в среднем... все по-крупному

социально-экономическая основа инновационного развития российской экономики

Средний бизнес является связующим звеном между крупными корпорациями, с одной стороны, малыми компаниями и частными предпринимателями – с другой. Это компании так называемого «второго эшелона». Тем не менее сегмент среднего бизнеса играет сегодня важнейшую роль в мировой экономике – около одной пятой всех средних предприятий обрабатывающей промышленности стран-членов ОЭСР получают от 10 до 40% всех доходов от экспорта. На малый и средний бизнес приходится от 25 до 35% мирового экспорта обрабатывающей промышленности, около 20% прямых иностранных инвестиций[1].

Средние предприятия за рубежом часто являются лидерами в своих узких рыночных нишах. Их названия иногда ничего не говорят широкому кругу читателей, но такие компании стали глобальными игроками задолго до появления термина «глобализация». В мировой практике они получили название «скрытых чемпионов» (hidden champions)[2]. Как правило, основными критериями отнесения тех или иных средних компаний к скрытым чемпионам являются ведущие позиции на конкретных товарных рынках, небольшой (не более 1 млрд. долл.) объем продаж, ограниченная известность среди потребителей. Такие компании не добиваются поддержки государства, успешно борются с высокими налогами и не нуждаются в лоббировании. Они высоко специализированы и действуют по принципу «сделай или умри», который позво-

Рамазанов Г.Н.
аспирант Института мировой экономики и международных отношений РАН, генеральный директор ОАО «Опытный завод электроугольных изделий»

[1] Globalization of Industry: Overview and Sector Reports, OECD, Paris, 2005; OECD Small and medium Enterprise Outlook 2005, OECD, Paris, 2005.

[2] H. Simon. Hidden Champions: Lessons from 500 of the World Best Unknown Companies. N.Y. 1996.

средние предприятия за рубежом часто являются лидерами в своих узких рыночных нишах

ляет выживать в условиях острой конкуренции. Скрытые чемпионы – это компании, как правило, европейской территориальной принадлежности. Они придерживаются традиционной европейской экономической модели, основанной на использовании высококвалифицированной рабочей силы[3], и избегают производства товаров, которые могли бы конкурировать с продукцией азиатских компаний.

Скрытые чемпионы развивались в последнее десятилетие очень быстро: в ФРГ среднегодовой темп прироста продаж товаров этих компаний составил около 9%, а число вновь созданных рабочих мест достигло 1 миллиона[4]. Исследование показывает, что около 80% скрытых чемпионов расположены в немецкоговорящих странах – Германии, Австрии и Швейцарии. При этом подавляющая их часть – семейные предприятия[5]. Они в основном расположены в небольших провинциальных городах, очень тесно привязаны к своему местоположению и как работодатели крайне важны для своего региона или населенного пункта.

Глобализация экономики характеризуется возросшей специализацией фирм, активизацией аутсорсинга, а также стратегией создания сетей бизнеса. Это сопровождается тенденцией сокращения размеров предприятий и концентрации на ключевых компетенциях, растущей частотой альянсов, поглощений и других видов сетевых взаимодействий с зарубежными партнерами. Различные предпринимательские связи, в частности международные альянсы и слияния, могут ускорить концентрацию и консолидацию производства товаров и услуг, поставляемых на международные рынки.

Одновременно эти тенденции предоставляют новые глобальные возможности для среднего предпринимательства. Такие компании обладают обычно качественными вещными и невещными активами, среди которых выделяются особые,

средние – все круто!

[3] Business Week, 26.01. 2004.

[4] Companies International: German's Hidden Champions. Financial Times, 20.01.2007.

[4] Эксперт, № 44, 2007 г.

«нишевые» продукты и передовые технологии. Средние компании становятся равноправными партерами в международных стратегических альянсах, специализированными поставщиками транснациональных компаний, участниками реальных и виртуальных предпринимательских сетей на глобальном уровне. Международные экономические связи позволяют средним предприятиям расширять свои рынки и каналы дистрибуции, реализовывать новые формы экономии на масштабах производства товаров и технологий, а также получать прибыль от продажи и лизинга технологических активов.

Степень глобализации средних предприятий существенно различается в зависимости от сектора и отрасли экономики, отражая тот факт, что такие отрасли состоят из разнородных кластеров компаний. В то время как средние компании в традиционных отраслях обслуживают преимущественно локальные рынки, некоторые компании, особенно наукоемкие, активно участвуют в международных стратегических альянсах. Такие альянсы характерны для сферы информационных технологий, программного обеспечения и телекоммуникаций. В то же время подобные процессы получили широкое распространение в области биотехнологий, а также предпринимательских услуг.

Все вышесказанное заставляет более пристально присмотреться к сектору среднего российского предпринимательства, понять возможности и перспективы его развития.

