
**REPORTS OF THE NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES
OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN**

ISSN 2224-5227

Volume 3, Number 301 (2015), 251 – 259

UDC 338.22

**Interaction of large and small businesses
as a factor of innovation development of economy****M. K. Kolbayev¹**

e-mail: univer@zhgu.edu.kz,

Zhetisu State University named after Zhansugurov I., Republic of Kazakhstan, Taldykorgan,

Ключевые слова: Key words: large and small business, interaction, subcontracting, clustering, franchising, outsourcing, innovative development.

Annotation. Convincingly demonstrates how international practice, the effectiveness of innovative activity determined by the degree of organic interaction of large and small businesses, especially in the area of specialization of individual production and innovation. While large businesses have tremendous opportunities to support small businesses, then on the other hand, cooperation with small enterprises becomes an important factor in the survival of big business and it's restructuring. Only small businesses with high quality and at a lower cost fulfill orders of large enterprises in the manufacturing of components, small parts and operations that are not profitable and often not possible for large-scale production, or incurs significant distraction does not pay the costs. All this necessitates an integrated use of the potential of small and large scale business to meet the interests of the parties' mutually beneficial cooperation, which will greatly speed up and improve the innovative development of the national economy.

УДК 338.22

**Взаимодействие крупного и малого бизнеса как фактор
инновационного развития экономики****М. К. Кольбаев**

e-mail: univer@zhgu.edu.kz,

Жетысуский государственный университет им И. Жансугурова,
Казахстан, г. Талдыкорган

Ключевые слова: крупный и малый бизнес, взаимодействие, субконтракция, кластеризация, франчайзинг, аутсорсинг, инновационное развитие

Аннотация Как убедительно демонстрирует мировая практика, эффективность инновационной деятельности определяется степенью органического взаимодействия крупного и малого бизнеса, особенно в сфере специализации отдельных производств и в инновационной деятельности. Если крупные предприятия имеют колоссальные возможности в поддержке малых предприятий, то с другой стороны, кооперация с малыми предприятиями становится важным фактором выживания крупного бизнеса и его реструктуризации. Только субъекты малого бизнеса качественно и с меньшими затратами выполняют заказы крупного предприятия на изготовление комплектующих изделий, мелких деталей и операций, которые не выгодно и зачастую не возможно на крупном производстве, либо сопряжено отвлечением значительных некупаемых затрат. Все это обуславливает необходимость комплексного использования потенциала малого и крупного бизнеса для удовлетворения их взаимовыгодных интересов, что позволит значительно ускорить и повысить уровень инновационного развития национальной экономики.

В условиях повышения роли использования новых знаний во всех отраслях хозяйства и превращения их в конкурентный фактор производства, традиционные методы и приемы функционирования рыночной экономики уже не дают эффективных результатов. Сложившаяся ситуация требует генерации новой массовой волны инновационного предпринимательства и

органического взаимодействия его структур. Как показывает мировая практика, активизация малого инновационного предпринимательства и усиление его взаимодействия с крупным бизнесом определяют экономическое развитие страны. С этой точки зрения, поистине программным является указание Президента Республики Казахстан, Лидера Наций Н.А. Назарбаева из Послания народу Казахстана от 17.01.2014г.: «Малый и средний бизнес должен развиваться вокруг новых инновационных предприятий» [1]. Действительно, автономное, обособленное функционирование малых предприятий изжило себя его будущее во взаимодействии с крупным бизнесом по курсу инновационного развития. В связи с этим, представляется важным научное осмысление и изучение сущности, принципов и форм взаимодействия крупного и малого бизнеса.

