, 2003, с. 31

развитие сети малых предприятий, самостоятельно и эффективно действующих в данном секторе рынка.

### **2.3. Кадрово-консультационные проблемы развития малых и средних промышленных предприятий**

Для эффективного развития малых и средних промышленных предприятий необходима подготовка квалифицированных кадров и консультационная помощь их руководителям. Не следует сбрасывать со счетов и необходимость формирования позитивного общественного мнения о деятельности МСП.

Анализ показывает, что лишь в последние годы в системе вузовского образования стало уделяться достаточно серьезное внимание анализу рынка, стратегическому направлению, финансовому менеджменту, конкуренции, проблемам мирового рынка во внешнеэкономической деятельности и т.д. Здесь необходимы и определенные разделы в школьных программах, чтобы дать начальные знания об основах предпринимательства и рыночной экономики.

Для практикующих руководителей необходимы профессиональные теоретические знания как об общих принципах менеджмента, так и об особенностях менеджмента в малом бизнесе, о его правовом регулировании, о налоговой политике, финансах, бухгалтерском учете и т.д.

Существенную роль должны играть средства массовой информации в части формирования благоприятного общественного мнения о МСП и о их роли в развитии экономики. Важное значение для их развития имеет консультационная помощь, и здесь большую роль должна играть государственная поддержка. Исследования показывают, что в зарубежных странах с развитым сектором МСП успешно действует разветвленная сеть организаций, предоставляющих на приемлемых для них началах или

бесплатно консультативные услуги по различным практическим вопросам, а также научно-техническую информацию и рекомендации по проблемам функционирования малых и средних предприятий.

Профессиональные деловые услуги включают консультации по менеджменту бухгалтерскому учету, аудиту, финансовым, налоговым и юридическим вопросам, страхованию и др. Важнейшую роль играют консультации по научно-техническим разработкам, исследованию рынка, подготовке инвестиционных проектов и бизнес-планов, сертификации и лицензированию продукции.

Многие из этих услуг относятся к так называемым товарам доверия. Это создает проблемы на всех стадиях консультационного процесса: в маркетинге услуг, диагностике, представлении проектов решений, мониторинге исполнения. Следует отметить, что эта проблема существует не только для пользователя, но и для поставщика услуг. Если консультант предлагает услуги высокого качества и это дало убедительные результаты, то сложно доказать, что данный результат есть действительно заслуга консультанта. А попытка сделать это почти всегда встречается с недоверием.

Анализ влияния масштабов в сделке, связанной с деловой услугой, должен в основном опираться на особенности малого и среднего бизнеса. Среди разнообразных характеристик последнего в контексте рассмотрения его как пользователя профессиональных услуг центральное место занимают незначительный масштаб, индивидуальность и независимость маленькой фирмы.

Большое разнообразие видов деятельности МСП создает потенциальный спрос на различные деловые услуги. Однако, вследствие различных масштабов при обеспечении деловых услуг, относительные затраты на консалтинг наиболее велики там, где они больше всего необходимы, а именно в маленькой фирме. Таким образом, потенциальный



спрос зачастую не превращается в реальный по материальным соображениям.

Небольшой масштаб деятельности нередко обуславливается низкой эффективностью малого бизнеса в сфере планирования и маркетинга, что связано с нехваткой специализированных кадров в области юридических вопросов, управления персоналом, маркетинга, финансового планирования и контроля. Данный недостаток нередко сочетается с низким уровнем полученного образования и обучения управленческого персонала. Кроме этого, из-за необходимости решения большого количества текущих вопросов у руководителей и специалистов малых предприятий не хватает времени и знаний для самостоятельного решения тактических и стратегических проблем, что, с одной стороны, создает потребность в услугах в этой области, а с другой – обостряет проблему маркетинга этих услуг.

Для консультационных фирм проблема компетентности потенциального потребителя услуг заслуживает особого внимания. Различия в профессиональных знаниях между специалистами в малых и больших фирмах связаны с тем, в какой степени знания являются интуитивными или эмпирическими. Руководители могут правильно действовать, не будучи готовыми объяснить, как они это делают. В малом бизнесе, как показали наши исследования, знания носят преимущественно характер навыков, потому что управленческий персонал чаще опирается на практический опыт, чем на формальное обучение.

Эмпирический характер знания имеет большие преимущества, поскольку он опирается на прошлый опыт, то есть на прецеденты. Он допускает большую степень автономности в работе, обеспечивает удовлетворенность ей и создает высокий уровень мотивации. Однако такой характер знаний персонала порождает проблему усвоения, а иногда и

отсутствие желания получения новых знаний и технологий, предлагаемых консалтинговыми фирмами.

Кроме того нами установлено, что важной особенностью МСП как пользователей консалтинговых услуг является естественная склонность к экономии на данном виде затрат, ввиду, в первую очередь, недостаточности финансовых ресурсов и неуверенности, что затраты на консалтинг окупятся. Эта проблема усугубляется и высокой ценой консалтинга, которая может быть следствием высоких так называемых пороговых затрат на оказание профессиональных деловых услуг. Они, как правило, не зависят от размера будущего договора на консультацию и могут быть связаны с оплатой командировочных расходов консультанта, затратами на проведение предварительной диагностики и оценки потребностей фирмы в консалтинге.

Пороговые затраты особенно чувствительны при сделках с малым объемом услуг. Это создает проблемы особенно для малых предприятий как пользователей услуг. Крупные фирмы как клиенты консалтинговых фирм меньше склонны к экономии на объеме и качестве услуг, потому что они могут получить от их использования значительный эффект. Поскольку затраты на консалтинговые услуги не имеют прямой связи с объемом производства, то они тяготеют к группе постоянных затрат, и поэтому риск невозврата осуществленных затрат больше для малых фирм вследствие ограниченного объема их реализации и более узких рынков. При дорогих консалтинговых услугах меньший по масштабам деятельности пользователь будет требовать более твердых гарантий в их надежности из-за большей склонности к экономии и меньшей способности перенести потерю вложенных средств.

Трудности работы консалтинговых фирм с некрупными клиентами заключаются еще и в том, что у последних, как правило, нет надежных данных об их прошлой и текущей деятельности. Это создает проблемы на

всех стадиях консультационного процесса, но в особенности при проведении организационной и финансовой диагностики.

Таким образом, из-за влияния масштаба производства малым и средним фирмам намного труднее обеспечивать себя профессиональными консультационными услугами. Одним из вариантов решения этой проблемы может быть частичная стандартизация консалтинга. Эта стандартизация может быть осуществлена как по отраслевому, так и по функциональному принципу, если речь идет о типовых учредительных документах, методиках финансовой и организационной диагностики, пакетах документов по лицензированию, страховании рисков, принципах стратегического планирования и др.

Консалтинговыми фирмами в этой области накоплен определенный опыт в части использования программ компьютерной бухгалтерии, типовых форм контрактов и договоров, адаптированной для российских условий компьютерной системы инвестиционного проектирования «Project Expert» и др. Это позволяет уменьшить затраты на оказание консультационных услуг и увеличивает возможность пользования ими со стороны МСП.

Стандартизация более легко осуществима в тех сферах, где достаточно жесткие законы, нормативные акты, и более трудна, когда консультация требует использования сугубо профессиональных персональных навыков консультанта при решении нестандартных проблем. К этим проблемам, в первую очередь, относятся проблемы стратегического характера, управления персоналом, маркетинговые исследования.

Стандартизация консалтинговых услуг предоставляет ряд преимуществ как для их поставщика, так и для пользователя ими. Для первого это относительно низкие затраты на подготовку стандартных консультационных модулей, быстрая окупаемость, благодаря расширению

числа пользователей, использование стандартных методов диагностики, уменьшающих пороговые затраты на консультацию. Кроме этого, стандартизированная консультационная услуга выдвигает только стандартные требования на информационные и административные процедуры о фирме-пользователе, что позволяет применять стандартные схемы информационных и административных процедур в этой фирме и упрощать процесс внедрения новшеств.

Следует, однако, отметить, что стандартизация консалтинга может способствовать появлению элементов некачественного исполнения своих функций консультантами, которые, вследствие неглубокого анализа особенностей консультируемого предприятия, применяют к нему стандартную ситуацию, не соответствующую реальному положению дел. Иногда рекомендации консультантов носят заведомо ложный характер. Такой случай, в частности, нами выявлен на одном из промышленных предприятий Н.Новгорода, воспользовавшегося услугами столичной консалтинговой фирмы в части оценки перспективных возможностей реализации своей продукции в других регионах России.

Для пользователя консультационной услугой стандартизация резко уменьшает затраты на консалтинг, расширяет доступ к услугам и снижает риск умышленного завышения цен консультационными фирмами.

Негативные моменты стандартизации состоят в том, что для консалтинговых фирм уменьшаются возможности дифференцировать консультационные услуги и таким образом создавать лояльного клиента на более выгодной основе. Для потребителя – ухудшается приспособляемость к индивидуальным потребностям и возникает недовольство качеством стандартных консультационных модулей.

Проблема недоступности для большинства малых предприятий услуг консультационных фирм может быть также частично решена с помощью организации многопрофильных консалтинговых центров. Они должны

организовываться в крупных областных городах и центрах автономных республик при финансовой помощи федеральных органов власти. Поскольку концепция функционирования подобных центров в нашей стране находится в стадии разработки, то целесообразно в этой сфере проанализировать и использовать опыт зарубежных стран.

В Великобритании, например, функционирует разветвленная сеть организаций, предоставляющих за невысокую плату или бесплатно консультационные услуги по различным аспектам деятельности малого бизнеса. Особое место среди них занимает «Служба мелких фирм», поддерживающая контакты с 266 тыс. таких предприятий. Основные формы ее деятельности – ответы на запросы, проведение консультаций, организация собраний предпринимателей в муниципалитетах, подготовка кадров и инициирование различных форм партнерства.<sup>47</sup>

В Японии для поддержки малых фирм действует сеть государственных территориальных консалтинговых центров комплексного управления малыми фирмами. Основной их задачей является проведение обследований фирм и предоставление рекомендаций по вопросам выбора направлений и методов хозяйственной деятельности. Особенностью консультационной поддержки малого бизнеса со стороны государства в Японии является массовое бесплатное распространение научно-технических разработок и другое информационное обслуживание.<sup>48</sup>

В Испании специальные консалтинговые фирмы, обслуживающие малое предпринимательство, проходят аккредитацию в Министерстве промышленности и энергетики. Особое внимание уделяется диагностике малых и средних предприятий, которая предполагает как анализ различных сторон их деятельности, так и определение перспективных секторов рынка с целью повышения конкурентоспособности малого бизнеса.<sup>49</sup>

---

<sup>47</sup> Данишевская Г. Мелкий бизнес в Великобритании // МЭ и МО. 1998. №3. С. 120-127.

<sup>48</sup> Виленский А. Государственная политика Японии по отношению к малым и средним предприятиям // ЭКО, 1999. №6. С. 135-142.

<sup>49</sup> Цыганов А. Государство и малый бизнес: опыт Испании // Человек и труд, 1998, №8. С. 113-122.

Отличительной чертой консалтинговой поддержки малого бизнеса в США, является организация центров при крупных государственных университетах. В штате Кентукки, например, такой центр существует при Луисвилльском университете. Он выступает координатором большинства государственных программ поддержки малого бизнеса в данном регионе. Это касается, прежде всего, оценки инвестиционных проектов, гарантом по которым выступает государство. Кроме этого, центр контролирует расходование денежных средств, предоставленных консультационным фирмам для консалтинга и обучения предпринимателей.

Центр развития малого бизнеса Белларминского колледжа города Луисвилль осуществляет подготовку бизнес-планов, проведение маркетинговых исследований и обучение начинающих предпринимателей. Поскольку его основной целью является применение опыта бизнес - школ для реального бизнеса, то в нем работают как преподаватели и ученые, так и бизнесмены-практики. Финансирование происходит следующим образом: 75% денежных средств предоставляет администрация США по малому бизнесу (SBA), 10% - правительство штата, 10% - администрация города, остальное – руководство колледжа. Центр обслуживает всех желающих, однако чаще всего сюда обращаются начинающие предприниматели. За год получают консультации и проходят обучение обычно 300-400 человек. Обучение по бизнес - планированию проходит сессиями (4-6 занятий по два-три часа раз в неделю). Таким образом, через 4-6 недель слушатели под руководством специалистов центра готовят бизнес-план для своего предприятия (стоимость подготовки бизнес-плана в частных консалтинговых фирмах составляет от 500 до 5000 долларов в зависимости от его сложности). Кроме этого, в программу обучения включены вопросы финансирования малого бизнеса, маркетинга, возможностей франчайзинга, планирования цен. Стоимость обучения составляет около 60 долларов, которые расходуются в основном на

методические пособия. Контроль за финансовым и методическим обеспечением деятельности центра осуществляет Луисвилльский университет. Одним из условий получения финансовых гарантий со стороны государства для банковского кредита на начало или развитие своего бизнеса в Луисвилле является обучение предпринимателя и подготовка бизнес-плана в центре развития малого бизнеса Белларминского колледжа. Предоставление консультаций и кратковременное обучение практически бесплатны для желающих начать свой бизнес, однако традиционным является проведение на общественных началах консультаций теми работающими предпринимателями, которым ранее оказали помощь в данном центре.

Обычной формой финансирования работы многопрофильных консалтинговых центров в различных странах является выделение половины средств из бюджета, а половины – промышленными корпорациями (Япония, США) или ассоциацией предпринимателей (Испания, Италия).

Характерной чертой деятельности консалтинговых центров в различных странах является сочетание собственно консультаций с обучением предпринимателей. Это является дополнительным аргументом в пользу введения их в структуру ведущих вузов.

Интересную модель создания многопрофильных консалтинговых центров (МКЦ) в России предложили Д. Петросян и Р. Хубиев.<sup>50</sup> Они выделяют три направления деятельности таких центров: функциональное, отраслевое и региональное. В качестве их партнеров предложены региональная администрация, служба занятости, различные федеральные органы власти и фонды развития предпринимательства и научно-исследовательские учреждения региона.

---

<sup>50</sup> Петросян Д., Хубиев Р. Многопрофильные консалтинговые центры // Проблемы теории и практики управления, 1997, №3. С. 101-107.

Считая положение вышеуказанных специалистов, безусловно, заслуживающим внимания, видимо, следует подключить к этому процессу торгово-промышленные палаты (ТПП) и высшие учебные заведения, имеющие отношение к решению проблем становления и развития МСП. Последнее следует подчеркнуть потому, что консультационную деятельность трудно отделить от процесса подготовки и повышения квалификации руководителей. И не случайно за рубежом большинство консультантов в сфере малого бизнеса совмещают консультирование с научной и педагогической деятельностью. Вузами накоплен значительный объем научно-методических разработок прикладного характера. Они могут служить теми стандартными модулями, которые позволят снижать затраты на консультации.

Следует согласиться с Д. Петросяном и Р. Хубиевым и в том, что структура управления многопрофильным консалтинговым центром должна объединять элементы линейно-функционального и программно-целевого управления. Функциональная подсистема отвечает за обеспечение бесперебойной работы центра, линейная – способствует реализации основных целей организации, программно-целевая – должна выполнять заказы пользователей услуг в жестко оговоренные сроки.

Линейный блок МКЦ дифференцируется на консультационное и образовательное направления, а консультационное – по видам консультационных вопросов (проблем) на политические, кадровые, финансовые и т.д.

Программно-целевые группы создаются для выполнения какой-либо локальной консультационной программы. Кадровая политика МКЦ должна строиться таким образом, чтобы большая часть сотрудников привлекалась для решения консультационных проблем на временной основе по принципу формирования программно-целевых групп.



Организационная структура МКЦ представлена на рис. 2, а технология его функционирования на рис. 3.

Одной из задач многопрофильных консультационных центров следует считать и задачу подготовки и обучения управленческого персонала.

Программы обучения должны учитывать уровень подготовки персонала и отраслевую специфику деятельности МСП. Иначе говоря, здесь должен быть использован модульный принцип подготовки персонала, учитывающий его специфические интересы.

Важным элементом является обеспечение возможности бесплатного или льготного обучения.

Исследования и практика функционирования МСП показывают, что вне зависимости от его отраслевой принадлежности и уровня развития, наибольший спрос имеют программы по финансовому праву и бухгалтерскому учету, экономике и организации производства, теории принятия решений, управления персоналом. В сфере материального производства к вышеуказанным программам прибавляется потребность в знании технико-технологического характера конкретного продукта.

Дифференцированный подход к разработке программ позволяет повысить качество подготовки персонала и расширить диапазон его деятельности.

Одной из проблем функционирования МКЦ является финансирование. И здесь представляется целесообразным использовать опыт развитых зарубежных стран, где половину финансирования обеспечивает государство, а остальное либо полностью сами МСП, либо с долевым участием других заинтересованных в развитии МСП структур, таких как торгово-промышленные палаты, союз промышленников и предпринимателей, различные финансово-промышленные группы и др.