Если иметь в виду средние предприятия (по классификации Российского экономического барометра – до 2000 чел. занятых), то используя статистику журнала «Эксперт»[6], можно сделать следующие интересные выводы. В рейтинге 200 крупнейших компаний журнала за 2003 год можно обнаружить 26 компаний с численностью занятых до 2000 чел., что составляет 13% от списочного состава рейтинга. Однако на них приходится 3% всей выручки

глобализация экономики характеризуется возросшей специализацией фирм, активизацией аутсорсинга, а также стратегией создания сетей бизнеса

[6] Последний раз данные о численности занятых в российских компаниях «Эксперт» публиковал в 2003 г. (*Прим. автора*).

компаний рейтинга. Если же к средним компаниям относить фирмы с оборотом менее 150 млн. долл., то таких компаний насчитывается 83 (42%), а их доля в совокупных объемах оборота 200 компаний возрастает до 6%. [7]

Обращает на себя внимание то обстоятельство, что у таких компаний *уровень производительности труда существенно (часто в 2 и более раз) выше*, чем в среднем для 200 крупнейших компаний рейтинга. Например, при среднем уровне производительности в 1200 тыс. рублей на человека (для 200 компаний) на Иркутском масложировом комбинате он составлял 1700 тыс. рублей, на Росладе (машиностроение) – 2300, комбинате Новомосковскбытхим – 4000, Уфимском нефтеперерабатывающим заводе – 4500, заводе «Эрманн» – 16000 тыс. рублей на человека. При этом на тех же предприятиях уровень рентабельности (отношение прибыли после налогообложения к объему реализации) оказывался существенно ниже средне корпоративного (12,9%): на предприятии компании «Эрманн» – 5,6%, Новомосковскбытхиме – 3,2%, Уфимском нефтеперерабатывающем заводе – 6,9%, Росладе – 0,03%. Это косвенно свидетельствует о чрезмерной налоговой нагрузке, которую несут данные предприятия.

Одним из важнейших сдерживающих факторов развития среднего бизнеса в России является его *отрезанность* от процессов экономической *глобализации*. Чтобы максимизировать отдачу от глобализации для средних предприятий, требуется продуманная и активная государственная политика, направленная на расширение международной торговли, инвестиций, альянсов и других форм сотрудничества. Также должны минимизироваться издержки адаптации средних предприятий к глобальной конкуренции, прежде всего в области стимулирования конкурентных преимуществ таких компаний и создания условий для формирования предпринимательских сетей, в том числе международных, поиска оптимальных зарубежных партнеров. Острой проблемой развития сред-

одним из важнейших сдерживающих факторов развития среднего бизнеса в России является его отрезанность от процессов экономической глобализации

[7] Рассчитано по журналу «Эксперт», No 36, 2003 г.

него бизнеса в России является угроза *монополизации экономического пространства*, сырьевых, товарных и инфраструктурных рынков в связи с тенденцией роста концентрации производства и капитала, формирования крупных, в том числе государственных, корпораций.

В результате проведенного анализа можно вывести следующую систему мер государственной поддержки, требуемой для развития среднего бизнеса в России. Необходимы:

1) оптимизация нормативно-правовых основ регулирования предпринимательства со стороны государства;
2) развитие системы финансово-кредитной поддержки предпринимательства;
3) совершенствование механизмов использования государственного и муниципального имущества для развития системы среднего предпринимательства;
4) совершенствование системы налогообложения;
5) совершенствование информационной поддержки;
6) укрепление и развитие системы подготовки кадров для среднего предпринимательства;
7) активная антимонопольная политика и пресечение недобросовестной конкуренции по отношению к средним предприятиям;
8) активная поддержка экспорта в рамках специальных государственных программ.

pn

Литература

1. Globalisation of Industry: Overview and Sector Reports, OECD, Paris, 2005; OECD Small and medium Enterprise Outlook, 2005, OECD, Paris, 2005.
2. H. Simon. Hidden Champions: Lessons from 500 of the World Best Unknown Companies. N.Y. 1996.
3. Business Week, 26.01. 2004.
4. Companies International: German's Hidden Champions. Financial Times, 20.01.2007.
5. Эксперт. – 2007. – №44.

Ramazanov, G.N.
postgraduate student, Institute of World Economy and International Relations, the Russian Academy of Sciences; Director General, OAO Opytny Zavod Elektrougolnykh Izdely (Pilot Plant of Formed Electric Carbon Products)

Problems of development of medium-sized businesses

The role of medium-sized business in the modern economy is explored as that of the second tier that can give the nation a competitive edge. Problems are reviewed for the development of medium-sized business in an increasingly global market environment, with restructuring of the world's economy in progress. Measures are proposed for the support and promotion of medium-sized firms in Russia.