Экономика развитых стран основана на крупных хозяйственных структурах, которые многочисленными производственно-технологическими, научно-техническими и коммерческими связями органически сплетаются с малыми и средними предприятиями в пределах географически ограниченных территорий. Если крупный бизнес придает экономике стабильность и управляемость, возможность широкомасштабной реализации научно-технических идей и инноваций, то малый бизнес обеспечивает индивидуализацию, придавая производству гибкость, быструю адаптацию к рискам. При этом устойчивость положения малых предприятий и их инвестиционные возможности зависят от их отношений с крупными структурами. Крупных предприятий привлекают инновационные возможности и высокая рыночная гибкость мелких предприятий. Стремление к удовлетворению таких взаимовыгодных интересов стало отправной точкой для формирования и развития новой предпринимательской модели отношений малого и крупного бизнеса на основе интеграции, кооперации и других связей. Благодаря такой модели предпринимательского поведения, существенно ускорился инновационный прогресс, тем самым ужесточилась конкуренция на рынке инноваций. Таким образом, построение действенных механизмов взаимодействия малого и крупного бизнеса на основе выявления их приоритетов и взаимовыгодных интересов превращается в определяющий фактор инновационного развития экономики.

Проведенным Гончаром К.Р. анализом инновационной активности предприятий установлено, что инновации концентрируются в сверхкрупных предприятиях, что обусловлено обеспеченностью ресурсами и высокой устойчивостью к рискам, низкими издержками по передаче инноваций внутри компании [2]. Фактор масштаба компании влияет на вероятность оказаться в числе инновационно-активных. По мере роста масштаба компании уровень инновационности снижается, так как усложняется иерархия, а инновационная активность превращается в бюрократический процесс. Крупные компании используют инновации для технологического перевооружения [3].

Некоторые ученые отмечают, что эффективность малого бизнеса проявляется только при его включении в общую структуру крупномасштабной экономики [4]. При этом продолжительность деятельности малых предприятий определяется возможностями сосуществования и поддержки со стороны крупного бизнеса. В свою очередь, крупный бизнес, являясь элементом внешней среды малого бизнеса, играет ведущую роль в рыночной экономике и обладает большим потенциалом поддержки малых предприятий [5].

В настоящее время в Казахстане отсутствует современная концепция становления и развития малого и среднего бизнеса, что обусловлено слабой кооперацией с крупным инновационным бизнесом, не развитостью конкурентной среды малого и среднего бизнеса, различиями в институциональных условиях функционирования для предприятий разного масштаба (таблица 1 [6]):

Таблица 1 Различия внешних институциональных условий для бизнеса разного размера

	Характеристики внешних институциональных условий		
Масштаб бизнеса	Бюджетные и административные ограничения	Взаимодействие с властными структурами	Правовое регулирование и судебная защита
Малый бизнес	Относительно мягкие. Значительная часть бизнеса в «тени». Фактор «незаметности» для органов власти, что определяет относительную приемлемость уровня административных барьеров. Налоговые условия очень	На государственном уровне развитие малого бизнеса традиционно относится к числу приоритетных направлений, что на практике не означает создания благоприятных условий. На уровне регионов нет эффективных инструментов представления интересов малых	В значительной мере находится вне зоны регулирования. Спрос на правовые институты наименьший

	нестабильны, что ограничивает «горизонт планирования»	фирм	
Средний бизнес	Условия по своевременности уплаты начисленных налогов весьма неоднородны. В наибольшей степени сталкивается с административными барьерами	Находится в наиболее невыгодном положении: собственной мощи недостаточно для оказания влияния на власть; является приоритетным для государственной поддержки. Инструменты влияния на власть только формируются	Спрос на правовые институты высокий, есть потребность в стабильности и предсказуемости условий для цивилизованного развития
Крупный бизнес	Очень неоднородные, «договорные» условия налогообложения. Сталкивается с существенными административными барьерами, но при этом обладает ресурсом для их преодоления	Множество неформальных договоренностей с властью. Сильное влияние на региональную власть. Наличие существенных ограничений по повышению эффективности в силу формальных и неформальных социальных обязательств	Регулирование персонализированное, особенно на региональном уровне. Формируется и усиливается спрос на правовые механизмы разрешения споров, возникает потребность в определении «правил игры»

Эффективное взаимодействие малых и крупных предприятий является одним из основных факторов повышения устойчивости экономической системы и ее конкурентоспособности. Для оценки эффективности взаимодействия малых и крупных предприятий, применяется термин «синергизм», характеризующийся как разница между совокупным эффектом совместного использования ресурсов и суммой частных эффектов от использования тех же ресурсов по отдельности [7].