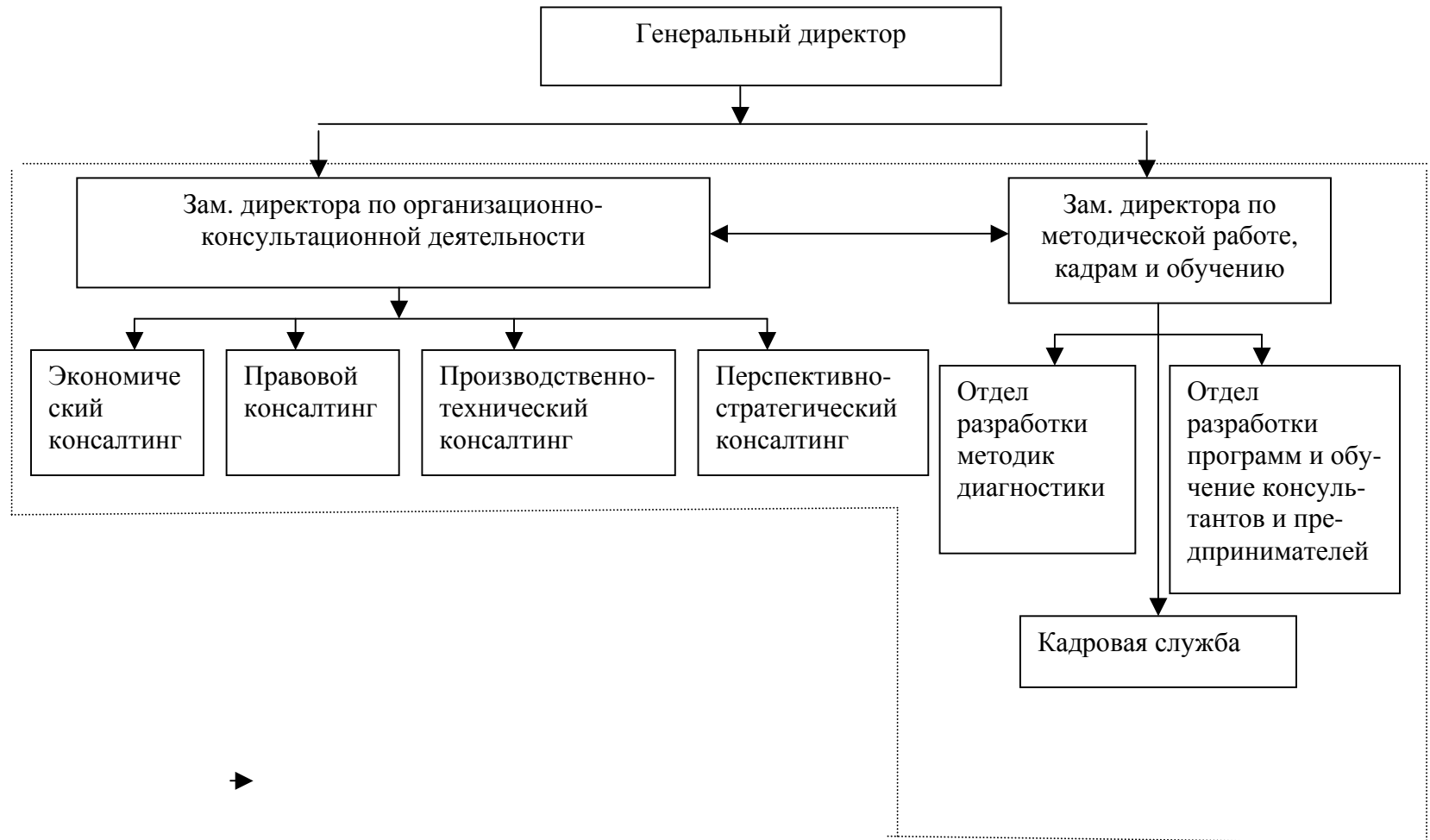


Рис.2. Организационная структура МКЦ

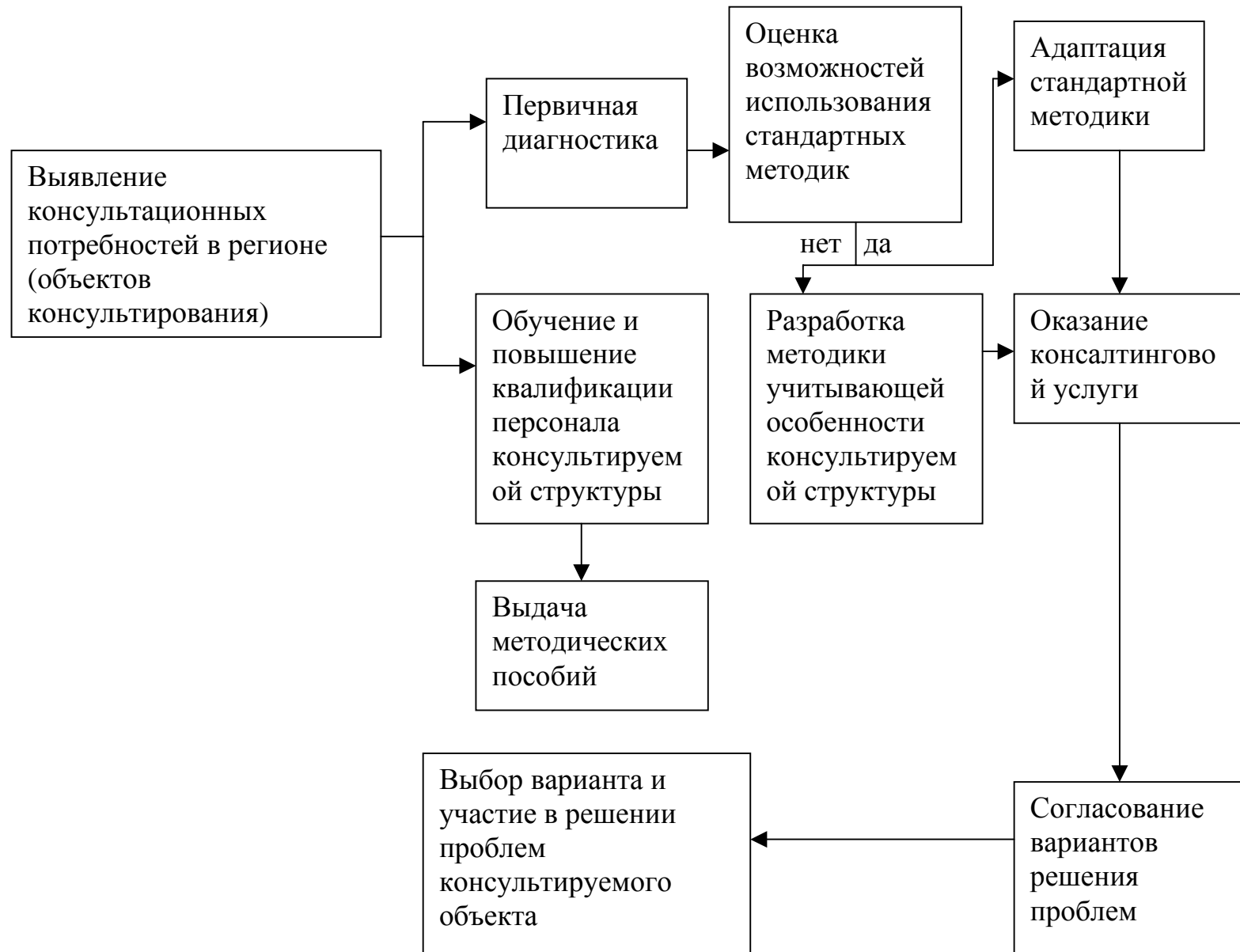


Рис. 3. Принципиальная схема работы МКЦ

Одной из важных проблем, которую должен решить любой начинающий свою деятельность предприниматель, является правильное определение потребительского спроса на предполагаемую к производству продукцию. Практика, между тем, показывает, что руководители здесь ориентируются в основном на свою интуицию, а не на специальные исследования, в результате чего их продукция нередко бывает невостребованной рынком, и предприятие терпит банкротство. Поэтому одной из важных сфер деятельности МКЦ должна быть ориентация начинающих и практикующих руководителей на те рыночные ниши, которые не заняты или которые в обязательном порядке возникнут в ближайшей перспективе.

Одним из важных направлений деятельности МКЦ является анализ причин несостоявшейся реализации перспективных в принципе программ. Задача МКЦ здесь состоит в том, чтобы, проводя ретроспективный заключительный анализ процесса, не давшего позитивного результата, дать объективную оценку факторов, приведших к неудаче деятельности МСП и определить возможность повторных попыток реализовать актуальный проект.

Иначе говоря, специалисты МКЦ, указав на ошибки, допущенные при попытке реализации того или иного перспективного проекта, могут предложить управленческому персоналу осуществить эту реализацию, избежав уже допущенных ошибок.

Вышеизложенное вовсе не означает, что консультационная деятельность МКЦ гарантирует успех деятельности всех пользователей их услуг. Однако известно, что в современных условиях, характеризующихся высоким уровнем динамичности во всех сферах производственной деятельности, информация становится все более востребованным и дорогим специфическим товаром, от приобретения и правильного использования которого во многом, а иногда и в решающей степени,

зависит успех функционирования объекта управления. И в этом аспекте правильные взаимосвязи и взаимоотношения между многопрофильными консультационными центрами и сферой МСП, безусловно, должны привести к позитивным результатам в развитии этого важного сектора экономики.

#### **2.4. Роль финансового фактора в развитии малых и средних промышленных предприятий**

Уровень развития малых и средних промышленных предприятий и их роль в развитии экономики страны во многом определяется условиями их финансирования. Обеспечение благоприятных условий финансирования малых и средних предприятий и особенно предприятий в сфере материального производства позволит в существенной степени решить проблему роста числа малых предприятий, повысить их устойчивость, расширить конкурентную среду, выявить наиболее квалифицированных и динамичных руководителей и в конечном итоге сделать существенный вклад в развитие российской экономики.

Процесс финансирования МСП имеет определенные особенности. Суть их состоит в следующем:

- в структуре источников финансирования низка доля собственных средств в следствие малого периода функционирования МСП, что исключает возможности накопления финансовых ресурсов в нужных объемах;
- очень малые возможности использования для получения финансовых ресурсов рынка ценных бумаг, поскольку собственные ценные бумаги МСП даже если они выпускаются, как правило, рынком не признаются, а ресурсов для игры на бирже у этих предприятий практически нет;

- по сравнению с крупными предприятиями, высоки для МСП операционные расходы банков, связанные с обслуживанием клиентов;
- поскольку риск инвестирования средств в малые и средние предприятия выше, чем в крупные промышленные комплексы, то привлечение сторонних заемных средств становится для них весьма сложной проблемой в принципе, особенно когда речь идет о сфере промышленного производства, характеризующегося длительным периодом между вложением средств и получением прибыли.

Поэтому рассчитывать на использование чисто рыночных механизмов финансирования МСП нельзя, и здесь нужна целенаправленная инвестиционная поддержка государственного уровня.

В России несколько лет функционирует система государственной поддержки малого предпринимательства. Однако объем выделяемых ресурсов как из федерального, так и из региональных бюджетов явно недостаточен. К тому же действующее налоговое законодательство не оказывает стимулирующего воздействия на развитие МСП в первую очередь в материальной сфере производства, где оно находится в особенно тяжелом положении, но где оно особенно важно для развития экономики страны.

Основные причины здесь заключаются в крайней усложненности, противоречивости и нестабильности налогового законодательства. Вступление в действие законов «Об упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности для субъектов малого предпринимательства» (1996 год) и «О едином налоге на вмененный доход для определенных видов деятельности» (1998 год) было рассчитано на гармонизацию фискальной политики в отношении малых предприятий. Несколько улучшив систему налогообложения субъектов малого

предпринимательства, эти законы тем не менее не лишены серьезных недостатков.

В части упрощенной системы налогообложения большинство исследователей и практиков малого предпринимательства отмечают такие характеристики, лимитирующие ее применение, как ограничения по численности персонала и по выручке, непроработанность процедуры перехода с традиционной формы учета, неурегулированность вопроса зачета налога на добавленную стоимость, предварительный характер уплаты налога в виде патента.

Не избежал справедливой критики и закон о вмененном налоге. Опыт регионов, применивших данный закон, говорит о том, что большинство предпринимателей недовольны установленными ставками. Такое негативное отношение связано не только с вполне понятным нежеланием платить высокие налоги, но и с обоснованным беспокойством по поводу точности оценки предполагаемой доходности. Из-за отсутствия необходимых аналитических исследований влияния различных факторов на доходность и точных методик оценки бизнеса, неизбежны ошибки при определении размера вмененного дохода. Безусловно, негативными моментами закона являются авансовый характер платежей и нерешенность вопроса с зачетом налога на добавленную стоимость контрагентами плательщиков единого налога.

Вышеизложенное вовсе не означает, что принятые законы не внесли позитивных явлений в развитие МСП. И речь здесь должна идти о том, чтобы продолжать наметившуюся позитивную тенденцию уменьшения количества налогов и проводить работу с целью дальнейшего совершенствования налогового законодательства в плане его упрощения, доступности пониманию и непротиворечивости, что должно способствовать росту этого сектора экономики.

Что касается дальнейшей деятельности, направленной на поддержку и развитие сферы МСП в части создания более благоприятных условий его финансовой поддержки, то она должна развиваться по ряду нижеуказанных направлений.

1. Из-за ограниченности финансовых ресурсов региональная администрация должна сосредоточить свои усилия на финансировании системы инфраструктурного обеспечения деятельности МСП, то есть поддерживать консалтинговые, образовательные и информационные программы, бизнес-инкубаторы и технопарки, предоставлять льготные арендные условия, способствовать проведению маркетинговых исследований на рынках, связанных с этим сектором. Что же касается чисто финансовых операций как-то налоговые льготы, гарантии, субсидии, то это должно являться прерогативой федеральных органов. На финансовую поддержку из средств федерального бюджета должны рассчитывать прежде всего малые предприятия, расположенные в депрессивных регионах и предприятия, работающие в районах с низким уровнем развития экономики.

2. Ресурсы, выделяемые на реализацию программы поддержки МСП в бюджете регионов, должны составлять жестко фиксированную часть общего бюджета, не корректироваться в сторону уменьшения, выделяться отдельной строкой и передаваться органу, ответственному за исполнение региональной программы развития МСП, который и осуществляет их разбивку по мероприятиям.

3. Для нынешнего этапа развития российской экономики принципиально важным является не просто стимулирование количественного роста МСП, а стимулирование их роста в материальной сфере производства. Поэтому должна обеспечиваться дифференциация финансирования в зависимости не только от стадий жизненного цикла малых предприятий, но и от направления их функционирования. В



зависимости от сферы деятельности следует давать и поручительства на получение кредитов. В поддержке малых и средних промышленных предприятий необходимо предоставление прямых субсидий, в особенности в приоритетных для данного региона отраслях, и более широкое использование гарантий и поручительств.

4. Для обеспечения условий перехода малых предприятий на применение двух видов налогов: корпоративного и социального, следует расширить практику применения законов «Об упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности для субъектов малого предпринимательства» и «О едином налоге на вмененный доход на определенные виды деятельности».

5. Для поддержки малых и средних промышленных предприятий необходимо стимулирование крупных промышленных комплексов на выделение средств финансовой поддержки этих предприятий, а так же на подготовку и повышение квалификации их руководителей и специалистов. Важным видом поддержки является и технико-технологическая помощь как консультационного, так и материального уровня. Одним из важнейших направлений такой помощи является включение малых предприятий в производственный цикл крупного предприятия на взаимовыгодных условиях.

Развитие сферы МСП требует и ряда государственных мер, наиболее важные из которых должны предусматривать:

- совершенствование налогового законодательства, исключающего дискриминацию малых предприятий;
- создание специальных фондов государственного уровня, в том числе и с привлечением иностранного капитала, предназначенных для поддержки МСП;
- стимулирование совместной деятельности с зарубежными предприятиями в промышленной сфере;

— обеспечение льготных условий для получения банковских кредитов малыми и средними предприятиями в сфере материального производства.

## **2.5. Анализ организационно-информационных проблем управления МСП**

Для эффективного функционирования системы управления предприятием строгая и однозначная регламентация движения информационных потоков во временном, персональном, количественном и качественном аспектах имеет первостепенное значение и этот процесс должен быть обеспечен функционированием информационной структуры управления предприятием (ИСУП). Принцип построения этой структуры состоит в том, что информационные каналы в форме информационной сети должны накладываться на организационную структуру управления (ОСУ) и тем самым регламентировать информационные взаимосвязи как в вертикальном, так и в горизонтальном направлениях между различными уровнями и звеньями организационной структуры и между всеми должностными лицами, участвующими в управленческом процессе.

Информационная структура управления должна обеспечивать временную, персональную, количественную и качественную регламентацию информационного процесса.

Временная регламентация функционирования ИСУ должна однозначно определять время поступления информации, персональная - указывать конкретных должностных лиц, передающих и принимающих информацию и несущих ответственность за ее анализ, обработку и принятие и передачу решений. Количественная регламентация характеризует объемные показатели информации, качественная - уровень обработки (реферирования) информации техническим персоналом и ее своевременность, достоверность и полноту. Актуальность обеспечения

четкого функционирования ИСУ обусловлена быстрым ростом информационных потоков в сфере материального производства. Это является закономерным следствием возрастания сложности выпускаемой продукции, сокращения ее жизненного цикла, ускорения и усложнения технологических процессов изготовления продукции, что ведет к интенсификации информационного обмена внутри предприятий. Здесь необходимо учитывать и резкий рост динамичности внешней среды предприятий, ведущий к интенсификации информационных связей. В этих условиях без четкой регламентации информационных процессов информационная перегрузка руководителей на промышленных предприятиях практически неизбежна и, как закономерное явление этого, неизбежны либо ошибочные решения из-за недостатка времени на анализ поступившей информации, либо по той же причине - запаздывание с принятием решения, что в принципиальном смысле, т.е. по своему влиянию на объект управления тоже является ошибкой.

Принципиальным моментом в организации функционирования ИСУ должно быть обеспечение иерархичности функционирования и распределения информационных потоков, которая должна определять, какая информация в количественном и качественном объеме должна поступать к каждому руководителю на каждом уровне. Одним из важных моментов здесь является обеспечение запрета несанкционированного перескакивания информации через иерархические уровни не только при ее движении снизу вверх, но и сверху вниз. Нашими исследованиями установлено, что поступление информации через уровни является достаточно распространенным явлением на МСП и это является одной из причин информационной перегрузки руководителей высших уровней управления и одним из весьма существенных дефектов информационных структур управления на этих предприятиях. Часто эти информационные перескоки объясняются руководителями необходимостью принятия

быстрого решения. Но это является оправданным лишь в критических ситуациях, связанных с авариями, стихийными бедствиями и иными катаклизмами, когда быстрота принятия решения позволяет взять под контроль нештатную ситуацию и не допустить нарастания негативных явлений. В обычных производственных ситуациях, когда ординарное отклонение от ранее предусмотренных показателей не вызывает необходимости принятия каких-либо экстренных решений, эти отклонения должны устраняться на самом низком по компетенции уровне управления.

Негативизм вышеотмеченного, кроме информационной перегрузки руководителей, заключается еще и в том, что нижестоящие звенья, удовлетворенные быстротой принятия и реализации решения поступившего сверху по простой проблеме, принимают это за позитивный прецедент забывая при этом, что данное явление ведет к необоснованному исполнению вышестоящими руководителями не своих функций, а в конечном итоге, при частом вмешательстве их распоряжения по простым вопросам начинают восприниматься как обычное явление и исполняются на ординарном уровне.

Рассматривая информационный аспект управления, следует в процессе анализа управленческих проблем выделить две фазы - фазу обнаружения проблемы и фазу поиска, принятия и реализации решения. Практика показывает, что чем позже обнаружена проблема, тем больше времени и средств потребуются на ее решение. Но в любом случае каждая проблема должна иметь четкие признаки того, к какому иерархическому уровню она принадлежит и при каких условиях она должна быть передана на вышестоящий уровень, если на уровне ее установленной принадлежности она не нашла решения.

Нарушение принципа иерархичности в движении информации увеличивает в ней количество второстепенных элементов или, по-другому, "информационного шума", затрудняющего ее быстрое восприятие. Этот

шум есть следствие неодинакового восприятия значимости возникших проблем руководителями различных управленческих уровней. И то, что, на нижестоящем уровне может восприниматься как серьезное отклонение, руководителем вышестоящего звена может считаться ординарной ситуацией, не отражающейся на результатах деятельности объекта управления в целом, а следовательно и не заслуживающей внимания.

