

МЕЖФИРМЕННЫЕ СЕТИ КАК МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

Многочисленные проблемы устойчивого развития предприятий малого бизнеса, доводящие собственника до простого желания закрыть свое дело, могут быть решены без участия государства и дополнительного финансирования. Один из способов удержания на плаву — объединение малых предприятий в межфирменные сети, которые становятся формой и одновременно механизмом их развития.

Малый бизнес — важнейший элемент рыночной экономики, стимулирующий экономический успех и высокие темпы роста национальной экономики. Именно поэтому данному виду предпринимательства уделяется столь большое внимание на уровне как государства, так и бизнеса.

Обобщая мировой практический опыт формирования и деятельности малых предприятий за рубежом, можно выделить их следующие преимущества и недостатки.

Преимущества малого бизнеса:

1. мобильность и гибкость управления фирмой;
2. упрощенная структура управления и незначительный количественный состав топ-менеджеров;
3. быстрая адаптация к конъюнктуре рынка, запросам потребителей;
4. быстрая, высокая восприимчивость к рыночным инновациям;
5. учет местных (региональных) условий и особенностей, что делает малое предприятие устойчивым к изменению внешней среды;
6. использование сфер, которые невыгодны крупному предпринимательству;
7. использование относительно небольших ресурсов для создания предприятия.

Недостатки малого бизнеса:

1. ограниченность ресурсов всех видов;
2. большая зависимость от рыночных факторов спроса и предложения;
3. низкая кредитоспособность;
4. высокая производственная нагрузка работников;
5. нежелание формировать условия социальной защиты работникам;
6. более низкий уровень оплаты работников.

Основное преимущество малого бизнеса состоит в том, что он более гибок. Именно это позволяет ему быстрее адаптироваться в постоянно меняющейся рыночной среде. Но несмотря на все преимущества, которые имеет малое предпринимательство, эта сфера экономики России имеет свои слабые и сильные стороны, которые в некоторых случаях приводят к краху их деятельности (табл. 1).

Таблица 1. Преимущества и недостатки малого предпринимательства в экономике России

Сильные стороны	Слабые стороны	Возможности	Угрозы существованию
Небольшой стартовый капитал	Ограниченный (локально) рынок	Рост до уровня большого бизнеса	Быстрота полного разорения
Высокая эффективность	Ограниченные перспективы роста	Сбалансированное развитие	Быстрое достижение «потолка» роста
Гибкость	Высокая зависимость от конъюнктуры	Прочная ниша на своем рынке	Легкость проникновения конкурента в эту нишу
Самостоятельность	Отсутствие влиятельной поддержки	Творческая самореализация	Уязвимость к попытке силового давления крупных компаний

Результаты представленных таблиц аналогичны: малое предпринимательство в мировой и российской экономике испытывает однотипные проблемы, основные из которых — ограниченные перспективы роста, быстрота полного разорения, причиной чему не только рыночные факторы, но особенности финансирования (ограниченность ресурсов) хозяйствующих субъектов.

Исследуя вопросы финансирования малых предприятий, можно сделать вывод о том, что в российской практике наиболее используемыми являются собственные средства предприятий (табл. 2). Это раскрыто в работе Е.В. Тихомирова «Кредитование малого и среднего бизнеса — перспективное направление кредитной политики банка». Так, в 2010 г. был проведен опрос среди учредителей предприятий малого и среднего бизнеса на Урале. Получены результаты, позволяющие судить о незначительном влиянии привлеченных средств в пассивах таких предприятий в процессе их развития.

Таблица 2. Источники финансирования развития МСП в 2010 г. по стадиям развития, % ко всем опрошенным МСП

Источник	Все предприятия	«Молодые»	«Взрослые»
<i>Внутренние источники</i>	76,4	80,0	75,3
В том числе:			
- доходы от деятельности МСП	67,0	72,0	65,4
- личные средства учредителей	33,0	28,0	34,6
<i>Внешние источники</i>	24,6	20,0	24,7
В том числе:			

- кредиты банков	15,4	8,0	18,2
- средства новых компаньонов	8,6	12,0	8,9
- частные займы	25,9	20,0	21,3
- займы других организаций	11,4	8,0	17,9
Нет возможности развиваться	38,7	52,0	33,7

Таблица построена по результатам опроса 1000 учредителей малых предприятий в Уральском ФО.