Можно выделить следующие основные формы взаимодействия крупного и малого бизнеса:

1. Субконтрактация. Субконтрактинг – способ организации производства, при котором используется разделение труда между заказчиком (контрактором) и поставщиками (субконтракторами) [8]. Данная форма интеграции взаимодействия малого и крупного бизнеса предусматривает снижение производственных издержек крупной компании посредством передачи заказов на составляющие детали малым предприятиям-поставщикам. Интерес последних заключается в возможности долгосрочного сотрудничества с заказчиком, получения возможности аренды площадей и оборудования, получения сырья от заказчика на льготных условиях. В качестве современных инструментов субконтрактинга выступают аутсорсинг и инсорсинг, которые одновременно различаются и имеют общие признаки управленческих технологий, так как нацелены на сокращение расходов на неиспользуемые мощности крупного предприятия.

В практике международного бизнеса под аутсорсингом понимают выполнение отдельных бизнес-функций сторонней организацией, располагающей необходимыми для этого ресурсами, на основе долгосрочного соглашения [9, с. 290]. В качестве наиболее важной формы взаимодействия крупного и малого бизнеса, аутсорсинг позволяет крупным компаниям сэкономить ресурсы и время и получить ожидаемый результат путем предоставления малому предприятию-аутсортеру те функции, которые он умеет выполнять лучше других. Выгода для малых предприятий от такой формы взаимодействия будет выражаться в укреплении своих позиций на рынке на основе долгосрочных отношений с крупной компанией. Целесообразность применения аутсорсинга в деятельности предприятия зависит от степени организованности внутренних бизнес-процессов и готовности топ-менеджмента передать часть некоторых функций аутсортеру. В казахстанской практике аутсорсинг применяется только в качестве инструмента по сокращению операционных расходов или редуцированию и перенаправлению специалистов. Однако это лишь одна из многих аспектов аутсорсинга. В развитых странах все более активной используют стратегический аутсорсинг, который позволяет не только оптимизировать расходы, но и достичь конкурентных преимуществ за счет инновационных и качественных характеристик. В Казахстане развитие аутсорсинга будет определяться уровнем доверия к предприятиям-аутсортерам и готовностью предприятий передавать им на аутсорсинг все более важные функции. Внешние провайдеры имеют на Западе масштабы деятельности, репутацию, опыт и квалификацию, которыми не располагают сами компании-клиенты для привлечения кадров соответствующего уровня. В число

гигантов этого сектора входит IBM, Accenture, HP, Siemens, EDS и многие другие. Им гораздо проще привлекать квалифицированный персонал и реализовывать экономию на масштабах.

Инсорсинг предполагает вывод непрофильного подразделения крупной компании в отдельную малую фирму. При этом малая фирма может выполнять заказы сторонних фирм, но основным заказчиком будет выступать компания-основатель. Инсорсинг дает возможность повысить производительность, повысить качество товара или услуги и оптимизировать ресурсы.

Как показали результаты исследований международной практики в области субконтракции [10], данный инструмент является наиболее перспективным и действенным механизмом повышения эффективности промышленного производства и обеспечения экономического роста страны в целом.

2. Кластеризация. В экономическом словаре кластер определяется как «совокупность однородных элементов, идентичных объектов, образующих группу единиц» [11]. Согласно М. Портеру «кластер – это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере и взаимодополняющих друг друга» [12]. О.В. Дышкант приводит наиболее развернутое определение данной формы взаимодействия крупного и малого бизнеса в трех аспектах [13, С. 8]:

- 1) территориально-локализованные формы экономической активности внутри родственных секторов, обычно привязанные к тем или иным научным учреждениям;
- 2) вертикальные производственные цепочки, представленные в виде узких секторов, образующих ядро кластера;
- 3) отдельные секторы промышленности с высоким уровнем агрегации.

В рамках данной формы интеграции малого и крупного бизнеса, достигаются такие экономические эффекты, как: рациональное использование группой предприятий сырьевых ресурсов, территорий и природных условий; более эффективное совместное использование производственной и социальной инфраструктуры; территориальное совмещение взаимосвязанных производств. Все это в комплексе приводит к сокращению себестоимости продукции. Кластеризация позволяет повысить финансовую устойчивость и эффективность деятельности и малых, и крупных предприятий.