Количество "информационного шума" можно оценить через коэффициент чистоты информации при ее последовательном движении по уровням управления. В общем виде этот коэффициент можно рассчитать по следующей формуле:

$$K_{ч.и} = \left(1 - \frac{A_2}{A_1}\right) \quad (4), \text{ где}$$

$K_{ч.и}$  - коэффициент чистоты информации;

$A_1$  - количество входящей информации на уровень;

$A_2$  - количество исходящей информации с уровня

Иначе говоря, коэффициент чистоты информации характеризует уровень компетентности управления тем объектом, на которой поступила информация из внешней среды. Само количество входящей и исходящей информации нами предлагается оценить через информационные связи, через которые передается информация, требующая принятия решений.

Практика наших исследований показала, что коэффициент чистоты информации зависит не только от уровня компетентности руководителя, но и от функциональной направленности его деятельности и значимости информации. В этом аспекте нами предложено выделить следующий ряд коэффициентов чистоты информации.

1. Кч.о.с.- коэффициент чистоты оперативной стандартной информации. Он должен стремиться к единице, т.к. все практически

вопросы оперативного характера должны находить свое решение внутри объекта управления.

2. Кч.о.т. – коэффициент чистоты оперативной технической информации. Он должен иметь меньшую величину, поскольку тактика затрагивает взаимосвязи объекта управления с внешней средой, а следовательно требует элементов согласования его поведения с внешним окружением.

3. Кч.б.п. – коэффициент чистоты информации о ближней перспективе развития предприятия. Он всегда меньше Кч.о.т., поскольку здесь не только расширяется круг согласования своих позиций с внешней средой, но и существенно ухудшаются количественно-качественные показатели самой информации, что требует существенной интенсификации информационного обмена с внешней средой.

4. К ч.п.а – коэффициент чистоты прогнозно-аналитической информации. Исследования показали, что Кч.п.а всегда имеет самую низкую величину вследствие влияния целого ряда факторов. Первым из них является практически всегда присущая этому виду информации неполнота, второй фактор связан с неизвестной степенью достоверности прогнозно-аналитической информации, третий фактор, вытекающий из первых двух, обусловлен трудностями принятия решений без обсуждения с другими должностными лицами, поскольку в противном случае велика вероятность принятия ошибочных решений, что может иметь непредсказуемые негативные последствия.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод о необходимости наиболее четкого разделения функции в части принятия решений оперативно-тактического и прогнозно-стратегического характера.

Из вышеприведенной формулы следует, что чем выше коэффициент чистоты информации, тем меньше уровень "информационного шума", поступающего к руководителю. Коэффициент же чистоты, как уже было

отмечено, тем выше, чем больше управленческих проблем решается на том же иерархическом уровне, на котором они возникают. Это, с одной стороны, определяется профессиональной квалификацией руководителей, а с другой – уровнем разделения управленческого труда, который, в свою очередь, зависит от степени делегирования полномочий.

Проведенные на ряде МСП исследования, представленные в таблице 9 показали, что уровень "информационного шума", идущего к руководителям, достаточно велик, а это свидетельствует о больших резервах роста качества оперативной системы управления производством.

*Таблица 9*

**Межуровневые коэффициенты фильтрации информации (К<sub>ф</sub>)**

Уровни управления Коэффициенты фильтрации	Высшее звено Внешняя среда	Высшее звено Среднее звено	Среднее звено Низшее звено
	Среднее значение К <sub>ч</sub>	0,69	0,62
Максимально возможное значение К <sub>ч</sub>	0,8	0,80	0,71

Из таблицы 9, видно что среднее значение К<sub>ч</sub> существенно отличается от максимально возможного, что говорит о значительном объеме "информационного шума", идущего к руководителям всех уровней.

Главными причинами этого являются:

1. Отсутствие четких оценочных показателей, позволяющих однозначно указать на уровневую принадлежность информации.
2. Явное невнимание к разработке и функционированию информационных систем управления.
3. Отсутствие упорядоченности в передаче информации и ее многочисленные и практически постоянные перескоки через уровни из-за отсутствия или нечеткости нормативной документации, регламентирующей информационные процессы.

Исследования показали, что для повышения качества функционирования информационной структуры управления для каждого управленческого уровня нужна строгая и стройная система, регламентирующая протекающие в нем информационные процессы и представленная как в описательном, так и в графическом виде. Описательном виде четко и однозначно регламентируется деятельность каждого должностного лица в процессе приема, обработки, принятия решения и передачи информации. В графическом виде информационная сеть накладывается на организационную структуру управления, формализуя в определенной степени информационные связи между должностными лицами в процессе управления.

Кроме чисто временных затрат руководителей на прием этой информации, «информационный шум», ведет и к другим негативным последствиям, главным из которых является исполнение несвойственных руководителям функций. Иначе говоря, руководитель, получив информацию о каких-либо конфликтных ситуациях в объекте управления, принимает по этим ситуациям решения, далеко не всегда разбираясь следовало ли ему вмешиваться в этот процесс. Причем ввиду обычной простоты решений по этим ситуациям руководитель не считает нужным отправить информацию на тот иерархический уровень, которому она принадлежит. Это является дефектом информационной системы. А кажущаяся незначимость вызываемых этим дефектом ситуаций приводит, к большому объему выполняемых работ несвойственных руководителям и отвлекающих их от исполнения тех функций, которые никто кроме их квалифицированно исполнить не может. Нами и рядом других исследователей методом непосредственного наблюдения за деятельностью руководителей высших звеньев управления определен коэффициент чистоты информации и уровень функций, которые могут не исполняться руководителями, а методом анкетного опроса получена субъективная



оценка объема исполняемых ими несвойственных функций. Последний показал, что самая минимальная величина несвойственных руководителям функций составляет 10%, а у некоторых руководителей они составляют около 50%.

Результаты проведенного поведенческим методом исследования представлены в таблице 8 и по ее данным рассчитан коэффициент парной корреляции между коэффициентами чистоты информации и объемом несвойственных руководителям функций, определен коэффициент регрессии и рассчитано уравнение регрессии.

Коэффициент парной корреляции рассчитан по формуле:

$$Z_{y/x} = \frac{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X}) \cdot (Y_i - \bar{Y})}{n \cdot \sigma_x \cdot \sigma_y} \quad (5), \text{ где}$$

$Z_{y/x}$  - коэффициент парной корреляции;

$X_i$  и  $Y_i$  - текущие значения коэффициента фильтрации информации и объема несвойственных руководителям функций соответственно;

$\bar{X}$  и  $\bar{Y}$  - средние арифметические значения вышеуказанных величин;

$n$  - число исследуемых объектов;

$\sigma_x$  и  $\sigma_y$  - средние квадратические отклонения  $X$  и  $Y$  соответственно, исчисляемые по формулам:

$$\sigma_x = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2}{n}} \quad (6)$$

$$\sigma_y = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (Y_i - \bar{Y})^2}{n}} \quad (7)$$

Из расчетов, проведенных по данным таблицы 9, получены следующие результаты:

$$\bar{X} = 0,68; \bar{Y} = 0,37; \sigma_x = 0,094; \sigma_y = 0,135.$$

Подставляя вышеуказанные величины в уравнение (5), получаем величину  $Z_{x/y} = -0,96$ , что говорит о том, что практически все несвойственные руководителям функции являются следствием дефектов в информационных системах.

Вычисляем коэффициент регрессии по формуле:

$$b_{y/x} = Z_{y/x} \cdot \frac{\sigma_y}{\sigma_x} \quad (8)$$

и определяем уравнение регрессии по формуле:

$$\hat{Y} = \bar{Y} + b_{y/x} \cdot (X_i - \bar{X}) \quad (9), \text{ где}$$

$\hat{Y}$  - расчетное значение удельного веса функций, которые не должны исполняться на данном уровне управления.

Подставляя соответствующие значения в уравнения (7) и (8), получаем:

$$b_{y/x} = -1,35;$$

а уравнение регрессии:

$$\hat{Y} = 0,37 - 1,35 \cdot (X_i - 0,68) \quad (10).$$

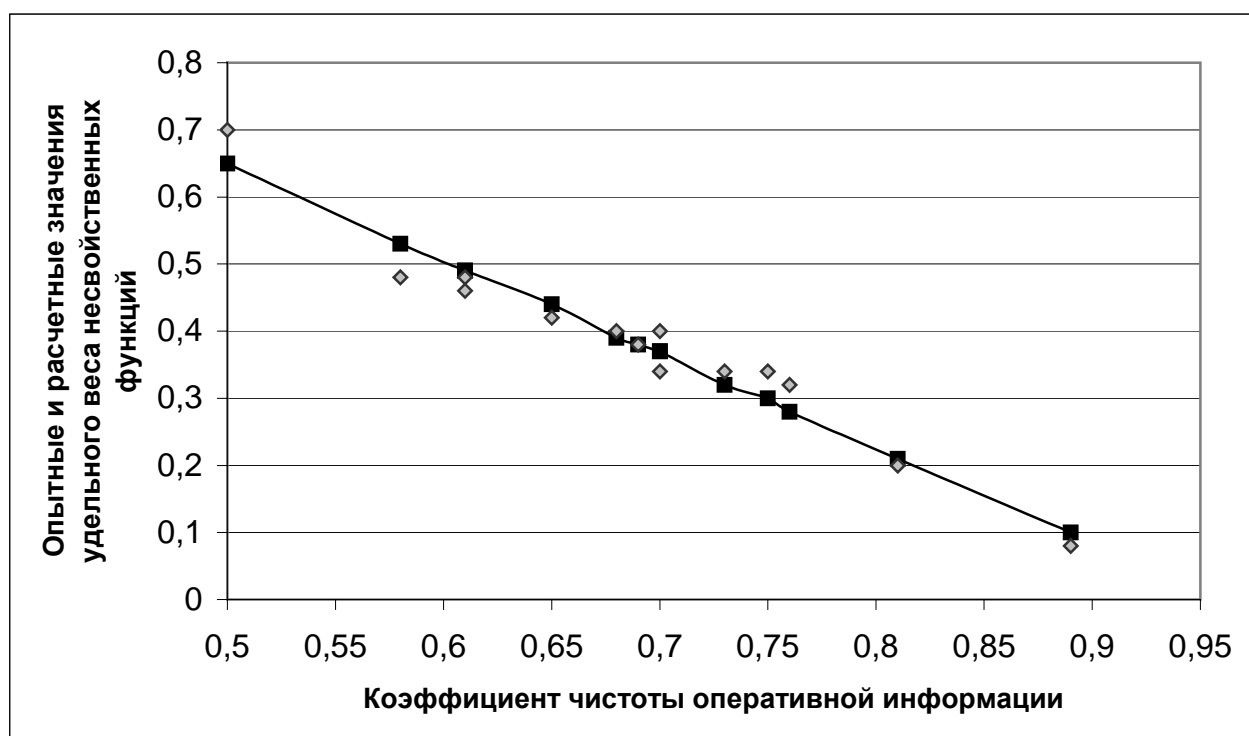
Опытные и расчетные значения удельного веса несвойственных руководителям функций представлены в таблице 10.

Графическая зависимость уравнения (10) представлена на рисунке 4.

В процессе организации функционирования предприятия важно иметь как можно более полную и достоверную информацию о внешней среде предприятия, на основе которой принимаются внутренние решения.

**Опытные и расчетные значения удельных весов функций, которые не должны исполняться**

№№ п/п	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Кф	0,79	0,87	0,75	0,59	0,70	0,68	0,49	0,68	0,56	0,74	0,63	0,68	0,60	0,67	0,71	0,69
Уд веса несов. функций (y)	0,19	0,07	0,3	0,47	0,33	0,39	0,69	0,37	0,47	0,33	0,41	0,42	0,45	0,33	0,31	0,33
Xi (Кф)	0,79	0,87	0,75	0,59	0,70	0,68	0,49	0,68	0,57	0,74	0,64	0,67	0,60	0,68	0,71	0,69
Y опыт. несов. функ.	0,19	0,0075	0,30	0,47	0,33	0,39	0,69	0,37	0,47	0,34	0,41	0,42	0,45	0,33	0,33	0,35
^ Y расч. несов.функц.	0,20	0,09	0,27	0,48	0,32	0,37	0,64	0,38	0,52	0,31	0,43	0,39	0,49	0,37	0,31	0,33
Xi-X	0,11	0,19	0,06	-0,07	0,03	0,01	0,18	-0,01	-0,10	0,04	-0,03	0,01	-0,06	-0,02	0,03	0,04



◆  
—

- опытные значения удельного веса несвойственных функций

■

- расчетные значения удельного веса несвойственных функций

Рис. 4. Зависимость опытных и расчетных значений удельного веса несвойственных функций от коэффициента чистоты оперативной информации

Исследования и анализ литературных источников показали, что основными факторами успеха МСП в этой сфере являются:

- адекватная реакция на постоянно меняющиеся оперативные потребности рыночной среды и их прогноз на ближнюю и особенно дальнюю перспективу;
- направленность на потребителя с воздействием на него целенаправленной рекламы и другой информации о текущей и перспективной деятельности предприятия;

- непротиворечивость оперативных решений и стратегических установок развития предприятия;
- временная регламентация процессов внедрения инноваций в производстве с учетом номенклатурных аспектов этих инноваций;
- обоснованный выбор тактических и стратегических позиций на рынке;
- расширение связей с непосредственными потребителями в части элементов сервисного обслуживания своей продукции и в части их общей оценки приобретенной продукции;
- формирование позиции управленческого звена, четко ориентированной на коллективную систему ценностей;
- подбор кадров всех уровней по качествам, наиболее полно соответствующим профилю и стратегическим установкам деятельности предприятия и постоянное повышение квалификации работников всех уровней.

Слабое развитие деятельности МСП в России нередко связывают с отсутствием соответствующих условий, стимулирующих этот процесс. Исключать влияние этого фактора, вряд ли есть, основания. Однако и в зарубежных странах, где деятельность МСП по существу четко регламентирована соответствующими положениями далеко не все предприятия находят себя в рыночной среде. Так, согласно данным немецкого журнала<sup>51</sup>, изучение экономических показателей 150 американских и 200 западногерманских малых фирм различных величин и различной отраслевой принадлежности лишь 16% из них можно было отнести к разряду процветающих.

А американский журнал<sup>52</sup> считает, что высшее руководство для обеспечения эффективности МСП должно следовать трем предпосылкам.

---

<sup>51</sup> ZFO-1999 59, №6 -с.407-414

<sup>52</sup> Planning Revir 1998 18, №2-с.28-33

1. Оно должно быть внутренне консолидировано и следовать избранной стратегии.

2. Для достижения единства стратегия должна быть ясно определена и легко понимаема персоналом.

3. Этапы реализации стратегии должны быть четко сгруппированы и достаточно легко подвергаться измерениям.

Правильная оценка тенденций развития тех или иных направлений развития научно-технического прогресса, требует правильной ориентировки в источниках наиболее полной и достоверной информации об этих процессах. И в этой части заслуживает внимания опыт США и Японии широко использующих достижения НТР на практике. Дадим сопоставительный анализ опыта этих стран по распространению высоких технологий, приведенный журналом<sup>53</sup>. Согласно опроса ведущих научных работников крупнейших университетов, научно-исследовательских учреждений и отделений исследований и разработок промышленных компаний Японии и США, проведенного с целью оценки интенсивности использования ими основных каналов распространения информации о результатах НИОКР в сферах высоких технологий, к которым, в первую очередь, относятся биотехнология, робототехника, радиоэлектроника и др., ими выделено три основных канала распространения и получения научно-технической информации. Первым каналом являются научно-технические публикации в журналах, и в научно-технических отчетах в специальной прессе. Вторым каналом являются патенты. Третий канал – личные контакты ученых и специалистов, осуществляемые либо через участие в конференциях и симпозиумах, либо через участие в совместных научно-технических исследованиях.

Результаты опроса показали, что информация о высших и наиболее полных достижениях НТП распространяется преимущественно в личном

---

<sup>53</sup> IEEE Transactions of Engineering Management. -1998.-36, №1. с.17-24.

общении ученых и специалистов, а остальные каналы имеют существенно меньшее значение. При этом в Японии личные контакты между учеными используются значительно интенсивнее, чем в США. Так, например, 93% университетских исследователей и 70% исследователей в промышленности Японии не менее 2-х раз в месяц встречаются со своими коллегами вне места постоянной работы, тогда как для США эти показатели составляют соответственно только 43% и 17%. При этом надо отметить, что 59% исследователей Японии за последние два года принимали участие по меньшей мере в одной международной конференции, тогда как в США этот показатель составляет лишь 28%. По результатам анкетного опроса также выяснено, что многие американские специалисты и ученые большую часть информации об успехах в области фундаментальных наук получают из университетов США, которые выполняют основной объем фундаментальных исследований в стране.

Что касается промышленности, то в США важным источником сведений об услугах в области высоких технологий служат японские промышленные корпорации. Так, к примеру, большая часть керамических материалов и образцов робототехники в США созданы на базе разработок, используемых в промышленности Японии. При сопоставительном анализе основных источников получения информации о достижениях НТП специалистами этих стран, конечно, следует учитывать и тот факт, что в США шире, чем в Японии достижения фундаментальных наук освещаются в научных журналах и патентных публикациях, а японская промышленность существенно шире американской использует возможности выполнения совместных исследований с крупными университетами.

На основании приведенного выше сопоставительного анализа и основных каналов получения инновационной информации, следует сделать вывод о положении на информационном поле инновационных технологий в

нашей стране, которые на наш взгляд, нельзя признать удовлетворительным, а ситуация с информационным обеспечением продолжает ухудшаться без видимых предпосылок хотя бы к стабилизации этого процесса. Такая оценка напрашивается на основе учета ниже следующих факторов.

Первым, и самым главным, из них является резкое сокращение затрат на науку и научные исследования фундаментальной направленности. Здесь следует отметить, что советская фундаментальная наука была одной из сильнейших в мире и она обеспечивала не только научную, но и стратегическую безопасность страны. Утрата этих позиций Россией переводит ее в разряд второсортной страны с промышленной инфраструктурой колониального типа.

Вторым фактором является практически полный развал научно-исследовательских институтов прикладной направленности.

Третий фактор связан с резким сокращением притока молодых специалистов в фундаментальную науку и с явной тенденцией к свертыванию деятельности в этой сфере, что грозит практически полным исчезновением сферы науки и научных исследований. Уже в настоящее время образовавшийся разрыв поколений в науке труднопреодолим, а в ближайшем будущем при сохранении вышеуказанных негативных тенденций его преодоление будет просто невозможным.

Четвертый фактор обусловлен резким снижением числа печатных источников информации о достижениях в области НТП, получаемых на предприятиях, в научных учреждениях и в высших учебных заведениях вследствие финансового не обеспечения этих поступлений. Огромный ущерб отечественная наука понесла из-за "утечки умов" за рубеж. Не следует сбрасывать со счетов и тот факт, что наиболее одаренная молодежь стремиться сегодня поступить на экономические, финансовые или



юридические факультеты ВУЗов в ущерб факультетам технических направлений.