Собственные внутренние источники в деятельности малых предприятий превышают 70%. И лишь «взрослым» малым предприятиям удастся сокращать собственные источники за счет привлечения банковских заемных ресурсов. Это связано с тем, что «молодые» предприятия не могут получить банковские кредиты из-за высоких рисков потери платежеспособности. Опрос показал, что и у «взрослых» предприятий есть проблемы: они оказываются в условиях ограниченных размеров кредитов, когда банки в целях снижения риска лимитируют объемы кредитования, в то время как именно таким предприятиям требуются крупные суммы для уже расширенного за время работы бизнеса¹. Но даже без группировки предприятий по жизненным циклам доля кредитов банков в заемных источниках предприятий малого бизнеса занимает не более 20%, что свидетельствует о сложности использования данных средств в развитие малых предприятий. Поясняя причины столь низкого уровня использования кредитных ресурсов для финансирования деятельности, более 45% предпринимателей, обратившихся в финансово-кредитные организации для получения кредита, основной проблемой назвали высокие процентные ставки.

Банки, как отклик на сниженный в результате высокой цены кредитный спрос малого сектора экономики, снизили в 2009-2011 гг. темпы роста объемов кредитования таких предприятий. Однако несмотря на это, в абсолютном выражении объемы размещаемых кредитов выросли. Причина в увеличении количества вновь создаваемых малых и средних предприятий. Объемы банковского кредитования к апрелю 2012 г. не превышали 4 трлн руб., что составляет 22% в структуре кредитного портфеля банков России (для сравнения: в 2004 г. малый бизнес получил лишь 5% всех кредитов, выданных коммерческими банками).

В целом потребности малых предприятий во внешнем финансировании удовлетворяются на 20%, причем в наименьшей степени покрываются потребности в микрокредитовании, потребности индивидуальных предпринимателей и недавно созданных субъектов малого бизнеса.

Одним из путей решения вопросов недостаточности ресурсов в деятельности малых предприятий является создание межфирменных сетей, по-

¹ http://www.uralonline.ru/uploadedFiles/files/analiz_problem_mal_i_sred_biz.doc

сколькx для российской экономики сетевой подход может стать перспективным направлением в развитии.

Рассматривая практическую возможность участия малых предприятий в межфирменной сети на примере зарубежного опыта, отметим, что в Европе малые и средние предприятия могут участвовать в стратегическом альянсе, фокальной сети поставок и т.д. (табл. 3).

Таблица 3. Основные типы межфирменных сетей

Критерий классификации	Стратегический альянс	Цепочка (сеть) создания ценности	Фокальная сеть поставок	Динамическая фокальная сеть	Виртуальная организация
Стабильность группы	Стабильная	Стабильная	Стабильная	Динамичная	Динамичная
Вход в сеть	Закрыт	Закрыт	Закрыт	Открыт	Открыт или закрыт
Размер компаний	Как правило, крупные, но могут быть и МСП	И крупные, и МСП	Один крупный игрок и МСП	Часто крупный игрок и МСП	МСП
Примеры действующих сетей	Авиаперевозки (Sky Team, Star Alliance Oneworld Alliance), партнерства по разработке чипов	Highland Premium Alberta Beef Alliance	Автомобильная промышленность (Volkswagen, BMW и др.)	Nike Inc.	Virtuelle Fabrik Nordwestschweiz-Mittelland

Российские исследователи межфирменных сетей² придерживаются того же мнения, и указывают, что в нашей стране предприятия малого и среднего бизнеса могут вступать в сетевое взаимодействие на следующих принципах:

- 1) объединение хозяйствующих субъектов;
- 2) самостоятельность участников;
- 3) формирование долгосрочных связей;
- 4) заключение неформальных связей;
- 5) ключевой ресурс — информационный.