Социальный эффект от кластеризации выражается в обеспечении более широкого развития взаимодействия субъектов малого и крупного бизнеса; формировании социального капитала, способствующего активизации отношений партнерства и кооперации между субъектами предпринимательской деятельности на территории. Отличительной чертой кластеризации можно назвать комплексность, выражающая специфические тенденции разделения труда в отрасли и на территории. В зависимости от развитости институциональной среды и инфраструктуры, она может быть различного уровня. Количество составляющих комплексности может расти по мере развития хозяйственно-экономической деятельности вплоть до включения экологических и социальных факторов. Модель взаимодействия крупного и малого бизнеса по принципу кластеризации представлена на рисунке 1.

Ярким примером кластерного взаимодействия предприятий различного масштаба может служить японская компания «Toyota», которая тесно сотрудничает с 122 прямыми поставщиками и 36 тыс. косвенными подрядными малыми и средними предприятиями [15]. Сама компания занимается только проектированием, сборкой и реализацией продукции, а большая часть деталей и комплектующих производится сторонними предприятиями. Причем практически все изготовители автомобилей Японии ведут бизнес таким способом.

В США помимо Силиконовой долины, большое количество успешно работающих кластеров. Широко известны также итальянский, финский, шведский, китайский, сингапурский кластеры [16].



Рисунок 1 – Модель взаимодействия крупного и малого бизнеса на основе кластеризации
Примечание – Источник [14]

В Казахстане уже сформированы определенные предпосылки для создания аналогичных кластеров. Дело в том, что достижение эффективной реструктуризации территориально-промышленных комплексов предполагает тесного взаимодействия между крупным, средним и малым бизнесом, их партнерства с высшими учебными заведениями и исследовательскими организациями. И здесь применение кластерного подхода предоставляет необходимые инструменты, позволяющие достигнуть взаимовыгодных интересов сторон. Казахстанские кластеры, имеющие наиболее высокий потенциал, создаются в отраслях металлургии, нефтехимии, информационных технологий, машиностроения, легкой и пищевой промышленности и т.д.

3. Франчайзинг. Традиционно под франчайзингом понимается такая форма организации бизнеса, при которой компания (франчайзер) передает независимому человеку или компании (франчайзи) право на продажу продукта и услуг франчайзера [17]. Д.Х. Мусин рассматривает франчайзинг в качестве средства, предполагающего быстрый старт стабильного бизнеса [18, С. 27]. Экономический эффект от использования франчайзинговых услуг заключается в значительном сокращении транзакционных издержек, обусловленных географическим расширением рынка, продвижением товаров и брендов на другой территории, привлечением стороннего капитала в оборот. Особенности франчайзинговых отношений проявляются в удовлетворении интересов крупных компаний и субъектов малого бизнеса. Первые за счет вторых расширяют свою фирменную сеть и популяризируют свой бренд, при этом получая постоянные платежи за франшизу. При этом малые предприятия получают возможность работать с готовым бизнес-планом, консультироваться с профессиональными специалистами франчайзера, тем самым приобретают бесценный опыт. Согласно данным Торгово-Промышленной Палаты США, 97 % франчайзинговых компаний, открытых за

последние 5 лет, продолжали успешно работать в дальнейшем, в то время как 62 % нефранчайзинговых предприятий закрылись за этот же период [19].

Благодаря своим преимуществам, франчайзинг широко применяется в сфере оптовой и розничной торговли, быстрого питания. В промышленности внедрение франчайзинговых отношений сопряжено более широким спектром взаимоотношений субъектов малого и крупного бизнеса в рамках совместного производства, который выходит за пределы возможностей франчайзинга. Внедрение и развитие франчайзинговых отношений требует, прежде всего, наличия социально-экономической и политической стабильности в стране, развитости институциональной среды.

Развитие франчайзинга в Казахстане начинается с середины 90-х годов с появлением фирменных магазинов одежды международных производителей в стране (например, «Adidas»), и открытием завода «Coca-Cola». В числе первых франчайзи также можно отметить гостиницы «InterContinental», «Hayatt Regency», кафе-мороженое Баскин Роббинс.