Наконец, надо напомнить и о пятом факторе, связанном с тем, что ориентация только на зарубежные технологические инновации в принципиальном аспекте бессмысленна, если мы действительно хотим иметь многоотраслевую высокотехнологическую экономику. Это обусловлено тем, что самые современные технологии в основополагающих отраслях промышленности нам никто продавать не будет.

Все это позволяет сделать вывод о том, что необходимо безотлагательное изменение отношения государства к фундаментальной и прикладной науке и исследованиям, поскольку только ему по силам решить эту сложнейшую и одну из самых важнейших проблем подъема и развития экономики страны.

## **ГЛАВА III. НАПРАВЛЕНИЯ РОСТА ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

### **3.1. Взаимодействие МСП с крупными промышленными комплексами**

В зарубежной экономике малые предприятия, когда речь идет о высокотехнологичном промышленном производстве, находятся в тесной связи с крупными корпорациями, занимая те или иные звенья в его технологическом цикле. Причем, если ранее эти взаимоотношения нередко носили характер слабо скрытой эксплуатации МСП, то в настоящее время они становятся на путь большего равенства и, как правило, поддержки их со стороны крупных предприятий в технико-технологическом, организационно-управленческом и информационном направлениях. Кроме того, получает все большее подтверждение реальность той точки зрения, что успешное развитие крупных предприятий зависит и от внедрения на них внутреннего полуавтономного инновационного производства, часто имеющего венчурный тип. Для различных моделей экономики характерны различные формы такого взаимодействия, однако, однозначно признается необходимым сотрудничество и партнерство между крупными и малыми предприятиями для обеспечения сбалансированного экономического развития.

В настоящее время в России малые предприятия практически не связаны с крупными. И это, на наш взгляд, вполне закономерно, поскольку малые предприятия на их нынешней стадии очень мало затронули сферу крупного промышленного производства и в особенности сферу машиностроения, где кооперация между крупным и малым производством особенно развита в зарубежной практике. Парадоксальным же в части

сотрудничества между малыми и крупными предприятиями в российской практике является то, что даже те малые предприятия, которые образовались в результате, как правило, необоснованной дезинтеграции крупных предприятий, зачастую не поддерживают отношений с ними. Обычно эта незаинтересованность объясняется кризисом на самых крупных предприятиях со всеми сопутствующими негативными явлениями. Однако при этом квазизабывается, что выделившиеся малые структуры обычно оставляют материнскому предприятию все долговые обязательства, а разрыв технологического единства неизбежно приведет к гибели и саму выделившуюся структуру, если она не уходит в иную сферу деятельности. Утверждая это, мы опираемся не на умозрительные суждения, а на реальную действительность, в том числе и по Нижнему Новгороду. Подобное явление произошло со многими малыми структурами, выделившимися из уже упомянутых нами предприятий «Термаль» и «Салют», станкостроительного объединения «Завод фрезерных станков» и др. Поэтому перемена во взаимоотношениях между малыми и крупными российскими предприятиями является необходимым условием для поддержания конкурентоспособности региональной и национальной экономики.

Рассматривая вопросы структурной перестройки и роли малых и средних предприятий в этом процессе следует иметь в виду, что в мировой практике существуют различные формы сотрудничества между малыми и крупными фирмами.

1. *Субподрядная система*, при которой малые предприятия выступают в качестве субпоставщика, изготавливая те или иные комплектующие изделия для продукции крупного предприятия. При этом малое предприятие в данном случае работает по технологии заказчика и на оборудовании того класса, который ему укажет заказчик. Это необходимо для обеспечения качества выпускаемой продукции. Например, корпорация

BMW имеет до 25 тысяч субпоставщиков, главным образом мелких предприятий, а концерн «Дженерал моторз» использует услуги 32 тысяч мелких поставщиков. Кооперация с малыми предприятиями позволяет крупным организациям поднять уровень специализации производства и производительность труда, а, следовательно, и сократить издержки производства. Малые фирмы получают возможность совершенствовать технику и технологию производства, обеспечить стабильный сбыт, применять современные методы организации производства и управления, повышать квалификацию персонала.

Наибольшее развитие за рубежом данная система получила в отраслях с массовым механо-сборочным производством, лидером среди которых является автомобилестроение.

2. *Обслуживание производства, распределение продукции и услуг*, когда малые фирмы специализируются на производстве запасных частей, опытного оборудования и инструментов. Крупные предприятия при этом могут постепенно освободиться от вспомогательных и заготовительных подразделений, литейных, кузнечных производств, ремонтных и строительных цехов, передавая их функции узкоспециализированным малым и средним предприятиям. Тем самым МСП получают гарантированные заказы и добиваются высокой эффективности за счет специализации производства и иногда за счет использования отходов производства крупных промышленных корпораций. Крупные фирмы, в свою очередь, экономят на затратах на содержание вспомогательных производств и сервисных служб.

Наибольшим потенциалом в развитии данного направления сотрудничества фирм с разными масштабами деятельности обладают машиностроительные отрасли. Технически хорошо оснащенные небольшие заводы способны быстро внедрять и эффективно использовать

нововведения и таким образом содействовать развитию современного машиностроения.

3. *Лизинг*, который по своей сути является разновидностью арендных отношений. В международной практике здесь предусматривается три вида операций. Рентинг – краткосрочная аренда продолжительностью от нескольких часов до двух месяцев. Хайеринг – среднесрочная аренда продолжительностью от двух месяцев до двух лет. Сам лизинг как долгосрочная аренда продолжительностью от двух до десяти, а в исключительных случаях до двадцати лет.

Производители оборудования, как правило, непосредственно занимаются краткосрочной и среднесрочной арендой, а при долгосрочной аренде арендодателями становятся, главным образом, крупные банки, страховые агентства, специализированные лизинговые компании. Выгода лизинговых операций состоит в том, что крупные фирмы увеличивают свой объем продаж, а, следовательно, и получаемые доходы. Для малых предприятий лизинг предоставляет возможность становления и развития при относительно небольшом стартовом капитале.

4. *Франчайзинг (франшиза)*, который интегрирует элементы аренды, купли-продажи и представительства. Сторонами договора являются крупное предприятие (франчайзер) и малое предприятие (оператор). При этом малое предприятие получает право не только использовать торговую марку, но и осуществляет производство по технологии франчайзера с соблюдением всех технико-технологических особенностей высокопроизводительного производства.

Франшиза позволяет материнской организации расширять в объеме и географически свой бизнес с наибольшим эффектом и при относительно небольших затратах. В Европе значительный рост франшизы происходил в 80-х годах XX столетия. Однако нигде она не приобрела такого значения как в США, где франшиза достигает более трети всей розничной торговли

и примерно 10% валового внутреннего продукта. Деятельность, связанная с франшизой, в основном сконцентрирована в секторе услуг, где ее важнейшие виды представлены во взаимосвязях: франшиза производитель – розничный продавец, франшиза производитель – оптовый продавец, франшиза оптового и розничного продавца и франшиза торговая марка, то есть название фирмы лицензиара – розничный продавец. Быстрое расширение деятельности, связанной с франшизой происходит и в нашей стране. Наибольшие перспективы такая форма сотрудничества имеет в пищевой промышленности. Примером производственного франчайзинга здесь служат фирмы «Кока-кола» и «Макдоналдс», построившие серию заводов и кафе в различных регионах России.

5. *Инновационная кооперация.* Актуальность этого вида сотрудничества между малыми и крупными фирмами вытекает из того, что в промышленности США, например, на долю малого бизнеса приходится около половины изобретений. Однако малый бизнес, как правило, не может обеспечить крупносерийную реализацию технико-технологических инноваций в производстве и либо продает патенты крупным предприятиям, либо вступает с ними в выгодную для себя кооперацию. Крупный изготовитель конечной продукции также заинтересован в высоком качестве и технической новизне изделий. Возможен и обратный процесс, когда происходит передача новых технологий от крупных фирм своим партнерам – малым фирмам в случае, если инновационный продукт имеет уникальный характер, и нужен лишь в небольших объемах.

Инструментами такого сотрудничества могут служить технопарки и бизнес-инкубаторы, т.е. специализированные мобильные центры, оказывающие организационно-техническую помощь в подготовке и реализации новых проектов. В число организаторов таких структур могут входить местные органы власти, вузы и крупные фирмы. Это способствует

передаче наукоемких технологий, товаров и услуг в промышленность через сектор малых инновационных промышленных предприятий.

6. *Содействие конверсии предприятий оборонных отраслей*, подразумевающее привлечение производственного потенциала оборонных предприятий к изготовлению технологического оборудования для нужд МСП.

Здесь, следует отметить, что в 90-е годы была предпринята попытка дезинтеграции под предлогом демонолизации крупных предприятий машиностроения, и в том числе предприятий ВПК, путем создания на их базе серий малых предприятий. Печальный опыт, в том числе и Нижегородской области, свидетельствует о том, что там, где это было сделано, нет ни самих крупных предприятий, ни малых предприятий, функционирующих в отраслевой структуре крупных предприятий.

В этом аспекте приведем конкретные примеры. Нижегородское предприятие «Термаль», выпускающее нагревательную аппаратуру для судов речного и морского флота, в результате дробления на ряд квазисамостоятельных внутренних структурных образований, нарушивших организационно-технологическое единство, резко сократило объемы производства и практически исчезло с арены крупного промышленного производства.

Еще серьезнее ситуация сложилась в объединении «Салют» радиоэлектронной промышленности, где в результате аналогичных действий была разрушена и мощная научно-исследовательская база, и уникальное производство сложной и очень нужной продукции.

Аналогичные попытки были предприняты на ОАО «Нител». Однако процесс был во время остановлен, хотя и он нанес очень серьезный ущерб предприятию.

В 90-х годах по пути дезинтеграции намечало пойти ОАО «ГАЗ». Но потом от этой идеи отказались и сохранили предприятие, как единый

мощный промышленный комплекс с единым административным руководством. В настоящее время новые собственники ГАЗа возобновили этот процесс и начали выделять различные производства автомобилей в отдельные самостоятельные структуры, предсказать однозначные последствия которого в настоящее время весьма сложно. Но учитывая негативный опыт многих других предприятий, пошедших по этому направлению, вряд ли они будут позитивными, если не будет сохранено единство управления на макроуровне.

Ключевой компонентой проблемы децентрализации/разукрупнения в условиях крупной компании должна являться не технологическая обособленность, а организация партнерских отношений между большими и малыми фирмами. Такой союз может охватывать ряд действий, включая работу совместных предприятий, перекрестное лицензирование, соглашения по кооперации, сотрудничество в исследованиях и разработках, инвестирование собственного капитала, соглашения по переработке и распределению продукции. Однако стратегическая политика должна быть прерогативой руководителей крупных предприятий.

Зарубежная практика показывает, что использование только рыночного механизма для реализации указанных форм сотрудничества требует длительного времени, что для России в настоящее время крайне нежелательно. Поэтому здесь необходимо определенное вмешательство в интегральный процесс региональных органов власти с целью его ускорения.

Это вмешательство должно, с нашей точки зрения, иметь главным образом информационный характер. Смысл его состоит в том, чтобы и крупным, и малым предприятиям дать своевременную, достоверную и полную информацию о взаимных потребностях и потенциальных возможностях каждой из сторон, безусловно, побуждая их при этом к поиску компромиссных решений в случаях взаимной заинтересованности в



сотрудничестве. Может оказать региональная власть малым предприятиям и некоторую финансовую поддержку, если это приносит региону существенную помощь в решении собственных проблем. Информационная и организационная поддержка региональных властей, может быть оказана и при выходе малых и средних предприятий (автономно или в союзе с крупными) и за пределы территории региона.

В заключение отметим, что при установлении различных форм сотрудничества крупных и малых предприятий, как правило, подразумевается высокий уровень зависимости последних. Поэтому региональные власти должны способствовать функционированию хорошо налаженного контроля, который не позволял бы крупным предприятиям диктовать свои условия явно не способствующие эффективной деятельности малых и средних предприятий.

### **3.2. Роль маркетинга в становлении и развитии малых и средних промышленных предприятий**

Эффективное текущее и перспективное функционирование МСП, только в том случае может быть стабильным, если достаточно хорошо исследованы рыночные потребности на предполагаемую к выпуску продукцию и взят акцент на занятие соответствующей ниши на этом рынке, т.е. когда проведены квалифицированные маркетинговые исследования, и когда данные этих исследований не находятся в явном противоречии с оценкой перспективной ситуации в области направлений развития и темпов инновационных процессов. Если же здесь наблюдаются серьезные различия в оценках, то необходим дополнительный анализ с привлечением сторонних квалифицированных экспертов.

Можно выделить два направления в стратегии занятия рынка:

– производство нового вида продукции, потребности в которой явно созревают;

– выпуск уже присутствующей на рынке продукции, потребности в которой далеки от насыщения, с акцентом на улучшение качественных параметров этой продукции и на расширение технологических возможностей ее использования у потребителей.

Существует опасность допустить ряд ошибок в каждом из этих направлений. Можно, например, быстро пройти этап исследований и разработок новой продукции и испытать трудности не на стадии организации процесса производства, а на стадии реализации нового изделия.

Чтобы вероятность последнего была минимальной, важно правильно спроектировать временной ряд, характеризующий этапы разработки, постановки на производство и реализации новых видов изделий. С учетом специфики использованных процессов нами предложен следующий последовательный временной ряд реализации инноваций: творческая идея; маркетинговые исследования; изготовления макета; разработка параметров изделия; опытный образец изделия; испытание образца; доработка изделия по результатам испытаний; разработка конструкторско-технологической документации (КТД) для изготовления изделий в производстве; изготовление опытной партии изделия; выход на рынок; доработка по результатам замечаний потребителей; выпуска промышленной партии; реализация на рынке; постановка на серийное производство или отказ от проекта вследствие ввиду явной неблагоприятной рыночной ситуации.

Творческая идея может возникнуть либо по инициативе руководства, либо по инициативе любого другого работника предприятия или группы работников. Если идея принимается, то для лучшей ее проверки и возможной реализации необходимо сформировать целевой временный коллектив, в обязанность которого входит сопровождение изделия вплоть до его постановки на производство.

Задача маркетинговых исследований – оценить рыночную актуальность выдвинутой идеи с оперативной и перспективной точек зрения.

Разработка макета предполагает изображение недеиствующего образца изделия в натуральную величину или в масштабе, в первую очередь, для его оценки с точки зрения дизайна.

На стадии разработки параметров определяются тактико-технологические параметры изделия, такие как широта технологических возможностей, надежность, долговечность, ремонтпригодность и т.д.

Задачей испытания является установить поведение изделия в экстремальных условиях его эксплуатации, т.е. в наиболее тяжелых режимах, в которых он может оказаться в процессе эксплуатации у потребителя и которые, согласно тактико-технологическим данным, изделие должно выдерживать.

Стадия доработки необходима в тех случаях, когда на стадии испытаний выявлены отклонения реальных параметров от параметров, предусмотренных нормативно-технической документацией.

Разработка пакета КТД предусматривает формирование ее уточненного комплекта с учетом замечаний и изменений полученных в процессе испытаний.

Опытный образец, как правило, изготавливается в единичных экземплярах, а опытная партия, в зависимости от сложности и стоимости, изготавливается в количестве, необходимом для проведения государственных или окончательных испытаний, после которых изделие может быть запущено в производство после устранения замечаний и окончательной доработки конструкторско-технологической документации. Конструкторско-технологическая документация после этого этапа должна полностью соответствовать требованиям производственных участков, где это изделие будет изготавливаться.

Промышленная партия изготавливается с целью ее поставки на рынок или непосредственно заказчику, если последнее было предусмотрено соответствующими нормативными документами.

При всей важности инноваций, главную роль при определении необходимости реализации идеи, если она находится в русле стратегических инициатив МСП, должны играть маркетинговые исследования перспективных рыночных потребностей, если эта идея не исходит от конкретного заказчика, в лице которого может выступать и государство. Во втором случае, если заказчик не воспринял в конечном итоге изделие, разработчик рискует лишь затратами времени, поскольку все ресурсообеспечение должно являться функцией заказчика. В первом – предприятие может потерпеть крах, если затраты на невостребованное рынком изделие невозможно возместить за счет прибыли от реализации других изделий.

Перспективные маркетинговые исследования играют большую роль и в случае модернизации уже реализуемой на рынке продукции, поскольку можно потратить много средств на частичную модернизацию уже выпускаемой другими предприятиями продукции и не иметь возможности конкурировать на рынке цен. Поэтому здесь очень важно правильно выбрать направление и не совершить ошибок на этом направлении.

В случае выбора концепции разработки новой продукции, при ее осуществлении необходимо руководствоваться либо последними технологическими достижениями, либо современными рыночными потребностями. Безусловно, интегральный, а не дифференцированный подход к обоим направлениям наиболее эффективен в смысле завоевания рынка. Однако он не всегда возможен из-за материально финансовых и иных ограничений и из-за временного фактора. Здесь следует отметить, что в настоящее время в зарубежной практике ведущую роль при выборе направлений деятельности играют технологические инновации. Однако в

российских условиях это не всегда приемлемо вследствие крайне ограниченных возможностей использовать в производственных процессах современные технологии по уже выше указанным причинам.

Инновационная деятельность может осуществляться в нескольких направлениях:

- расширение функциональных возможностей продукции;
- модернизация дизайна;
- использование новых технологий, резко повышающих качество и надежность выпускаемой продукции и снижающих в то же время ее себестоимость.

При этом в новой или модернизированной продукции важно удовлетворять явно нужную, но ранее неудовлетворенную потребность пользователей. Здесь в процессе разработки следует иметь в виду, что расширение функциональных возможностей и рост качества продукции далеко не всегда линейно связан с увеличением цены. Объективный отказ от этой точки зрения существенно расширяет возможности завоевания рынка. Особенно эффективно это происходит в тех случаях, если эти процессы (расширение функциональных возможностей, рост качественных характеристик) как бы предвосхищают грядущие или уже назревшие запросы потребителей.

Японская фирма «Сони», например, разработала и выпустила видеоприбор, с помощью которого на экране телевизора могут рисовать цветные картинку дети. По функциональным возможностям он представляет собой дорогостоящее автоматизированное рабочее место используемое конструкторами и действующее по принципам компьютерной графики. Однако, использование новых технологических подходов в процессе его изготовления и некоторые необходимые для детского возраста упрощения, позволили сделать его несравненно более дешевым.<sup>54</sup>

---

<sup>54</sup> «США, экономика, политика, идеология». 1998, № 8, с. 112

Важным направлением инновационной деятельности является целевой поиск новых технологий для наилучшего удовлетворения существующих традиционных запросов потребителей. Так японская фирма «Ямаха», производившая традиционные фортепьяно, благодаря использованию технологии цифровой записи, существенно расширила функциональные возможности этого музыкального инструмента, уменьшила его размеры, сделала самонастраивающимся, предусмотрела возможность прослушивать исполнение через наушники без помех окружающим.<sup>55</sup>

Большое значение имеет использование новых технологий в тех отраслях и для производства той продукции, где они ранее не применялись и для которых не предназначались. Один из примеров этого только что нами выше приведен. Для реализации последнего очень важно иметь на предприятии талантливых разработчиков с весьма широким кругозором и нестандартным мышлением.