Таким образом, ключевым элементом, объединяющим группу компаний в единую сеть, является совместное использование информации, становящейся их общим достоянием.

В целом межфирменную сеть можно определить как совокупность устойчивых, многосторонних, регулярно воспроизводимых формальных и

² http://www.aup.ru/books/m497/4_2.htm

неформальных взаимосвязей между фирмами, основанных на совместном использовании информации.

Сети малых и средних предприятий особенно подходят для компаний, обладающих знаниями, специфичными не только для решения определенной задачи, а применимыми к широкому спектру видов деятельности. Такова, в частности, сфера НИОКР. Если партнеры постоянно участвуют в возобновляющихся, долгосрочных совместных научных разработках, их сотрудничество с большой вероятностью приводит к обмену ключевой информацией, развитию взаимного доверия и к совместному созданию новых информационных совокупностей. Такие сетевые партнерства помогают гораздо быстрее завоевывать выгодные стратегические позиции, чем внутрифирменные разработки, а также в целом обходятся дешевле и обеспечивают гораздо большую гибкость, чем слияния капитала.

Примером производственной сети малых предприятий служит компания «Бенеттон», которая осуществляет продажу своей продукции через более чем 5000 мелких магазинов во всем мире под контролем центральной фирмы. Сетевая модель эффективна также на производственном уровне. Она раздает работу мелким фирмам и домохозяйствам в Италии и других средиземноморских странах, таких как Турция, Китай. Сеть Бенеттон является горизонтально связанной, и основана на отношениях «центр—периферия», со стороны как предложения, так и спроса.

Также предпринимательские сети сложились в т.н. промышленных округах северо-востока и центра Италии. Округ представляет производственную систему, объединяющую большое число малых и мельчайших фирм, специализирующихся на каком-либо виде продукции (обувь, керамика, одежда, музыкальные инструменты и т.п.) или нескольких смежных. Округ характеризуется тем, что он представляет не только экономическое, но и социальное единство: его экономика построена как сеть кооперативов. В результате формируются местные общественные структуры (союзы и ассоциации МП, местные отделения Национальной федерации ремесленников и Национальной кооперативной лиги, предпринимательские ассоциации), способствующие активному развитию малого бизнеса в стране. Например, в округе Эмилия-Романья местные власти и ассоциации МП создали сеть профессиональных услуг, построенную аналогично производственной сети. Имеется центр (региональное агентство), который руководит работой нескольких исследовательских и информационных институтов, консультирующих малые предприятия по вопросам сбыта и маркетинга. Кроме того, в округе налажена система профессиональной подготовки и бизнес-школ для молодежи, желающей начать трудовую деятельность в сетях малых предприятий или создать собственное малое предприятие.

К преимуществам сетевых структур, являющихся мотивами для развития малого предприятия, ставшего участником такой системы, следует отнести:

1. высокую оперативность,

2. скорость деятельности,
3. высокую конкурентоспособность,
4. возможность объединения, комбинирования и рекомбинирования знаний и опыта,
5. высокую информированность о состоянии рынка и положении в сети,
6. высокую стабильность отношений участников в сети.

За рубежом основными среди мотивов объединения малых и средних предприятий в межфирменные сети является не только нацеленность на рост экономического результата, но и мотивы этического содержания. Так, малые предприятия объединяются в сети по следующим причинам:

- этические или ценностные ориентации ее участников;
- «дух доброй воли», который означает использование голоса вместо «силы» для разрешения проблем;
- высокий уровень доверия между участниками (покупатель пытается работать с продавцом, принимая во внимание недостатки в его деятельности, вместо того чтобы сменить продавца);
- нормы взаимности (в отношениях между участниками преобладают чувства взаимных обязательств и ответственности, а не желание извлечь выгоду из имеющего место доверия);
- уменьшение неопределенности для участников сети.