На настоящий момент в Казахстане превалирует торговый или так называемый дистрибьютивный франчайзинг как и во всех развивающихся странах. В то же время в странах Европейского союза преобладает доля делового формата. Но самая важная проблема, на которую необходимо обратить внимание – это малое количество классических франчайзинговых отношений, что обусловлено с нежеланием международных франчайзеров напрямую работать с местными предпринимателями из Казахстана. Традиционно они склонны работать в РК через субфранчайзеры. Очень часто ими выступают турецкие и российские компании. Тот же завод «Coca-Cola», упомянутый выше, работает по сублицензии турецкого лицензиара. Основной причиной такого положения казахстанских предприятий можно назвать недостаточную активность отечественных предпринимателей на мировом рынке франчайзинга.

Определенные подвижки можно заметить в секторе отечественных франшиз. Однако их очень мало, это: «Айкуне», «Мимиорики», «Куралай», «Tea Coffee Garden», «Cosmo Style», «Red Dragon, Regesus Center» и т.д. Если в практике развитых странах крупные компании через систему франчайзинга передают малым фирмам технологию ведения бизнеса, то в Казахстане крупные компании склонны создавать филиальную сеть, но не франчайзинговую систему.

Вышеперечисленные особенности и проблемы развития франчайзинговых отношений в Казахстане требуют создания благоприятных условий для их развития. В настоящее время франчайзинг в Казахстане регулируется Законом РК «О комплексной предпринимательской лицензии/франчайзинге» от 2002 года и главой 45 Гражданского кодекса РК, которая также регулирует франчайзинг. Государственную поддержку франчайзинга в РК осуществляет государственный фонд развития предпринимательства «Даму» [20]. Данный институт предоставляет кредиты на покупку франшизы на льготных условиях. Также Евразийской Ассоциацией Франчайзинга осуществляются бесплатные консультации по вопросам франчайзинга. Однако такие масштабы поддержки франчайзингового сектора не достаточно способствуют её гармоничному развитию. По мнению автора, меры должны быть комплексными и охватывать следующие направления:

- рассмотреть возможность предоставления государственных льгот и преференций франчайзинговому сектору;
- разработать механизмы доступа предпринимателей к «длинным деньгам»;
- проведение разъяснительной кампании о преимуществах и особенностях франчайзинговых отношений для предпринимателей.

По оценкам некоторых экспертов, в результате происходящих интеграционных процессов, в Казахстане уже в текущем году можно ожидать увеличение количества франчайзинговых сетей в два раза за счет российских франчайзинговых операторов [21]. Поэтому поддержка отечественных предпринимателей со стороны государства необходима как никогда.

4. Венчурное финансирование. Крупные промышленные предприятия с целью поддержания конкурентоспособности осуществляют диверсификацию и обновление производства посредством создания венчурных фондов, финансирования и использования научных разработок и высокотехнологичных проектов малого бизнеса. Более полное описание данного взаимодействия отражено в предыдущей работе автора [22].

Рассмотренные выше формы взаимодействий субъектов малого и крупного бизнеса показали

свою эффективность в развитых странах, где функционирует разветвленная инфраструктура и достаточно развитая система хозяйственного права. В Казахстане организационно-правовая сторона взаимодействия субъектов малого и крупного бизнеса до сих пор до конца не сформирована, а инфраструктура еще не полностью соответствует высокому уровню. Процессы взаимодействия малых и средних предприятий развиваются медленными темпами. Это обусловлено некорректными поведениями малых предприятий в виде срывов контрактов, исчезновения с полученным авансом, низкого качества продукции и т. д. – с одной стороны, повышением полномочий крупными предприятиями в виде навязывания малым фирмам высоких цен на свою продукцию, включения излишних условий в контракты – с другой. Поэтому в нашей стране во избежание финансовых махинаций крупные компании склонны к самостоятельному созданию собственных мелких подразделений, в результате чего формы интеграции малого и среднего бизнеса не развиваются. Это обстоятельство требует вмешательства государства в части обеспечения соответствующих институциональных условий для эффективного взаимодействия предприятий различного масштаба. В этом контексте важную роль играет государственная поддержка малого и среднего бизнеса.