Для завоевания рынка в современных условиях необходимо соединение воедино товара и услуги, как информационного (наиболее полная характеристика продукта при его разовом конечном использовании, например, продукты питания или упаковка), так и послепродажного обслуживания на весь срок использования потребителями приобретенного товара.

Диапазон маркетинговой деятельности для завоевания рынка в настоящее время отнюдь не ограничивается текущими и перспективными исследованиями рыночных потребностей и обеспечением сбыта производимой предприятиями продукции, как это было несколько ранее, когда технологические инновации и маркетинговая деятельность существовали в совершенно автономных нишах. Задача новаторов-разработчиков заключалась в поиске новых конструкторско-

---

<sup>55</sup> «США, экономика, политика, идеология». 1998, № 8, с. 113

технологических решений для выпуска продукции. Задача менеджеров - в обеспечении сбыта этой продукции на рынке. В настоящее время явно нарастает тенденция интеграции их деятельности. А многие американские компании, например, имеют группы маркетологов с инженерными наклонностями, и инженеров, знающих основные принципы маркетинга.

Часто в успехе инновационной деятельности играют роль не столько финансовые ресурсы, сколько талант руководителя, стоящего у истоков этого процесса. В этом аспекте Г. Хэммэл, профессор в области стратегии и международного бизнеса и К. Прэхалад, профессор университета штата Мичиган, например, пишут: «Если талант управляющего растрачивается на поддержание размера и прибыльности текущего бизнеса, новые рынки не будут создаваться, а лучшие, наиболее талантливые руководители сосредоточены в тех подразделениях, которыми мог бы управлять и автопилот. Если руководители компании тратят больше времени, глядя себе под ноги, а не на горизонт, конкуренты обязательно обойдут ее.<sup>56</sup> И важной задачей руководителя здесь является, умение гибко использовать человеческие ресурсы, одним из направлений которого должна быть организация команды, в которую входят и чистые маркетологи, исследующие рынки, и разработчики новой продукции, и технологи, определяющие процессы ее производства, и производственники, реализующие этот процесс. Принципиальным моментом здесь является «игра командой», т.е. акцент на окончательный результат, которым является завоевание рыночного пространства.

Экономическая реформа в России предусматривала становление и развитие малых и средних предприятий как правило либо частного характера, либо в форме акционерных обществ чаще закрытого типа. Причем акцент здесь делался на предприятия материальной сферы производства, что, однако, далеко не всегда реализовывалось на практике

---

<sup>56</sup> )Hamel G. Prahalad C. Corporate Imagination and Expeditionary Marketing. - «Harvard Business Review», July-August 1998, p.91.

Учитывая новые проблемы, связанные с процессом организации материального производства негосударственного сектора здесь важно знать правила успешного функционирования предприятий, ориентированных на чисто рыночную среду. Поскольку рыночная среда в России характеризуется крайней неустойчивостью, то здесь важно знать какие перемены в этой среде являются наиболее значимыми и могущими оказывать как позитивное, так и негативное влияние на деятельность предприятия. Анализ зарубежной литературы<sup>57</sup> и оценка некоторых информационных данных о деятельности российских предприятий дают основание сделать вывод, что наиболее значимыми факторами, определяющими место предприятия на рынке являются:

- динамичность рыночной ниши предприятия;
- устойчивость покупательской среды;
- динамичность издержек производства;
- тенденции изменения профессионально- квалификационного потенциала работающих.

Стабильность положения предприятия на рынке требует своевременного выявления и использования всех потенциальных рыночных возможностей. Эти возможности можно разделить на два вида: очевидные или легко распознаваемые и возможности, тенденции изменения которых достаточно растянуты во времени. К первым, например, относятся: мода, новые технологии, методы оптовой торговли. К вторым - изменения в поведении покупателей, в действиях конкурентов.

Обычно на издержки, как важный фактор положения предприятия на рынке, часто обращают внимание уже тогда, когда продукция становится неконкурентоспособной по цене. А поскольку сокращение издержек является процессом длительным и болезненным, то запоздалый анализ здесь может не привести к исправлению положения на рынке. Поэтому

---

<sup>57</sup> Credit Mangement – 1999, May – с.43



постоянный мониторинг издержек является необходимым условием стабильности положения предприятия.

Важную роль играет и кадровый фактор. Отсутствие эффективной мотивации и разнообразных форм вознаграждения является наиболее распространенной ошибкой в кадровой политике, ведущей к снижению эффективности производства.

В рыночных условиях важное значение приобретает качественное финансовое планирование, исключающее возможность возникновения финансовых стрессов. Безусловно, важнейшим фактором устойчивости и расширения сферы деятельности предприятия на рынке является качественная разработка и реализация бизнес-плана. Этот план должен разрабатываться на достаточно длительный временной период, определяемый спецификой деятельности предприятия, и содержать следующие разделы:

1. Цели деятельности.
2. Существующие и потенциальные конкуренты.
3. Принципы маркетинговой деятельности.
4. Номенклатура производимых товаров и услуг.
5. Организационная структура управления.
6. Формирование и развитие кадрового состава.
7. Тенденции развития производства.
8. Налоговая политика.
9. Информационный контроль деятельности.
10. Участие персонала в прибылях.

При разработке бизнес-плана часто достаточно эффективной может быть помощь квалифицированных внешних консалтинговых компаний. Особую роль при разработке этого плана должны играть маркетинговые структуры предприятий, так как именно в их функции входит текущее обследование рыночной среды и прогноз поведения покупателей в

перспективном аспекте. Без качественной и полной информации, полученной от маркетологов, разработать реальный бизнес-план практически невозможно. Поэтому формированию высококвалифицированной маркетинговой службы на предприятиях должно уделяться самое пристальное внимание. Это особенно следует подчеркнуть в связи с тем, что ранее маркетинговая деятельность в нашей стране практически отсутствовала, поскольку проблемы со сбытом, учитывая централизованное распределение производимой продукции, фактически не существовало. Сегодня ситуация здесь существенно изменилась. Причем немалую роль здесь сыграла и либерализация внешней торговли и падение платежеспособного спроса населения.

При анализе поведения рынка необходимо преследовать две временные цели, а саму маркетинговую деятельность следует разделять на оперативную и перспективную. Главная задача оперативного маркетинга состоит в том, чтобы: найти клиента; заставить его купить товар; обеспечить необходимую прибыль предприятию, дающую ему возможность осуществлять текущую и перспективную деятельность.

Здесь потребителей следует классифицировать по четырем категориям. К первой категории относятся постоянные клиенты, обеспечивающие гарантированный сбыт. Очень важно, чтобы они были внутренне наиболее однородны по своим системам жизненных ценностей. поскольку это определяет стабильность потребления товаров в текущем и перспективном периодах. Подчеркивая важность однородности постоянных клиентов, не следует думать, что они в примерно одинаковой пропорции потребляют продукцию. Некоторыми зарубежными исследователями [141] установлено, что в зависимости от характера товаров и услуг 20% постоянных клиентов могут потреблять до 80% продукции. Здесь, пожалуй, к месту подчеркнуть и другие наблюдаемые статистические закономерности: 20% номенклатуры продукции дают 80% дохода, 20% работников в некоторых сферах

деятельности выполняют 80% объема работ и т.д. В части последнего, как установлено нашими исследованиями, для малых и средних промышленных предприятий эти статистические закономерности не имеют места как в отношении выпускаемой продукции, так и в отношении персонала. По отношению к продукции это обусловлено ее узким ассортиментом, в силу нешироких технологических возможностей МСП, что требует обязательной безубыточности всех ее видов. А кадровые несоответствия вышеуказанным закономерностям связаны с более тщательным подбором работающих, с большими возможностями контроля деятельности каждого работника и с небольшой общей численностью персонала МСП. Вторую категорию составляют случайные покупатели (потребители). Главная задача маркетинга по отношению к ним – перевести их в категорию постоянных, т.е. не только сохранить постоянную клиентуру, но и расширить ее. Третью категорию составляют потенциальные клиенты, которые еще не приобретают продукцию фирмы, но уже имеют о ней представление через рекламу, знакомых или каким-либо другим путем. Цель маркетинга здесь – побудить их к приобретению продукции, а затем сделать их постоянными клиентами. И наконец, четвертая категория, к которой относятся клиенты, купившие продукцию фирмы, но оказавшиеся этой продукцией недовольны. Главной задачей маркетинга во взаимоотношении с этой категорией является максимальное ограничение ее негативного влияния на других потребителей. Стремление же провести клиентов четвертой категории в другие вышеозначенные категории, во-первых, требует больших усилий и затрат и, во-вторых, практически не дает положительных результатов.

Некоторые отечественные и зарубежные теоретики и практики выделяют три этапа в развитии маркетинга<sup>58</sup>. Первый этап характеризуется ориентированием маркетинга на производство. Возможности производства

---

<sup>58</sup> Дд.Энджел, ф.Е. Удалов и др. На пути к менеджменту.– Н.Новгород: Изд-во ННГУ, 1993.

на этом этапе ограничены, а спрос, как правило, выше предложения. Задачи маркетинга на этом этапе весьма просты. Они заключаются в следующем:

- определить наиболее выгодных потребителей;
- обеспечить своевременное продвижение товаров от производителя через рынок к потребителю;

- оценить объем текущего платежеспособного спроса, гарантирующего производителю приемлемый уровень прибыли;

- оценить возможность появления конкурентов на рынке;

- определить во временном аспекте точку насыщения рынка производимым товаром с целью своевременной переориентации производителя на производство другой продукции. Для второго этапа характерна ориентация на продажу (сбыт) товара. Здесь предложение выше спроса. Монопольных производителей уже нет. Нет и проблемы производства, но есть проблема сбыта. На первое место уже выходит потребитель, и, следовательно, главная задача маркетинга заключается в поисках этого потребителя, в максимальном учете его требований, в борьбе за время и деньги потребителя, в предоставлении ему выгодных условий приобретения товаров. Для третьего этапа развития маркетинга характерна ориентация на перспективный (прогнозный рынок), т.е. своевременная ориентация производителя на необходимость подготовки производства той продукции, потребности в которой уже начинают формироваться на рынке в текущем периоде, но в полном объеме проявятся в будущем. Эта, пожалуй, одна из сложных проблем маркетинга, и решать ее должны специалисты-маркетологи, не связанные с проблемами текущего маркетинга. По-иному говоря, в маркетинге должно произойти четкое организационное разделение оперативного и перспективного маркетинга. Задача первого – осуществлять функции второго этапа, задача второго – заниматься прогнозным маркетингом, т.е. осуществлять функции третьего этапа. Кроме вышеуказанного, важной проблемой перспективного

маркетинга является сегментация рынка, под которой понимается разделение потребителей на отдельные группы в зависимости от доходов, системы ценностей, принадлежности и причастности и т.д. Сегментация рынка дает производителю возможность определить масштабы производства, технические параметры продукции, дизайн, сложность, уровень роскоши и т.д. В настоящее время в развитой экономике за рубежом вряд ли кто рискнет налаживать серьезное производство продукции, не имея уверенности в ее сбыте. Таким образом, главная задача современного маркетинга – это борьба за клиента. Иными словами говоря, маркетинг в его современном представлении – это психология и математика.

Второй и третий этапы развития маркетинга можно условно назвать динамичным или толкающим и притягивающим или всасывающим маркетингом соответственно. Признаки этих двух видов маркетинга представлены в таблице 11.

Таблица 11

Типы маркетинга Оценочные признаки	Динамичный маркетинг	Притягивающий маркетинг
Цель	Обеспечить максимальный сбыт вне зависимости от сегментации рынка	Обеспечить покупку товаров теми потребителями, для которых они предназначались
Временная протяженность	Краткосрочная	Долгосрочная
Приоритеты производителя	Оперативные	Перспективные
Методы получения прибыли	Через объем продаж	Через цену с учетом сегмента потребителя
Стратегия и тактика в процессе производства	Снижение себестоимости, интенсификация труда	Высокое качество, целенаправленная, дифференцированная реклама на потребительские сегменты

Отметим, что границы между динамичным и притягивающим маркетингом нельзя считать раз и навсегда установленными. Они могут

быть весьма условными. А признаки притягивающего маркетинга могут переходить в признаки динамичного маркетинга, но не наоборот.

Притягивающий маркетинг связан с узконаправленной дифференциацией рынка, т.е. с формированием его узкого сегмента. Это дает возможность производить продукцию с гарантированным сбытом с расчетом на вполне определенного покупателя и с теми признаками, которые максимально удовлетворяли бы потребности этого покупателя. Выделяют два вида сегментации рынка. Первый вид – типовая сегментация. Второй вид – сегментация по тесноте связи с покупателями. Типовая сегментация предполагает деление групп покупателей по признаку массовости. Величины этих групп определяются в первую очередь уровнем дохода. Персональная адресность товара в типовой сегментации выражена слабо, т.е. производитель просто производит такой объем продукции, которую в его представлении он сможет реализовать в каждом из сегментов рынка. Второй вид сегментации предусматривает тесные адресные, нередко персонифицированные связи в процессе изготовления и реализации изделий. Эти связи обычно не заканчиваются актом купли-продажи, а сохраняются в течение всего периода пользования покупателем приобретенным изделием и включают в себя и элементы регламентированного сервисного обслуживания. Второй тип сегментации осуществляется лишь в пределах очень узких сегментов, где реализуется единичная или уникальная продукция. Сегментация рынка не предусматривает его жестких границ. Сегмент может быть расширен или сужен. В любом сегменте продукцию может приобрести любой покупатель. С точки зрения производителя, чем уже сегмент, тем больше удельный вес прибыли от реализации продукции в этом сегменте в общем объеме затрат на производство этой продукции. Это обусловлено уникальностью и почти всегда адресной направленностью продукции, когда для покупателя на первое место выступают параметры товара, а не его цена. Иными словами говоря, узкие сегменты рассчитаны на весьма состоятельных покупателей. И здесь в принципиальном плане для производителя имеет значение не

изделие, а запросы сегмента, которые будут обязательно удовлетворены с соответствующей выгодной для производителя компенсацией затрат.

Анализируя изменение задач маркетинговой деятельности во временном аспекте, следует отметить, что это изменение является отражением изменений, происходящих во взаимоотношениях между товаропроизводителем и товаропотребителем, а эти последние есть следствие изменений, происходящих непосредственно в сфере материального производства и отражающих его возросшие возможности в удовлетворении потребностей рыночной среды

Успешная деятельность предприятия на рынке предусматривает не только правильный выбор рыночной ниши, но и, как выше отмечалось, установление тесных взаимосвязей с имеющимися и потенциальными потребностями. При этом, как показали исследования, инициатива к необходимости выпуска продукции предприятиями может происходить как со стороны предприятия, так и со стороны потребителей. Различие здесь состоит в том, что в первом случае предприятие, учитывая, безусловно, интересы рынка, исходит из своих технико-технологических возможностей, а во втором – заказчик действует, исходя из своих потребностей, т.е. предприятие исходит из принципа возможностей, а заказчик из принципа потребностей, т.е. из принципа желаю приобрести. И если на рынке господствует заказчик, а его требования к параметрам продукции выше, чем возможности предприятия, то это является мощным стимулом для последнего ускорить темпы инновационной деятельности. Реализация этого сценария требует очень тесной работы между производителем и заказчиком, что с нашей точки зрения, и это подтверждается практикой, невозможно без непосредственного контакта с заказчиками на всех стадиях, от возникновения идеи и научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, связанных с новым изделием, до его изготовления и отгрузки потребителю.

Удовлетворение повышенных запросов потребителя требует очень четкой структуризации работ внутри предприятия с однозначным распределением функций между его внутренними службами и определением взаимоотношений между ними и уровня ответственности каждой из них. Иначе говоря, здесь должна быть осуществлена достаточно строгая формализация процесса, которая предусматривает:

- четкое определение структурных единиц предприятия привлеченных к процессу разработки и изготовления нового изделия, с определением количества работников, занятых в данной программе;

- принципы и порядок взаимодействия между структурными единицами предприятия;

- регламентацию всего процесса и его отдельных составляющих во временном аспекте;

- взаимоотношения с заказчиком и условия контроля исполнения взаимных обязательств;

- определение точек значимого контроля, характеризующих количественную и качественную стороны исполнения проекта внутри предприятия;

- порядок приема нового изделия заказчиком и порядок взаимоотношений между производителем и потребителем в процессе эксплуатации нового изделия, а также форму разрешения возможных взаимных претензий и конфликтных ситуаций.

Одним из важных моментов, способствующих лучшему взаимоотношению между предприятием и заказчиком и снижающему уровень взаимных претензий является степень вовлеченности представителей заказчика в сам процесс разработки нового изделия. Нами установлено, что участие представителя заказчика на стадии разработки в качестве наблюдателя снижает многие недоразумения в текущих и перспективных взаимоотношениях и увеличивает степень доверия. Это



происходит, во-первых, в результате невозможности скрыть слабые стороны нового изделия, во-вторых, точное знание параметров нового изделия дает возможность более правильной его эксплуатации на практике, что исключает многие недоразумения.

### **3.3. Активизация инновационной деятельности и управления инновационными процессами на МСП**

Приведенный во второй главе анализ влияния информационного аспекта на развитие предприятий безусловно затрагивает все промышленные предприятия вне зависимости от их величины, технологической и отраслевой направленности и формы собственности. Но он особенно важен в связи с процессами становления и развития малых и средних промышленных предприятий, проблемы которых в последние годы российскими учеными активно исследуются.

Широкий интерес здесь связан с их значением для стран, входящих в рыночную экономику, и с их ролью в создании полноценной рыночной среды.

Согласно существующей точки зрения, последовательная теория предпринимательства, была впервые предложена Й. Шумпетером. Анализ предпринимательства у Шумпетера связан с его концепцией экономического развития, которое он мыслит как циклический процесс структурных изменений, рождающихся внутри экономики. А двигателем этого процесса должна являться эффективная инновационная деятельность предприятий, которая, подчеркнем, невозможна без полноценного информационного обеспечения.

И. Шумпетер считает, что экономика без использования технического прогресса представляет собой рутинный процесс, в котором будущее однозначно предопределено, и, следовательно, здесь нет места предпринимательскому доходу. По его определению предприниматели - это

“хозяйственные субъекты, функцией которых является осуществление новых комбинации и которые выступают как его активные элементы”. Таким образом, Шумпетер отождествляет предпринимателя с инноватором и считает его движущей силой экономического развития<sup>59</sup>.