К числу экономических мотивов сетевых соглашений между малыми предприятиями отнесем:

1. сокращение издержек, связанных с заключением сделок (обусловленное в основном наличием фактора доверия);
2. снижение производственных издержек (за счет специализации и разделения труда, возможности для каждого члена сети концентрироваться на ключевых для него видах операций);
3. расширение доступа к новой технологии, информации, совместное генерирование членами сетей новых информационных комплексов;
4. значительное ускорение внедрения нововведений, доступа к новым рынкам; разделение риска между членами сети пропорционально их вкладу в общие усилия по поддержанию высокой эффективности сетевого соглашения;
5. наличие синергетического эффекта, на основе которого формируется особая форма капитала — *сетевой капитал как ресурсные возможности*, создаваемые сетью.

Эти возможности открываются в результате получения взаимного доступа к ресурсам участников сетей, создания дополнительных запасов экономических ресурсов вследствие сетевого взаимодействия (бизнес-альянс, венчурное финансирование и т.д.).

Рассматривая развитие межфирменных сетей в России, можно сказать, что наиболее активно формирование происходило в 2007 г. в машиностроении, включая автомобиле- и приборостроение (табл. 4).

Таблица 4. Распределение межфирменных сетей России по отраслям промышленности (2007 г.)

Отрасль	Количество сетей, % к общему числу
Машиностроение	24
Пищевая	16
Металлургия	15
Химическая	5
Строительство	21
Сельское хозяйство	6
Энергетика	11
Легкая	2

Таблица построена по материалам работы В.И. Катенева «Перспективы развития сетевой экономики в условиях формирующегося общества знаний» // Проблемы современной экономики. 2007. № 2 (22).

Кризис негативно сказался не только на развитии финансовой сферы России, но и всей национальной экономики в целом, поэтому, как указывает информационно-консалтинговое агентство INFOLine, если темпы роста выручки сетей от продаж товаров повседневного спроса составили в 2007 г. 20%, в 2008 г. — 40,8, то в 2009 г. лишь 8%. Но при этом отметим, что число магазинов крупных сетей, где в их составе присутствуют и малые предприятия, в посткризисный 2009 г. увеличилось до 9000.

В России межфирменные сети имеют особенности.

Во-первых, наследие плановой экономики. В результате основное развитие получили плановые отраслевые сети, управление которыми осуществлялось отраслевыми министерствами и комитетами, что в некоторых случаях делает эти сети монопольными.

Во-вторых, высокая степень зависимости предприятий сети от поставщиков. Компании вынуждены уделять основное внимание своим взаимоотношениям с поставщиками. Таким образом, малые предприятия в случае перебоев с поставками сырья вынуждены выходить из сети и закрывать свою деятельность.

В-третьих, наличие в России сетей двух типов. Сети выживания состоят из малых фирм, не видящих перспектив в условиях рыночной конкуренции и объединяющихся с целью изоляции входящих в сеть фирм. Предпринимательские сети позволяют малым предприятиям упрочить рыночные позиции и получение прибыли.

Несмотря на начавшееся развитие межфирменных сетей в нашей стране, уже назрели проблемы, которые требуют решения:

- несовершенство и неполнота правовой базы по корпоративным формам управления;

- система сетевых отношений хозяйствующих субъектов слабо ориентирована на инновационное развитие и не обеспечивает эффективной реализации социальных интересов населения;
- исторически в основу формирования и развития межфирменных взаимодействий положены государственные административные механизмы управления;
- отраслевая специфика развития межфирменных взаимоотношений, исключительное положение и сильные рыночные позиции сырьевых отраслей;
- слабость внутриотраслевых связей, низкая эффективность, неэквивалентность межотраслевого обмена;
- дефицит доверия.

Между тем переход на сетевые формы малого бизнеса –эволюционный шаг, который необходим компаниям для получения конкурентных преимуществ при увеличении рисков, связанных с переходом экономики от индустриальной фазы к информационной. Это выражается в резком повышении значения инноваций и способности малых фирм быстро и эффективно их разрабатывать и внедрять.

Примечания