Выбор той или иной формы интеграции крупных и малых предприятий зависит от следующих факторов: уровень внедрения инновационной продукции или услуг, качественные и количественные показатели конкурентной среды взаимодействующих фирм и их ресурсообеспеченность, наличие кластеров. Как утверждает Алешин А.В., соотношение уровня развития предприятий разного масштаба – важный вопрос государственной политики, так как именно малый бизнес создает стабильность в стране, обеспечивая налоговые потоки, менее зависят от мировой экономики и проявляют гибкость ко всем конъюнктурным изменениям, но крупные компании, наряду с государством, способны обеспечить долговременную стратегическую поддержку инновационно ориентированной модернизации[23].

Вместе с тем, применение всех исследованных форм взаимодействия субъектов малого и крупного бизнеса в казахстанских условиях сопряжено некоторыми ограничениями. Так, если в западных странах развиты производственные субподрядные связи крупных и мелких компаний, то развитие данного сектора в Казахстане может не дать положительных эффектов, поскольку к этому еще наши компании не готовы. На наш взгляд, наиболее интересной сферой взаимодействия крупного и малого бизнеса является снабжение, сбыта и маркетинговая деятельность. Также принципиально важным является активизация взаимодействия малого и крупного бизнеса в области проведения исследований и инноваций, особенно в топливно-сырьевом и энергетическом отраслях.

С точки зрения автора, создание благоприятных условий для эффективного взаимодействия субъектов малого и крупного предпринимательства позволит:

- повысить инновационную активность казахстанских предприятий;
- повысить долю высокотехнологичного экспорта и сократить импорт;
- повысить потенциал депрессивных регионов и моногородов РК.

Таким образом, взаимодействие крупного и малого бизнеса на основе субконтрактации, кластеризации и франчайзинга служит эффективным инструментом повышения их инновационного потенциала. Необходимость развития данного направления обусловлено возрастанием роли научно-технических достижений, снижения транзакционных расходов, ужесточения конкуренции на рынке инновационных технологий. В современном Казахстане получили развитие различные формы взаимодействия субъектов крупного и малого бизнеса, но степень их развития пока не соответствуют задачам экономической политики государства в современных условиях. Развитие малого и крупного бизнеса через их тесное взаимодействие способно придать новый импульс развитию инновационной деятельности страны. Только такое новое качество отечественного бизнеса будет отвечать задачам инновационного прорыва в канун масштабной диверсификации национальной экономики РК.

ЛИТЕРАТУРА

[1] Послание Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева народу Казахстана. «Казахстанский путь – 2050: Единая цель, единые интересы, единое будущее» // «Казахстанская правда» от 18.01.2014 г.