Шумпетер определяет инновации в широком аспекте, включающим, помимо собственно технических инноваций, управленческие, финансовые, маркетинговые инновации, выход на новые рынки сбыта и источники снабжения. Таким образом, к функциям предпринимательской деятельности он относит:

- производство нового для потребителя материального блага или прежнего блага с новыми качествами;
- введение новых методов организации производства;
- освоение новых рынков сбыта;
- освоение новых источников и видов сырья.

Современное понятие МСП связывают, прежде всего, с процессом получения прибыли. Ф.И. Шамхалов, например, предлагает рассматривать МСП как самостоятельную деятельность, связанную с инновациями и риском в целях извлечения прибыли. Прибыль здесь служит своеобразной мерой успеха предпринимательской деятельности, но совокупность ее целей этим не ограничивается, а включает в себя также показатели:

- устойчивости развития;
- достижения общественного успеха;
- обеспечения высокого престижа фирмы на рынке и в обществе.<sup>60</sup>

---

<sup>59</sup> Шумпетер Й. Теория экономического развития: исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры. М.: Прогресс. 1982.

<sup>60</sup> Шамхалов Ф.И. Взаимодействие предпринимательских и властных структур: вопросы теории и практики. Автореферат диссертации на соискание ученой степени д.э.н., Сиб, 1998, с. 9.

С начала 80-х годов внешняя среда организаций в развитых странах претерпела существенные изменения под влиянием происходящей социотехнической революции, содержанием которой, согласно типологии А. Тоффлера, является информационно-техническая революция с адекватным ей типом цивилизации – информационным обществом<sup>61</sup>.

По А. Тоффлеру, с возникновением информационного общества появилась третья волна в развитии человеческого общества, когда его основным ресурсом становятся знания, тогда как в эпоху первой волны изменений главным ресурсом была земля, а на индустриальной ступени (вторая волна) доминирующие позиции занимал капитал.

Развитие новых технологий не является единственной характеристикой происходящих изменений во внешнем окружении организации. Разнообразие новых технологий приводит к новым возможностям. В частности, микроминиатюризация, например, в радиоэлектронной промышленности, и ее высокая эффективность дают широкий простор для применения новейших технологий не только крупными, но и средними и малыми предприятиями. С другой стороны, высокая общая стоимость высокотехнологичных разработок часто приводит к невозможности индивидуально участвовать в их осуществлении даже крупным компаниям. И при складывающейся ситуации малые и средние предприятия могут найти свою нишу в инновационном процессе.

Важными факторами успеха в конкурентной борьбе становятся изучение новых и иногда особых запросов потребителей и специфики различных стратегических зон хозяйствования, сокращение времени на разработку и продвижение товара на рынок. Взаимосвязь между основными тенденциями развития внешней среды и инновационным видом деятельности нами представлена на рис. 5.

---

<sup>61</sup> Toffler A. The Adaptive Corporation. – McGraw-Hill, 1985.

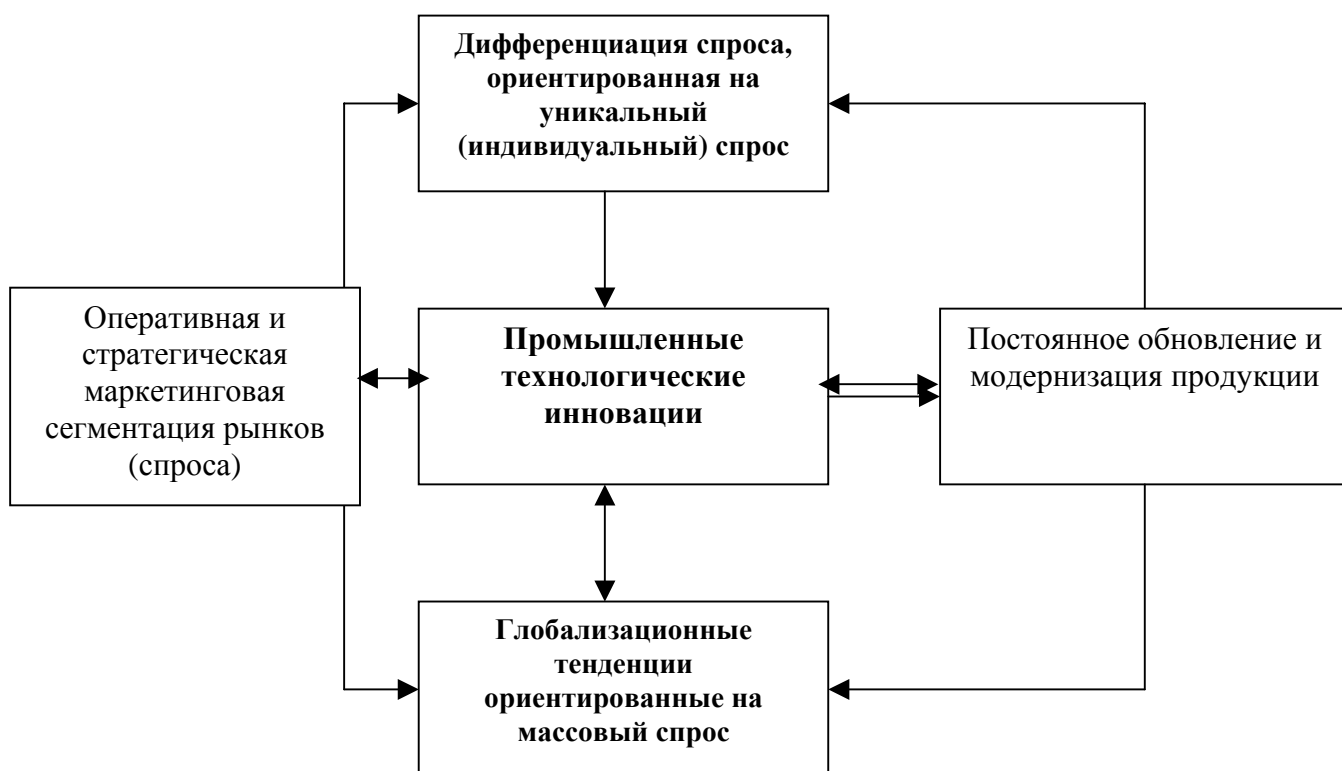


Рис. 5. Взаимосвязи и взаимозависимость между промышленными технологическими инновациями и внешней средой

Влияние новых технологических, социокультурных и поведенческих тенденций на развитие МСП на национальном и региональном и даже местном уровнях можно охарактеризовать следующим образом.

1. Знание становится стратегическим ресурсом при переходе от индустриального к информационному обществу, что требует особого внимания к человеческому фактору, и к повышению эффективности управления на предприятиях.

2. Прогресс в технологии производства должен быть тесно связан с изучением индивидуальных запросов потребителей, что обуславливает необходимость активной маркетинговой политики.

3. Наибольшего эффекта будут достигать фирмы, гибко реагирующие на изменяющиеся требования их внешнего окружения.

4. Индивидуализация потребностей и новые технологии создают возможности для успешного функционирования предприятий с разными

масштабами деятельности, при условии, что малые и средние промышленные предприятия выступают здесь, как правило, в кооперации с крупными и в том числе с транснациональными корпорациями.

Н. Макрэ – редактор влиятельного журнала "The Economist", в конце 70-х годов высказал радикальную точку зрения по поводу изменения тенденций в ведении бизнеса: "По всей видимости, мир подходит к концу эры крупнейших корпораций, потому что вскоре покажется абсурдным иметь иерархический аппарат управления, расположенный в офисах-небоскребах, пытающийся все устроить так, чтобы научные работники (которые в будущем станут самыми главными работниками) могли наилучшим способом использовать свою творческую фантазию. Занятость будет увеличиваться главным образом за счет развития мелких и самых крупных фирм, система управления которыми предполагает "дробление" компании на мелкие и мельчайшие прибыльные центры, призванные становиться все более и более предпринимательскими"<sup>62</sup>.

Вряд ли эту точку зрения можно считать бесспорной. Скорее речь здесь должна идти не о конце эры крупнейших и в подавляющем большинстве транснациональных корпораций, а о наиболее эффективном и рациональном перераспределении управленческих функций, главной тенденцией которого должна быть передача на возможно более низкие иерархические уровни оперативных функций управления и все большее сосредоточение функций стратегического управления в высших корпоративных звеньях. Такая тенденция бесспорно предусматривает рост автономности внутрифирменных структур и повышение уровня их ответственности за результаты деятельности. Однако это никоим образом не означает дробления корпораций на малые невзаимосвязанные или не подчиняющиеся единому центру структуры. Это есть ничто иное, как так

---

<sup>62</sup> Macrae N. Intrapreneurial Now. – "The Economist" 17 April 1982.

называемые локальные "центры ответственности", функционирующие в рамках общей стратегии корпорации.

Малые и средние промышленные предприятия, если они развиваются в сфере материального производства, по своей природе могут, конечно, являться более инновационными по сравнению с крупными компаниями, в случаях когда само создание малых фирм связано с идеей эффективного коммерческого использования какого-либо локального или венчурного новшества. По оценкам американских экспертов за послевоенный период примерно 40-46% всех базовых нововведений было осуществлено на мелких предприятиях. Однако крупномасштабные инновации МСП реализовать не имеет возможностей.

Структурная перестройка промышленного производства и развитие в этой сфере малых и средних предприятий тесно связаны между собой, поскольку последние способствуют более быстрому созданию конкурентной среды. Здесь следует особо подчеркнуть необходимость такой государственной инвестиционной политики, которая была бы в равной мере направлена как на поддержку конкурентоспособных крупных производств, так и на расширение сектора МСП. Мероприятия по поддержке МСП создают условия для более быстрого развития национального и региональных рынков, модифицируют конкуренцию и структуру рынка.

Для эффективного функционирования предприятия и, особенно в сфере инновационной деятельности, кроме выше рассмотренных факторов, большое значение имеет выбор стратегических установок. Анализ литературных источников и проведенные исследования позволили сделать вывод о двух возможных стратегических установках развития предприятия. Первой из них является стратегия динамичного развития, вторая – стратегией укрепления существующего положения (стратегия статус-кво).

Стратегия динамического развития характерна либо для новых предприятий, ориентированных на выпуск продукции, рыночные потребности в которой лишь начинают проявляться с явной перспективой на то, что эти потребности будут возрастать, либо для предприятий, диверсифицирующих свое производство при вышеуказанном положении на рынке.

Для предприятий с динамичной стратегией развития характерно:

–динамичность организационной структуры управления, с акцентом на поиск ее наилучших вариантов;

–активный маркетинговый мониторинг, предусматривающий непрерывное получение информации о динамике поступления на рынок продукции от уже существующих конкурентов и оценку перспектив их развития;

–формирование стабильного кадрового состава и разработка концепции роста его потенциальных возможностей;

–оценка возможностей формирования прогрессивных основных производственных фондов и в первую очередь их активной части;

–установление хороших взаимоотношений с поставщиками, субподрядчиками и потребителями продукции;

–формирование внутрифирменной философии.

Стратегия укрепления существующего положения характерна для предприятий с установившимся стабильным характером производства, с большей долей рыночной ниши при явно благоприятном прогнозе рыночной ситуации. Главная задача этой стратегии состоит в том, чтобы:

–вести и непрерывный анализ рыночной ситуации, как в части приближения рынка к точке насыщения, так и в части поведения конкурентов;

–сохранить достигнутый кадровый потенциал работающих на всех уровнях управленческой пирамиды и иметь резервы для его перспективного наращивания;

–вести наблюдение над динамичностью используемых технологий производства, обусловленной достижением НТП и вносить в эту технологию своевременные коррективы;

–не допускать снижения уровня репутации управленческого персонала во внешней и внутренней среде предприятия, сохраняя и совершенствуя при этом философию предприятия.

Для предприятий со стратегией укрепления существующего состояния принципиальным моментом является умение избегать следующих ошибок:

–недостаточного инвестирования с учетом прогнозируемых изменений во внешней среде;

–ориентации только на усиленный сбыт при недостаточном внимании к размерам получаемой прибыли;

–ослабления уровня финансового контроля;

–снижения качества оперативной информации;

–увеличения зависимости от поставщиков и потребителей предприятий;

–неверной ориентации в ценовой конкуренции, не учитывающей реальные возможности - как свои, так и конкурентов - длительное время выдерживать тенденцию снижения цен.

Для предприятий со стратегией динамичного развития к вышеуказанным ошибкам следует добавить:

–чрезмерное использование заемных инвестиций, несоответствующее перспективным реальным возможностям их возврата;

–погоню за высокими темпами роста, не подкрепленными в перспективе финансовыми и другими ресурсами;



– неверный выбор территориального размещения с точки зрения не только перспектив развития, но и с позиции маркетинговой деятельности в части сбыта продукции.

В целом, как показали исследования, эти ошибки для предприятий со стратегией динамического развития являются следствием отсутствия опыта управленческой деятельности и недостаточного уровня компетенции управленческого персонала. Для предприятий с акцентом на стабильность главными причинами ошибок служит самоуспокоенность руководителей, нежелание менять устоявшиеся методы управления при изменении факторов внешней среды. В качестве иллюстраций последнего приведем пример ошибочного решения, принятого руководителем высшего звена одного из предприятий Н. Новгорода в первой половине 90-х годов. Речь шла о получении банковских кредитов в условиях галлопирующей инфляции. Банки выдавали лишь краткосрочные кредиты и под высокую процентную ставку. Практически все кредиты использовались на предприятии для пополнения оборотных средств фактически без увеличения объемов выпускаемой продукции. Когда приходил срок расплаты с очередным краткосрочным кредитом, то давалась команда финансовым службам предприятия либо брать кредит в том же банке и таким образом погашать предыдущий, кредит, либо, в случае отказа, не возвращать кредит вообще, несмотря на штрафные санкции, а потребности в ресурсах покрывать за счет кредитов в других банках. На что рассчитывал руководитель предприятия – однозначно сказать нельзя. Видимо он считал, что высшая государственная власть поймет, что нельзя бросать на произвол судьбы экономический базис страны и усилит функции контроля и над деятельностью промышленных предприятий, и особенно над деятельностью банковских структур. Однако ничего подобного, как известно, не произошло и в конечном итоге предприятие вынуждено было

отдать банкам за долги значительную часть принадлежащей ему недвижимости.

В настоящее время инновационные программы становятся все более сложными, дорогими и менее предсказуемыми с точки зрения окончательных результатов. И если для крупных предприятий неудачи здесь не грозят крупными осложнениями для их функционирования, то неудача для малого предприятия может окончиться его банкротством.

Кроме того следует иметь ввиду, что олигополистические тенденции, все более проявляющиеся в современном мире, практически исключают для малых предприятий возможности выхода на широкий и тем более международный рынок. Поэтому здесь очень важно для МСП, во-первых, правильно выбрать направленность инновационной продукции и рыночную нишу для нее, и, во-вторых, определить иерархический уровень ответственности за конечные результаты инноваций.

В современных условиях инновационная деятельность МСП не имеет реальных перспектив в производстве сложной высокотехнологичной продукции машиностроительного профиля, предназначенной для конечного спроса ввиду их профессионально-квалификационной слабости, недостаточных финансовых ресурсов и указанных выше олигополистических тенденций в торгово-экономических отношениях. Поэтому сфера инновационной деятельности МСП, выходящих на рынок с продукцией преимущественно конечного потребления, должна быть направлена главным образом на отрасли легкой и пищевой промышленности как в части удовлетворения их внутренних технологических потребностей, так и для удовлетворения непосредственно запросов населения. Несложность продукции, практически ее однородная номенклатура, ориентированная в основном на гарантированный местный или региональный рынок сбыта, минимизируют риски инноваций и упрощают процесс управления инновационной деятельностью.

Рассматривая этот фактор, мы подчеркиваем, что речь идет не о малых и средних квазисамостоятельных предприятиях, организованных в процессе дезинтеграции крупных машиностроительных комплексов, и не о МСП, технологически связанных с крупными промышленными предприятиями, а о действительно новых малых предприятиях, спонтанно возникающих для удовлетворения тех рыночных потребностей, которыми нерационально заниматься в силу тех или иных причин крупному производителю.

В части организации инновационного процесса руководитель малого предприятия с нашей точки зрения должен быть, во-первых, генератором идей или, по крайней мере, их вдохновителем и, во-вторых, брать на себя всю полноту ответственности за возможные неудачи инновации. Как показали наши и другие исследования, в этих случаях сглаживаются элементы эмоционально-психологической напряженности (своего рода страха) между участниками инновационного процесса, что способствует большей раскованности персонала и внесению предложений, направленных на более качественную его реализацию.

К процессам управления реализацией инноваций должен быть двойственный подход. В части требований и уверенности в их реальности руководитель должен использовать жесткий авторитаризм. В части свободы профессиональной деятельности персонала в процессе реализации проекта руководитель предприятия должен придерживаться мягкого, либерального стиля, позволяющего наиболее полно раскрыть творческие способности персонала.

### **3.4. Оценка эффективности инновационной деятельности предприятия**

В первой половине 90-х годов XX столетия, у целого ряда экономистов преобладали взгляды, что многие крупные и единые

промышленные технологические комплексы должны быть дезинтегрированы под предлогом их демонополизации и на волне необоснованных утверждений о высокой эффективности малых предприятий. И в целом ряде случаев это произошло, что привело к потере не только технологического единства, но и их прежней однозначной специализации. Не избежали, как выше уже указывалось, подобной реорганизации и многие крупные предприятия Н.Новгорода и области, в числе которых находятся завод "Салют", относящийся к радиоэлектронной промышленности, и завод "Термаль", относящийся к судостроительной отрасли. Эти предприятия, будучи раздробленными на ряд самостоятельных или квазисамостоятельных структур, не только утратили свою прежнюю специализацию, но и практически перестали функционировать как экономически значимые промышленные комплексы. Следует отметить и то, что ряд руководителей этих структур вступили на путь межличностных конфликтов, почвой для некоторых из них служила прежняя совместная работа на крупных предприятиях.

На основании вышеизложенного в рамках нашего исследования мы ориентировались на самостоятельно возникающие малые предприятия, начавшие свою деятельность с нулевой отметки. Это означает, что они:

- находили рыночную нишу;
- оценивали свои возможности организовать производство;
- изыскивали возможности финансирования;
- находили свободные производственные площади;
- формировали кадровый состав;
- закупали оборудование;
- разрабатывали технологию производства;
- находили поставщиков и потребителей продукции;

– держали постоянный акцент на инновационное совершенствование производства.

У истоков вышеперечисленной деятельности по организации малого предприятия должны стоять люди с определенным жизненным и производственным опытом, и высокими организаторскими способностями, готовностью к преодолению трудностей, обусловленных становлением и развитием предприятий и непредсказуемостью поведения нестабильной внешней среды.

Акцент на производственный и жизненный опыт мы обуславливаем тем, что любой процесс в материальном производстве, особенно на стадии становления последнего, связан с большими технико-технологическими проблемами и организационно-экономическими трудностями. И в этой связи человек, не познавший ранее этих проблем и сложностей, и вставший у истоков организации предприятия, может быть сразу сломлен ими психологически. Что касается жизненного опыта, то он необходим в первую очередь для того, чтобы правильно строить взаимоотношения с внутренним и внешним окружением.

Нами исследована организация, становление и развитие производства с акцентом на его инновационную направленность, а также эффективность функционирования некоторых малых предприятий Нижнего Новгорода. Первое из них предприятие "Цитрон". Руководитель предприятия имеет высшее техническое и экономическое образование. После окончания технического ВУЗа работал на одном из оборонных предприятий радиоэлектронной промышленности. В конце 80-х годов возглавил один из непромышленных кооперативов, затем посредническую фирму. Однако как бывший работник промышленного предприятия понял, что действительно заслуживающая внимания и действительно

реальная сфера предпринимательства должна быть связана со сферой материального производства. Здесь встал вопрос о том, какую рыночную нишу выбрать, которая еще не заполнена, но которая имеет реальные предпосылки к своему существованию в перспективном аспекте. Как человек, знакомый с организационно-техническими и другими проблемами, связанными с выпуском сложной высокотехнологичной продукции, он отдавал себе отчет в том, что эта область производства не может быть сферой деятельности малого предприятия. Одними из отраслей, которые в любых случаях будут функционировать, являются легкая и пищевая промышленность. Здесь всегда будет спрос, и сам процесс производства относительно несложен. К тому же здесь можно организовать производство любых масштабов. Однако в этой сфере тоже есть свои сложности, связанные с санитарно-гигиеническими требованиями, необходимостью иметь соответствующие складские помещения, специальное холодильное оборудование, сезонностью и т.д.

Маркетинговые исследования и оценка возможных тенденций показали, что перспективу развития организуемого предприятия лучше всего связать с обслуживанием какой-либо подотрасли пищевой промышленности. Это гарантировало бы устойчивый спрос и сбыт, а следовательно, и реальную перспективу расширения предприятия. В начале 90-х годов кондитерская промышленность все больше переходила на выпуск своей продукции в коробочной упаковке с четко дозированным ее количеством. Поэтому возникла идея организовать малое предприятие, ориентированное на выпуск вкладышей различных размеров и форм, (так называемых корексов) в которые укладывались бы конфеты в коробке. Предприятие зарегистрированное в 1991г., в 1992 г. приступило к выпуску

продукции и ее поставке на кондитерские фабрики России и к настоящему времени стало средним промышленным предприятием.

Но любое предприятие только в том случае имеет перспективу развития, когда непрерывно растет эффективность производства, самым главным показателем которой является рост производительности труда. Однако последний может быть обеспечено только путем интенсификации процесса производства за счет внедрения прогрессивной техники и технологии. Имея прежние связи с предприятиями ВПК, организатор предприятия нашел изготовителя оборудования для своего производства в этой сфере. Между тем, резкое сокращение объемов производства в оборонном комплексе привело к тому, что без работы оказались многие высококвалифицированные работники практически всех специальностей, из которых на "Цитроне" была организована собственная структура, нацеленная на модернизацию основных производственных фондов, четко обозначившая инновационную технологическую ветвь деятельности предприятия.

Таким образом, оборонный комплекс дал первоначальную стартовую возможность сформировать собственное конструкторское бюро по разработке и модернизации оборудования. Но этот резерв в настоящее время практически исчерпан. Поэтому здесь устанавливаются связи с ведущими ВУЗами Н.Новгорода: Нижегородским государственным и Нижегородским техническим университетами и с некоторыми научно-исследовательскими институтами и в частности с НИРФИ. Кроме того в КБ самого предприятия привлекаются молодые технические специалисты с тем, чтобы обеспечить преемственность поколений.

Говоря о технологических инновациях, нельзя игнорировать проблемы приобретения современного технологического

оборудования за рубежом. Анализ показывает, что здесь существует две проблемы. Одна, общая для всех предприятий вне зависимости от их величины и отраслевой принадлежности и связанная с ограниченностью финансовых ресурсов. И вторая – специфическая, вытекающая из сферы конкретной деятельности рассматриваемого предприятия и готовности зарубежных производителей продавать самое современное оборудование потенциальным конкурентам. Первая проблема на сегодняшнем уровне развития МСП и с учетом стоимости зарубежного современного технологического оборудования весьма трудно разрешима. Вторая проблема, как показывает практика взаимосвязей с зарубежными фирмами, также довольно сложна. Особенно когда речь идет о возможном выращивании конкурентов на российском рынке. К тому же здесь могут возникать (правда маловероятные для МСП) и военно-стратегические факторы, препятствующее к становлению нормальных торговых отношений. Однако здесь есть и исключения. И одно из них промышленное предприятие «Карина-Пром».

В инновационных процессах важное значение играет инициаторы инноваций и их побудительные мотивы. Побудительными мотивами инноваций являются и внутренняя, и внешняя среда. Внутренняя среда побуждает к инновациям с целью интенсификации технологических процессов, а следовательно с целью снижения себестоимости и роста продаж. Внешняя среда интенсифицирует инновационную деятельность в первую очередь с целью сохранения предприятия в рыночной среде на базе роста конкурентоспособности и расширения связей с потребителями произведенной продукции. Персонально, как показали исследования, инноватором может быть любой работник. Но чаще всего это либо руководители высшего звена, либо технические специалисты. Причем, если высшее



руководство ставит инновационную проблему, как правило, лишь в концептуальном аспекте, которая детализируется техническими специалистами, то, если идея инновации исходит непосредственно от технических специалистов, она уже имеет достаточно четкие контуры и направления ее принципиальной осуществимости.

Упомянутое выше предприятие "Карина-Пром" ориентировано на производство мебели для населения и офисов. Его организатор и руководитель имеет высшее техническое и экономическое образование и ранее работал в крупных строительных организациях. Стартовый капитал для организации малого предприятия получил, занимаясь торговой деятельностью. И если на "Цитроне" это оборудование или изготовлялось на других предприятиях внутри страны, или собственными силами, то на "Карине" оборудование приобрели у одной из зарубежных фирм. В связи с последними инновационная деятельность на этом предприятии связана лишь непосредственно с совершенствованием выпускаемой продукции, разнообразия ее виды, номенклатуру, дизайн с учетом запросов как стандартных потребителей, так и пожеланий индивидуальных заказчиков. Конечно на этом предприятии инновационные возможности более ограничены в перспективном временном аспекте. Это обусловлено, в первую очередь, имеющейся технологической базой. Однако в настоящее время рыночная ниша этого предприятия достаточно устойчива за счет инновационных процессов локальной направленности.

Дадим анализ некоторых результатов оперативно-производственной и инновационной деятельности рассматриваемых в диссертации предприятий на основании данных, представленных в таблице

## ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МСП\* ЗА 1999-2004г.

Годы	1999			2000			2001			2002			2003			2004			2004/1999		
	Годы и предприятия																				
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
<b>Показатели</b>																					
Объемы производства в сопоставимых ценах (млн. руб.)	12,0	6,8	14,0	36,0	9,01	18,1	52,5	11,6	22,3	79,8	13,8	26,0	93,4	15,3	29,0	101,9	16,6	38,0	8,5 раза	2,4 раза	2,7 раз
Темпы роста объемов производства в % к предыдущему году	—	—	—	300	138,5	120,7	145,8	128,8	123,2	152,0	119,0	122,1	117,0	110,9	111,5	109,1	121,6	124,5	—	—	—
Число инновационных проектов	—	—	—	2	1	1	2	1	2	3	2	2	2	1	3	3	2	3	—	—	—
Темпы роста объема производства за счет инноваций в % от общего объема роста	—	—	—	80,5	48,4	51,1	79,4	49,1	53,2	74,4	54,6	79,4	85,0	53,3	87,2	82,1	59,7	88,3	—	—	—
Численность занятых (чел.)	19	15	21	30	21	24	49	25	28	69	26	29	81	26	30	84	28	32	4,4 раз	1,7 раз	1,6 раз
Уровень рентабельности в %	10,0	9,4	11,4	15,1	10,3	13,5	17,4	10,8	15,1	19,0	14,1	16,7	21,0	15,6	18,3	22,3	17,9	19,4	—	—	—
Доля прибыли идущей на развитие производства в %	19,4	16,6	17,4	20,1	18,7	19,9	22,3	20,9	25,0	22,9	19,8	24,9	23,1	19,3	29,4	24,4	21,6	35,0	—	—	—
Затраты на обновление основных фондов в млн.руб.	0,2	—	0,3	1,0	0,3	0,8	1,2	0,25	0,7	1,6	0,3	0,64	2,0	0,35	0,71	2,4	0,41	0,79	—	—	—
Затраты на НИОКР в млн.руб.	—	—	0,05	—	0,04	0,1	0,2	0,03	0,1	0,4	0,04	0,15	0,7	0,04	0,23	1,1	0,045	0,25	—	—	—
Затраты на подготовку и переподготовку кадров в млн.руб.	—	—	—	—	0,01	0,08	0,05	0,03	0,09	0,08	0,029	0,095	0,1	0,03	0,081	0,3	0,025	0,15	—	—	—
Динамика зарплаты рабочих в %	100	100	100	100	105	104,3	110	102,1	105,4	118	108,3	106,3	134	107,7	110,4	148,0	115,1	117,8	—	—	—
Динамика зарплаты управленческого и инженерно-технического персонала в %	100	100	100	110	105,3	104,8	118	103,3	105,9	125	109,1	107,5	139	108,8	110,8	150	116,3	118,3	—	—	—
Производительность труда в млн.руб.	0,63	0,43	0,71	1,2	0,46	0,75	1,07	0,51	0,81	1,2	0,58	0,92	1,15	0,63	0,99	1,22	0,71	1,09	—	—	—

\* Данные пропорционально изменены.

Предприятия:

1 – «Карина-пром», 2 – «Цитрон», 3 – «БАМ»

Основываясь на приведенных в ней показателях, можно сделать следующий ряд выводов.

1. На всех предприятиях наблюдаются устойчивые темпы роста объемов производства и весь этот рост носит интенсивный характер. Свидетельством этому является то, что темпы роста объемов производства за 1999-2004гг. в 1,5 – 2 раза выше чем темпы роста численности занятых.
2. На всех предприятиях ведется непрерывная инновационная деятельность, являющаяся главным фактором роста производительности труда и прироста объемов производства.
3. Рост объемов производства непосредственно зависит от числа реализуемых инновационных проектов о чем свидетельствуют, представленные в табл.11 объемы его прироста за счет инновационных факторов.
4. Производительность труда на предприятиях тем выше, чем больше инновационных проектов на них внедряется.
5. Имеется достаточно тесная положительная связь между числом инноваций и рентабельностью производства.
6. Для активизации инновационных процессов необходимы постоянные затраты на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР). Причем они должны быть тем больше, чем интенсивнее реализуются инновации в производстве.
7. Для успешной деятельности предприятий необходимо, чтобы для прибыли, идущей на развитие производства была не менее 20% от ее общего объема. При этом существенная ее часть должна идти на обновление основных фондов.

8. Постоянное внимание руководители МСП должны уделять подготовке и повышению квалификации кадрового состава предприятий.

Технический прогресс оказывает влияние на целый ряд показателей деятельности предприятий (производительность труда, рост объемов производства, уровень фондовооруженности и фондоотдачи и т.д.) и его действие можно оценивать через изменение этих показателей. Иначе говоря, мы здесь имеем как бы иерархию факторов. Рассматривая темпы инноваций как фактор, оказывающий влияние на другие факторы, необходимо признать его управляющим по отношению, например, к росту производительности труда, численности занятых, объему производства и др., которые в данном случае являются управляемыми факторами. В свою очередь эти темпы являются сами управляемым фактором со стороны самого процесса управления. Причем последний, при прочих равных условиях, оказывает решающее влияние на результаты, полученные от использования в производстве. Наибольшее влияние технический прогресс, как управляющий фактор, оказывает на темпы роста производительности труда. Но поскольку прямая количественная оценка влияния управления на темпы технического прогресса затруднена, то показателем, характеризующим эффективность управления может служить опосредствующий технический прогресс фактор, т.е. темпы роста производительности труда. Этот показатель достаточно надежен, если производительность труда исчислять либо в натуральном выражении, либо когда цены на продукцию можно привести к сопоставимым значениям.

Произведем эти расчеты за 1999-2004 г.г., основываясь на отчетных данных трех вышеуказанных предприятий за этот период.

Производительность труда рассчитываем по формуле:

$$P = \frac{N}{K}, \quad (11) \quad \text{где}$$

P - показатель производительности труда в денежном выражении в сопоставимых к 1999г. ценах;

N - объемы производства в сопоставимых ценах;

K - численность занятых (чел.).

Результаты расчетов представлены в таблице 13.

**Таблица 13**

**Показатели деятельности предприятий**

Показатели	1999г.		2000г.		2001г.		2002г.		2003г.		2004г.	
	Рублей	%	Рублей	% к 1999	Рублей	% к 2000	Рублей	% к 2001	Рублей	% к 2002	Рублей	% к 2003
Объемы производства (N) (руб.)	32,8	100	63,11	192,4	86,4	136,9	119,6	138,4	137,7	115,1	156,5	113,7
Численность работающих (K) (чел.)	55	100	75	136,4	102	136	124	121,6	137	110,5	144	105,1
Производительность труда (P) (руб.)	0,6	100	0,84	140	0,85	101,2	0,96	112,9	1,01	105,2	1,09	107,9

Проанализируем данные таблицы 13. Из нее видно, что на предприятиях идет непрерывный процесс наращивания объемов производства и непрерывный рост производительности труда. Следует отметить, что при этом растет и численность работающих. Однако видно, что темпы роста численности работающих и темпы роста объемов производства явно складываются в пользу последних. Так за 6 лет объемы производства выросли в 4,77 раза, а численность работающих только в 2,62 раза. Поэтому в динамике производительности труда, которая выросла за этот период в 1,82 раза явно преобладали интенсивные факторы обусловленные инновационной деятельностью предприятий.

Говоря об инновационной деятельности, следует иметь в виду, что здесь всегда имеется определенная доля риска как в части ожидаемой эффективности технологических разработок, так и в части востребованности новой продукции рынками. И эта закономерность наблюдается и в мировом аспекте. Американский специалист Дж.Энджел, например, пишет: "Можно привести констатирующий факт, что 80% всех новых видов продукции, представленной в США, в конечном счете не достигает рыночного успеха. Причина? Где-то в процессе производства командный центр допустил либо плохой менеджмент, либо недостаточное наблюдение за рынком".<sup>63</sup>

Этот вывод Энджела, по нашему мнению, является дискуссионным и явно завышенным, если речь ведется о крупных промышленных комплексах. По крайней мере, наш ретроспективный анализ деятельности этих комплексов в нашей стране дает несравненно меньшее значение неудачных разработок. Если же речь ведется о так называемых венчурных проектах или инновациях на малых предприятиях, то не исключено, что эти значения неудач близки к указанным. Но тогда это еще раз подчеркивает необходимость тщательного анализа технологических и продуктовых инноваций на малых и средних предприятиях прежде чем разрабатывать планы их реализации. И это еще раз подтверждает необходимость квалифицированного управления инновационным процессом на новых малых и средних предприятиях.

На рассматриваемых нами предприятиях неудачные инновации, не давшие ожидаемого эффекта в полном объеме, были в пределах 14-18% от общего объема инноваций за исследуемый нами период.

---

<sup>63</sup> Энджел Дж. и др. На пути к маркетингу. Н.Новгород: Изд-во ННГУ, 1993, с.7

На основании вышеизложенного можно сделать вывод о том, что инновационная деятельность малых предприятий, занятых в сфере материального производства, должна быть главным направлением, обеспечивающим эффективность их текущей и перспективной деятельности, управление которой должна являться основной функцией руководителей МСП.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование показало, что становление и развитие малых и средних предприятий в материальном производстве сталкивается с целым рядом проблем кадрово-организационного, технико-экономического и информационно-инновационного характера, без решения которых малые и средние промышленные предприятия не могут эффективно функционировать.

Особую актуальность в современных условиях приобретает необходимость решения организационно-информационных и инновационных проблем.

Диссертационное исследование позволило установить некоторые направления этих решений и сформулировать следующие выводы.

1. Из трех наиболее известных путей становления малых и средних промышленных предприятий наиболее правильным в настоящее время следует признать организацию МСП без ориентации на какие-либо существующие структурные образования. Создание сети МСП на базе дезинтеграции крупных промышленных комплексов не служит ни интересом этих комплексов, ни эффективному развитию самих предприятий, ни интересом развития экономики России в целом. В этом плане у МСП должны быть два направления деятельности: либо как самостоятельно функционирующий сектор, удовлетворяющий определенные рыночные потребности в конечной продукции, либо как сектор, возникающий из конкретных потребностей крупных промышленных комплексов, связанный с последними в организационно-технологическом аспекте.

2. Одним из перспективных и в принципе безальтернативных направлений, обеспечивающих эффективность функционирования



МСП в долгосрочном плане, является их ориентация на выпуск новых видов продукции на базе постоянного совершенствования техники и технологии производства. При этом для успешного осуществления инновационных проектов, кроме четкой проработки всех этапов их осуществления, необходимо, чтобы каждая инновационная идея была исследована маркетологами на предмет ее адекватности перспективным рыночным потребностям.

3. С целью обеспечения непрерывности инновационного процесса в организационной структуре управления малых предприятий должно функционировать высококвалифицированное прогнозное подразделение, ориентированное на поиск, обработку и анализ инновационной информации о тенденциях, технике и технологии производства продукции, на выпуске которой специализируется предприятие и об изменениях в ее количественно-качественных параметрах.

4. Для обеспечения процесса постоянного обновления техники и технологии производства на МСП, приобретение современного технологического оборудования за рубежом следует признать лишь как временную меру, поскольку в долгосрочном плане это может привести к проигрышу МСП в конкурентной борьбе с зарубежными производителями.

5. Информационное обслуживание МСП должно осуществляться как государственной структурой с региональными отделениями, так и функционирующими на хозрасчетных началах местными информационными структурами.

6. Необходимо создание под государственным патронажем системы подготовки управленческих кадров для малых и средних промышленных предприятий. Действующий в настоящее время управленческий персонал либо пришел с крупных государственных

предприятий, в силу резкого сокращения производства на последних, либо вообще не имеет какой-либо профессиональной подготовки, что в большинстве случаев и является причиной неудач функционирования МСП. Управление на малых предприятиях имеет свою специфику, а кадровый резерв на крупных предприятиях практически исчерпан.

7. На МСП нет достаточного уровня разделения управленческих функций и велик уровень "информационного шума". При этом между коэффициентами чистоты информации и числом несвойственных руководителям функций существует достаточно тесная зависимость. Поэтому одним из главных направлений роста эффективности управления является четкая и однозначная регламентация процессов управления в организационном и информационном аспектах.