- [2] Гончар К.Р. Инновационное поведение сверхкрупных компаний: ленивые монополии или агенты модернизации? Препринт WP1/2009/02. – М.: Издательский дом Государственного университета – Высшей школы экономики, 2009. – 48 с.
- [3] Шабуршвили М. В. Содержание и формы инновационного предпринимательства / М. В. Шабуршвили // Корпоративный менеджмент. – 2003.-№2. – С.28.
- [4] Яковлев, А. Р. Развитие институционального механизма взаимодействия крупных и малых фирм в современной российской экономике: дис.канд. экон. наук: ВолГУ. - Волгоград, 2007. - 190 с.
- [5] Виленский А. В. Особенности российского малого предпринимательства // Экономический журнал ВШЭ. Т. 8. 2004. – № 2. – С. 246–256.
- [6] Структурные изменения в российской промышленности / под ред. Е. Г. Ясина. – М.: ГУ – ВШЭ, 2004. – 215 с.
- [7] Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. — М.: Экономика, 1989. – 519с.
- [8] Христофорова Л.В. Субконтрактинг как экономическая категория и особый элемент «новой экономики» // Проблемы современной экономики. Евразийский международный научно-аналитический журнал – СПб. – 2008. – № 3 (27) – С.228-229
- [9] Мировая экономика и международный бизнес/ Под ред. В.В Полякова, Р.К. Щенина. - М.: КНОРУС, 2008. - 688 с.
- [10] Киселев А.Н., Бухвальд Е.М., Виленский А.В. Взаимодействие малого и крупного бизнеса // Информ.-аналит. сборник по материалам IV Всерос. конф. представителей малых предприятий (Москва, апрель 2003) [Электронный ресурс]. Ин-т предпр. и инвестиций. – URL: http://www.nisse.ru/business/article/article_863.html
- [11] Современный экономический словарь [Электронный ресурс]. – URL:<http://slovari.yandex.ru> (дата обращения: 12.03.2015).
- [12] Портер М. Э. Конкуренция / Пер. с англ.: Уч. пос.- М.: Издательский дом «Вильямс», 2001. — 495 с.
- [13] Дышкант О.В. Кластерная модель организации крупного бизнеса как инструмент модернизации региональной экономики: автореф. дис ... канд.экон. наук: 08.00.05. – Ростов н/Д, 2007. – 17 с.
- [14] Каленский Ф.Ю. Взаимодействие малого и крупного бизнеса в рамках кластерной экономики. Академия управления “ТИСБИ”, 2009. – №12 (61). – С. 64-66
- [15] Официальный сайт Канцелярии премьер-министра Японии. www.cao.go.jp
- [16] Сагадиев К. Кластерные формы не проформы // Казахстанская правда. — 2004. — 3 июля. — С. 2.
- [17] Электронный словарь терминов. URL: wmv.ecoteco.ru/index.php7icH884.
- [18] Мусин Д.Х. Франчайзинг в рыночных отношениях: функции и формы: дис ... канд. экон. наук: 08.00.01. – М., 2003. – 126 с.
- [19] Франчайзинг. Интегрированные формы организации бизнеса: учеб. пособие / Д. Н. Земляков, М. О. Макашев. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 142с.
- [20] Кисиков Б. Франчайзинг в Казахстане: научное издание / Б. Кисиков. - 2-е изд. - Алматы: Образовательный фонд "Игілік", 2011. - 292 с.
- [21] [Интернет-ресурс] Доля российских франшиз в Казахстане начительно возрастет в связи с работой Таможенного союза. Ссылка на источник: <http://tengrinews.kz/> Дата обращения: 01.04.2015
- [22] Кольбаев М. К. Венчурное финансирование как источник создания и развития малого инновационного предпринимательства // Экономика: стратегия и практика, 2015. – № 1 – С.72-82
- [23] Алеппин А. В. Институциональная инфраструктура взаимодействия малого и крупного бизнеса в системе региональной экономики: инновационная составляющая / А. В. Алеппин // Экономический вестник Ростовского государственного университета / гл. ред. О. Ю. Мамедов.– 2006.– Том 4, N1.– С.159–164.

REFERENCES

- [1] Poslanie Prezidenta Respubliki Kazakhstan N.A. Nazarbaeva narodu Kazakhstanana. «Kazakhstanskij put' – 2050: Edinaya tsel', edinye interesy, edinoe budushhee». «Kazakhstanskaya pravda» ot 18.01.2014.
- [2] Gonchar K.R. *Innovatsionnoe povedenie sverkhkrupnykh kompanij: lenivye monopolii ili agenty modernizatsii*. 2009, 48 p. (in Russ.).
- [3] SHaburishvili M. V. *Soderzhanie i formy innovatsionnogo predprinimatel'stva* Korporativnyj menedzhment, 2003 (in Russ.).
- [4] YAKovlev, A. R. *Razvitie institutsional'nogo mekhanizma vzaimodejstviya krupnykh i malykh firm v sovremennoj rossijskoj ehkonomiki*. Volgograd. 2007. 190 p. (in Russ.).
- [5] Vilenskij A. V. *Osobennosti rossijskogo malogo predprinimatel'stva*. EHkonomicheskij zhurnal VSHEH. 2004, №2, P. 246–256. (in Russ.).
- [6] *Strukturnye izmeneniya v rossijskoj promyshlennosti*. E. G. YAsina. M., 2004. 215 p. (in Russ.).
- [7] Ansoff I. *Strategicheskoe upravlenie*. M.:EHkonomika, 1989. 519p. (in Russ.).
- [8] KHristoforova L. V. *Subkontrakting kak ehkonomicheskaya kategoriya i osobyj ehlement «nojvoj ehkonomiki»*. Problemy sovremennoj ehkonomiki. SPb. 2008. № 3. P.228–229 (in Russ.).
- [9] *Mirovaya ehkonomika i mezhdunarodnyj biznes* / V.V Polyakova, R.K. Shhenina. M.: KNORUS, 2008, 688 p. (in Russ.).
- [10] Kiselev A.N., Bukhval'd E.M., Vilenskij A.V. *Vzaimodejstvie malogo i krupnogo biznesa*. URL: <http://www.nisse.ru/business/article>
- [11] *Sovremennij ehkonomicheskij slovar'* URL:<http://slovari.vandex.ru>
- [12] Porter M. E.H. *Konkurentsija*. M.: Izdatel'skij dom «Vil'vams», 2001, 495 p. (in Russ.).
- [13] Dvshkant O.V. *Klasternaya model' organizatsii krupnogo biznesa kak instrument modernizatsii regional'noj ehkonomiki*: Rostov n/D, 2007, 17 p. (in Russ.).
- [14] Kalenskij F.YU. *Vzaimodejstvie malogo i krupnogo biznesa v ramkakh klasternoj ehkonomiki*. “TISBI”, 2009, №12 (61), S. 64–66 (in Russ.).
- [15] The official website of the Office of the Prime Minister of Japan. www.cao.go.jp
- [16] Sagadiev K. *Klasternye formy ne proformy* // Kazakhstanskaya pravda. 2004. 3 iyulya.P. 2. (in Russ.).
- [17] *EHlektronnyj slovar' terminov*. URL: wmv.ecoteco.ru/index.php
- [18] Musin D.K.H. *Franchajzing v rynochnykh otosheniyakh: funktsii i formy*. M., 2003, 126p. (in Russ.).

- [19] *Franchajzing. Integrirovannye formy organizatsii biznesa*. D. N. Zemlyakov, M. O. Makashev. M. : YUNITI-DANA, 2003, 142p. (in Russ.).
- [20] Kisikov B. *Franchajzing v Kazakhstane*. 2-e izd. Almaty: fond "Igilik", 2011, 292 p.
- [21] *Dolva rossijskikh franshiz v Kazakhstane nachitel'no vozrastet v svyazi s rabotoj Tamozhennogo soyuza*. <http://tengrinews.kz/>
- [22] Kol'baev M. K. *Venchurnoe finansirovanie kak istochnik sozdaniya i razvitiya malogo innovatsionnogo predprinimatel'stva* // *EHkonomika: strategiya i praktika*. 2015, № 1, P. 72-82.
- [23] Aleshin A. V. *Institutsional'naya infrastruktura vzaimodejstviya malogo i krupnogo biznesa v sisteme regional'noj ehkonomiki: innovatsionnaya sostavlyayushhaya*. 2006, Tom 4, P.159–164. (in Russ.).

Экономиканың инновациялық факторы ретіндегі ірі және шағын бизнестің өзара әрекеттесуі

Көлбаев М.Қ.

e-mail: univer@zhgu.edu.kz

Тірек сөздер: ірі және шағын бизнес, өзара әрекеттесу, субконтракция, кластеризация, франчайзинг, аутсорсинг, инновациялық даму

Аннотация. Әлемдік тәжірибе куә болғандай, инновациялық қызмет тиімділігі ірі және шағын бизнестің өзара үйлесімді әрекеттесу деңгейімен анықталады, бұл әсіресе жекелеген өндірістер мен инновациялық қызмет саласына қатысты. Егер ірі кәсіпорындар шағын кәсіпорындарға демеу көрсетуге қауқары зор болса, басқа жағынан, шағын кәсіпорындармен етене байланысу ірі кәсіпорындардың дамуы мен қайта құрылуының маңызды факторына айналуға мүмкін. Тек шағын кәсіпорындардың субъектілері ғана ірі кәсіпорындардың құрамдас бөлшектерді, ұсақ бұйымдарды жасауға тапсырыстарын сапалы және аз шығындармен орындауға қабілетті. Осының барлығы шағын және ірі кәсіпорындардың мүдделерін қанағаттандыру үшін олардың әлеуеттерін кешенді түрде қолдануды қажет етеді, ал бұл ұлттық экономиканың инновациялық дамуын қарқындылауға және деңгейін жоғарылатуға ықпал етеді.