8. На МСП должна формироваться плоская управленческая пирамида, как правило, с тремя иерархическими уровнями: высшим, средним и низшим. Причем, каждый из этих уровней не должен быть внутренне разветвленным. Это обеспечивает, во-первых, минимальные искажения циркулирующей управленческой информации и, во-вторых, ускоряет сам процесс управления.

9. В современных экономических условиях России наиболее перспективными для МСП являются отрасли легкой и пищевой промышленности, поскольку несложность продукции, однородность номенклатуры, массовый спрос минимизирует риски в их производственной деятельности.

10. Показателем эффективности функционирования МСП должны быть темпы роста производительности труда, а основным фактором, обеспечивающим этот рост, является инновационная деятельность.

## БИБЛИОГРАФИЯ

1. Абалкин Л.И. Заметки о российском предпринимательстве. – М.: Изд-во «Прогресс» – Академия, 1994. – 284с.
2. Авдашева С.Б., Розанова Н.М. Теория организации отраслевых рынков. М.: Магистр, 1998, с. 42.
3. Алимова Т. Диверсификация деятельности малых предприятий.// Вопросы экономики, 1997. - №6.
4. Алимова Т.А. и др. Инновационные процессы в малом предпринимательстве / Вопросы статистики, 1999, №8
5. Анализ имеющейся и недостающей информации по малым предприятиям России / Аналитический справочник - М.: Ресурсный центр МП, 1997
6. Анализ тенденций развития регионов России в 1992-1995 годах // Вопросы экономики, 1996, №6, с.59
7. Базовая модель региональной и муниципальной программ поддержки малого бизнеса Серия «Бизнес Тезаурас (учебно-методические пособия для российского бизнеса) М.: ЦСиЭИ. 1998, с. 12
8. Биренберг Б. Организация управления народным хозяйством в регионе. – Киев: Наукова думка, 1989. – 347с.
9. Блинов А. Малое предпринимательство. Организационные и правовые аспекты деятельности. – М.: «Ось-89», 1997, с. 29-45.
10. Блинов А.О., Голаенко Н.М. Малый бизнес в России: вчера, сегодня и завтра: (Учебно-методическое пособие). – Краснодар, 1996. – 458с.
11. Богатин Ю.В. Оценка эффективности производственного бизнеса и инвестиций. - Ростов-на-Дону, 1998.
12. Буланова А.Н. Государственная политика поддержки малого бизнеса. – М.:Изд. РАГС, 1997. – 55с.

13. Бухвальд Е., Виленский А. Российская модель взаимодействия малого и крупного предпринимательства // Вопросы экономики. - 1999, №12.
14. Взаимодействие малых предприятий с крупным производством на региональном уровне / Аналитическое пособие, Серия "Бизнес Тезаурус" (аналитические справочники для российского бизнеса). - М.: ИСАРП, 1998.
15. Виленский А. Государственная политика Японии по отношению к малым и средним предприятиям // ЭКО, 1992. №6. С. 135-142.
16. Виленский А. Этапы развития малого предпринимательства в России. // Вопросы экономики. - 1999, №7.
17. Винярски Б., Шнипер Р.И., Новоселов А.С. Воспроизводственный аспект планового управления региональными системами / ИЭиОПП СО РАН. - Новосибирск, 1989, с. 14.
18. Виханский В.Н. и др. Предпринимательство: маркетинг и цены, - М., 1992.
19. Газман В.Д. Лизинг в малом предпринимательстве: организационно-правовое обеспечение // Хозяйство и право. 1998, №7/8.
20. Гержа Е.Н. Малые предприятия - вопросы становления и развития // Деньги и кредит. - 1999, №4.
21. Горенбургов М.А. Малый бизнес и инфраструктура: Учеб.пособие. Под ред. А.Б. Крутика. – СПб.: СПбУЭФ, 1995. – 161с.
22. Грибов В.Д. Менеджмент в малом бизнесе. М., 1999.
23. Данишевская Г. Мелкий бизнес в Великобритании // МЭ и МО. 1993. №3. С. 120-127.
24. Добрынин. А. Региональные пропорции воспроизводства. - Л., 1977, с. 7-10; Попов А.И. Воспроизводственные процессы и формирование региональных подсистем. - Л., 1979, с. 12-15.
25. Дракер П.Ф. Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы. - М.:СП Бук Чембер Интернешнл, 1992.

26. Дружинин Н.К. Математическая статистика в экономике. -М.: Статистика, 1971.
27. Евенко Д.А. мелкий бизнес в Западной Европе. – АН СССР, 1991, с. 98.
28. Ермилова Г. Сравнительный анализ систем статистического учета малых предприятий в России и странах ЕС. Вопросы статистики, 1998, №7.
29. Жизнин С.З., Крупнов В.И. Как организовать свое дело: малый бизнес в США. - М.: Новости, 1990.
30. Иванов О. Информационное обеспечение предпринимательской деятельности: японский опыт // Маркетинг. -1990, №31.
31. Инновационные процессы в малом предпринимательстве / Аналитический справочник - М.: Ресурсный центр МП, 1999.
32. Инновационный процесс в странах развитого капитализма. / Под ред. Рудакова В. - М.:МГУ, 1991.
33. Информация предоставлена автору Центром развития малого бизнеса Белларминского колледжа города Луисвилля (штат Кентукки) в 1997 г.
34. Иоффе А.Д., Качанов В.М. "Малое предпринимательство в России". Состояние, проблемы, перспективы. М., 1999.
35. Ичитовкин Б.И. Малые формы хозяйствования. - М.:Экономика, 1991.
36. Ичитовкин Б.Н. Немонополистический сектор экономики в системе современного монополистического капитализма. – Красноярск: ГКУ, 1988. – 190с.
37. Карлоф Б. Деловая стратегия: концепция, содержание, символы. - М.:Экономика, 1991.
38. Кауфман Ф. Интернационализация среднего предпринимательства / Проблемы теории и практики управления. 1996, №3.
39. Кивинен М. Перспективы развития среднего класса в России / Социологический журнал. 1994, №2.

40. Кикабидзе Э. Подходы Японии к развитию малого бизнеса в России / Проблемы Дальнего Востока. 1996, №5.
41. Киллен К. Вопросы управления./ Сокр. пер. с англ. Под ред. Верещагина И.М.: Экономика, 1981
42. Кокурин Р.Д. Процесс управления (системное исследование и разработка на примере региона). - М.:Мысль, 1998.
43. Колесников А., Колесникова Л. Малый и средний бизнес: эволюция понятий и проблема определения // Вопросы экономики, 1996, №7, с. 46-58.
44. Комплексное региональное планирование: вопросы методологии /Под ред. Д.М. Казакевича и Р.И. Шнипера. -Новосибирск, 1998, с.31
45. Коровкин В.В., Кузнецова Г.В. Предприятия малого бизнеса: государственное регулирование, бухгалтерский учет, налогообложение, отчетность. - М.: «Изд-во ПРИОР», 1997.
46. Костенко А. Поддержка государством малого бизнеса в Японии // Человек и труд, 1994, №2, с. 52.
47. Курицын А.Н. Управление в Японии: организация и методы. – М.:Экономика, 1981. – 232с.
48. Лазарев Г.И. Малое и среднее инновационное предпринимательство (МСИП): условия развития и международное сотрудничество / Миннауки России, РАН. - М., 1996.
49. Левитан М.И. Социально-психологические аспекты предпринимательства. - М.:Луч, 1993
50. Ленин В.И. Полное собрание сочинений. Т.33. 5-е изд. – Политиздат, 1981. – 433с.
51. Лиухто К. Влияние размера, возраста и отраслевой принадлежности предприятия на его эффективность // Вопросы экономики. - 2000, №1.

52. Львова О. Применение зарубежных моделей экономического роста к построению общества устойчивого развития в России. // Вестник Московского университета, серия 6 "Экономика". - 1997.
53. Ляшенко М.В. Стратегия формирования малых предприятий // Регион: экономика и социология, 1997, №2.
54. Магомедов Ш. Как правительство Японии поддерживает малый и средний бизнес / Бизнес. 1995, №8.
55. Макаревич Л. Государство усиливает контроль над капиталом.// Финансовые известия. – 1996. – 16 февраля. – с.1,3.
56. Макмиллан Ч. Японская промышленная система: Пер. с англ. М.: «Прогресс», 1988, с. 91, 92
57. Макконел К., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. Т.2. - М.:Республика, 1992.
58. Максимов В.А. Государственное регулирование в современной экономике. – Иванова, 1995. – 474с.
59. Малые и средние фирмы в Финляндии // Коринф. - 1999, №11.
60. Малый бизнес России. Проблемы и перспективы. (Аналитический доклад). – М.РАРМП, 1996. – 292с.
61. Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения Т.23. 2-е изд. – М.Политиздат, 1960. – 907с.
62. Маршалл А. Принципы экономической науки. Т.1. – М.: Прогресс, 1993. – 141с.
63. Маршалова А.С., Новоселов А.С. Основы теории регионального воспроизводства. М: ОАО "Экономика", 1998, с. 79.
64. Михеев И. О критерии отнесения предприятий к субъектам малого предпринимательства (малым предприятиям) // Лизинг-Ревю. - 1998, №3.

65. Михеева Н. Математические методы и модели разработки программ регионального развития. - М.: Наука, 1987, с.18
66. Мишурова И.В. Малое предпринимательство в региональной экономик. – Ростов на Дону, РГ ЭА, - 2000.
67. Морита А. Сделано в Японии: история фирмы «Сони»/ Пер. с англ. - М.: Прогресс, 1993.
68. Новиков В., Шереги Ф. Малое предпринимательство и банки: пути расходятся, // Российский экономический журнал. - 1999, №9/10.
69. Обер-Крие Д. Управление предприятием. - М.: Сирин, 1998.
70. Орлов А. Малое предпринимательство: старые и новые проблемы // Вопросы экономики, 1997 - №4.
71. Орлов А.В. Тенденции развития малого бизнеса в мире / Мировой опыт и экономика России. 1997, №1-2.
72. Панченко Н. У малого бизнеса проблемы немалые / Финансовая Россия. - 1998, №30
73. Перминов С.В., Петров А.И. Малые научно-технические фирмы / Зарубежный и отечественный опыт. М.:Знание, 1990.
74. Петросян Д., Хубиев Р. Многопрофильные консалтинговые центры // Проблемы теории и практики управления, 1997, №3. С. 101-107.
75. Питерс Т., Уотермен Р. В поисках эффективного управления (опыт лучших компаний). – М.: Прогресс, 1986. – 418с.
76. Планкет Л., Хейл Г. Выработка и принятие управленческих решений: опережающее управление. - М., 1984.
77. Ползиков С.Д. Пути развития современного предпринимательства / Рос. Академия управления. - М.:Луч, 1993.
78. Предпринимательство в России: регионально-отраслевой аспект. - М., 1997.



79. Приленский А.А. Перестройка организации работы малого бизнеса в России // Бизнес и политика. - 1998, №5/6.
80. Равенский Ю. Мировая практика определения критериев предприятий малого бизнеса / Бизнес. 1996, №8-9.
81. Развитие малого бизнеса на основе реорганизации крупных градообразующих предприятий / Аналитическое пособие. Серия "Бизнес Тезаурус" (аналитические справочники для российского бизнеса). - М.: ИСАРП, 1998.
82. Разумнова И. Дело частное - забота государственная: опыт поддержки мелкого бизнеса в США // Бизнес и выставки. - 1998, №3.
83. Разумнова И. Мелкое предпринимательство в промышленности США // Проблемы теории и практики управления, 1990, №6, с. 88.
84. Разумнова И.И. Мелкие фирмы в США: экономика и управление. - М.:Наука, 1989.
85. Разумова И.И. Мелкий бизнес и эффективность американской экономики. / Научно-аналитический обзор. - М., 1990.
86. Ратанин П.И. Инновационное предпринимательство в переходный период России к рынку / Акад. Ест. Наук РФ, Ин-т экономики и орг. Предпринимательства. - М.: Известия, 1993.
87. Региональное воспроизводство в системе социалистических производственных отношений / Под ред. Феодоритова В., Бродской Т. - Л.: Изд-во ЛГУ. 1984, с. 15-16.; Шнипер Р.И. Региональные предплановые исследования. - Новосибирск, Наука, 1978, с. 102-107.
88. Розанова Н., Авдашева С. Применение традиционной методологии анализа рыночных структур к условиям России (на примере исследования рынка молока Ставропольского края и Белгородской области) // Вопросы статистики. - 1997. - №5.

89. Роль мелкого бизнеса в экономике промышленно развитых стран: обзор. - М.: ИНИОН, 1992
90. Рюттенгер Р. Культура предпринимательства. - М., 1992.
91. Сайман Г.И. и др. Менеджмент в организациях. / Сокр. Пер. с англ. - М.: Экономика, 1995
92. Санто Б. Инновация как средство экономического развития. - М.: Прогресс, 1990.
93. Семенцева Г. Формы финансирования малого инновационного бизнеса в США и Западной Европе // РЭЖ, 1997. - №56
94. Смит А. Исследования о природе и причинах богатства народов. - М.:Наука, 1993. - 569с.
95. Сорокина В. Государственное регулирование малого бизнеса: опыт Великобритании // Проблемы теории и практики управления. - 1998, №2
96. Статистический анализ динамики малого предпринимательства и эффективность малого бизнеса как сектора российской экономики. TACIS Project SMERUS 9501,1998, с. 43-46.
97. Степаненко А.В. Города в условиях развитого социализма. - Киев, Наукова думка, 1981, с. 64
98. «США, экономика, политика, идеология». 1998, № 8, с. 113
99. Стори Д. Роль малых и средних предприятий в международных инвестициях. В сб. Иностранные прямые инвестиции в малые и средние предприятия и с помощью малых и средних предприятий в странах с переходной экономикой. - М.: Инфомарт, 1996.
100. Тихонова Н. Портрет представителя малого бизнеса (по материалам социологических исследований) / Власть. 1996, №9.
101. У.Оучи. Методы организации производства: японский и американский подходы./ Сокр. пер. с англ. - М.: Экономика, 1984.

102. Удалов Ф.Е. Прошлое и будущее: анализ, проблемы, полемика. Н.Новгород: Изд-во ННГУ, 1997.
103. Уткин Э.А., Марынюк Н.В. Контроллинг: российская практика. М.: 1999
104. Хайек Ф.А. Конкуренция как процедура открытия. //Мировая экономика и международные отношения. – 1989. – №12. с.36-42.
105. Хруцкий В.Е. Управленческий потенциал в промышленности США. М.: Наука, 1988, с. 84.
106. Хучек М., Ходыйски А. Инновационность малых предприятий. // Вест. Моск. Ун-та. Сер 6. Экономика, 1997, "2, с. 61-62.
107. Цыганков А. Государство и малый бизнес: опыт Испании // Человек и труд, 1994, - №8
108. Цыганков А. Роль малого бизнеса в экономике Южной Африки // Человек и труд, 1994, №2, с. 45.
109. Цыганов А. Государство и малый бизнес: опыт Испании // Человек и труд, 1994, №8. С. 113-122.
110. Чечеткина О.В. Специфика маркетинга на малых предприятиях // Вестник МГУ, сер. 6, Экономика. - 1998, №3
111. Шамхалов Ф.И. Взаимодействие предпринимательских и властных структур: вопросы теории и практики. Автореферат диссертации на соискание ученой степени д.э.н., Сиб, 1998, с. 9.
112. Шапиро А.М. Опыт функционирования мелких и средних предприятий в экономике развитых капиталистических стран. - М.: 1985
113. Шахмалов Ф. Малое предпринимательство в системе рыночных реформ: проблемы роста или выживания // Вопросы экономики. -1999, №7
114. Шахмалов Ф.И., Котилко В.В. Новая парадигма развития малого предпринимательства в России / Научн.ред.Филиппов Н.Н. - М., 1997.

115. Швальбе Х. Практика маркетинга для малых и средних предприятий. - М.: Изд.Прогресс, 1995.
116. Штайнфхофф Д., Берджесс Д. Основы управления малым бизнесом. - Пер.с англ. М.:БИНОМ, 1997.
117. Шулус А. Мелкие и средние предприятия в народном хозяйстве ФРГ // РЭЖ, 1993, №3
118. Шулус А. Становление системы поддержки малого предпринимательства в России // Российский экономический журнал, 1997, № 5-6, с. 87-89.
119. Шулус А. Субъекты малого предпринимательства и система его государственной поддержки. // Российский экономический журнал, 1996, №5-6, с. 69.
120. Шумпетер Й. Теория экономического развития: исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры. М.: Прогресс. 1982.
121. Экономика переходного периода/ Под редакцией В.В.Радаева, А.В.Бузгалина. М.: МГУ, – 1995. – 501с.
122. Энджел Дж. и др. На пути к маркетингу. Н.Новгород: Изд-во ННГУ, 1993, с.7
123. Credit Mangement – 1995, May – с.43
124. D.Smallbone, 1994. SMEs and regional economic development: developing a policy agenda. In "Regional determinants of SME development", p. 22-36, University of Lodz, Poland.
125. ENSR, 1993. Данные критери использовались при анализе малого предпринимательства до 1995 года.
126. F. Welter, 1997. Kleine mid mittlere Unternehmen in dem mittel-und ostepropaeishen Laendem: Trends, Entwicklungshemnisse und Loesimgen // RWI-Mtteilungen, Heft '2, S. 73-93.

127. Farrel, M/J/, 1957, "The Exclusive Concept: Efficiency", Research Report or Occasional Paper, No 109, Department of Economics, University of Newcastle.

128. Hamel G. Prahalad C. Corporate Imagination and Expeditionary Marketing. - «Harvard Business Review», July-August 1991, p.91.

129. J.Hassid, T.Karayiannis. 1997. Synthesis report of Research Project: "Emerging entrepreneurs in Bulgaria and Romania - an economic and social analysis". P. 73.

130. JEEE Transactions of Engineering Management. -1998.-36, №1. c.17-24.

131. Macrae N. Intrapreneurial Now. – "The Economist" 17 April 1982.

132. Meeusen, W, and J. Van den Broeck, 1977 «Technical Efficiency and Dimension of the Firm: Some Results on the Use of Frontier Production Functions, Empirical Economics 3 (2)», 109-122.

133. Planning Revir 1992 18,№2-c.28-33

134. S.A. Lustgarten, 1988. "Firm Size and Productivity Growth in Manufacturing Industries", in "Small Business in a Regulated Economy", eds. R.J. Judd, W.T. Greenwood, F.W. Becker, Quorum books, New York, p. 269.

135. Toffler A. The Adaptive Corporation. – McGraw-Hill, 1985.

136. Winston C. Dunlop, 1992. Small – v – Large Firms in Australian Manufacturing // Small Business Economics 4:45 – 58.

137. ZFO-1992 59,№6 -c.407-414.