

Ерифа Н.Д.

кандидат социологических наук, доцент,
г. Краснодар

МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И ЕГО МЕСТО В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Аннотация:

Автором исследуется проблема становления и развития малого бизнеса в России в условиях перехода к рыночной экономике.

Ключевые слова:

рыночная экономика, малое предпринимательство, малосерийное производство, индивидуальное производство.

Erifa N.D.

Candidate of Sociology, associate professor,
Krasnodar

SMALL BUSINESS AND ITS PLACE IN MARKET ECONOMY

The summary:

The author examines the problem of formation and development of small business in Russia during the transition to the market economy.

Keywords:

market economy, small business, small-lot production, individual production.

Малое предпринимательство, по мнению большинства специалистов, представляет собой существенную структурную часть рыночной экономики, ее массовую базу и интегральный элемент конкурентного рыночного механизма [1]. Без малого бизнеса рыночная экономика ни функционировать, ни развиваться не в состоянии. Отсюда следует, что его становление и развитие, разумеется, наряду с крупным предпринимательством, является стратегической проблемой экономической политики в условиях перехода от административно-командной экономики к социально ориентированному рыночному хозяйству. Соответственно, недооценка роли малого предпринимательства, игнорирование его значительных технико-производственных и социально-экономических потенциалов приобретают в данных условиях характер крупномасштабного стратегического просчета.

Л. Ходов выделяет четыре исторически сложившихся вида малого предпринимательства [2]. Прежде всего, надо заметить, исторически малое предпринимательство представляло собой самостоятельную хозяйственную деятельность, ориентированную на локальный рынок товаров и услуг. При определенной ограниченности капитала эти предприниматели, в лице которых были совмещены собственник и предприниматель, не зависели от крупного капитала, от государства, которому они платили налоги, не нуждаясь в его поддержке. Так выглядело классическое малое предпринимательство, которое со временем, по мере развития НТР, углубления разделения труда, накопления капитала и роста транспортных услуг трансформировалось в крупные фирмы.

Таким образом, традиционный малый бизнес был ориентирован на мелкосерийное и индивидуальное производство товаров, розничную торговлю, гостиничное хозяйство и общественное питание, строительство, транспорт и здравоохранение. Это и является первым видом малых предприятий в исторической цепочке событий, таких как первоначальное накопление капитала и распространение рыночных отношений. Кроме того, Л. Ходов считает, что «данный вид предпринимательства будет существовать и процветать всегда: крупные производители не смогут его вытеснить, так как ресурсы и спрос носят локальный и часто специфический характер, они не дают простора для массового производства» [3]. Этот вид малого предпринимательства напрямую зависит от покупательской способности местного населения, от структуры его потребностей, изменение которой ведет к изменению и этого вида малого предпринимательства. Кроме того, развитие этого вида малого бизнеса сдерживается налоговым бременем, которое возлагает на него государство.

В ходе социалистических преобразований этот вид малых предприятий был уничтожен. В настоящий период идет процесс возрождения российского предпринимательства, но этот процесс идет медленно, с трудом пробивая себе дорогу, потому что не осталось проторенного пути и того менталитета. Возрождающееся предпринимательство очень негативно оценивается общественным мнением, поскольку в общественном сознании еще не произошло сильной трансформации, и люди по инерции мыслят идеями, которые уже стали достоянием истории. Тем не менее, в общественном сознании некоторой части российского социума идеи уравнительности в распределении не потеряли своей силы и привлекательности.

Кроме того, необходимо отметить тот факт, что потеря преемственности поколений стала серьезной проблемой малого бизнеса. Если раньше мастерство, профессиональные навыки и знание своего дела в совершенстве передавалось по наследству от отца к сыну и т.д., то социалистические преобразования прервали естественный ход событий. В результате новые предприниматели осваивают экономическое пространство России, опираясь только на собственные знания, умения и навыки, которые не всегда отвечают моральным требованиям, вследствие чего и складывается столь негативное отношение со стороны населения к новым российским предпринимателям. А ведь если заглянуть в историю, то можно заметить, что ментальные установки представителей торговой элиты несколько отличались от ментальных установок современного предпринимательства, которое стремится только к личному обогащению, не думая о своих соотечественниках. Из истории российского купечества можно найти много ярких примеров благотворительной деятельности. Благотворительность, жертвенность были важной частью менталитета российского купечества. История ростовского купечества частично может служить подтверждением тому. Преумножая свои богатства, ростовские купцы никогда не забывали о нуждах города и вкладывали большие суммы в его культурное развитие [4].

Ко второму виду малого и среднего бизнеса относятся поставщики комплектующих и услуг для крупных предприятий. Миллионы малых компаний занимаются обслуживанием крупных электротехнических, электронных, автомобильных монополий. Этот вид предпринимательства необходим для нормального функционирования экономики. Однако эти малые предприятия и компании не обладают полностью экономической независимостью, поскольку их деятельность связана с деятельностью тех крупных монополий, чьим поставщиком они являются, либо обслуживают фирменные изделия. Благополучие малого предприятия напрямую зависит от благополучия главного партнера, от которого оно экономически зависит. Правда, преимущество этого вида предприятий состоит в том, что они более мобильны в экономическом смысле. К примеру, если крупная монополия обанкротится, то малое предприятие, зависящее от него экономически, будет также переживать период кризиса, но достаточно легко по сравнению с его экономически независимым партнером, пройдя перестроечный период, поменяет сферу и место своей деятельности.

Этот тип малых предприятий самый массовый в мире, а в российских условиях представляется наиболее перспективным, поскольку более глубокое разделение труда и развитие сервисных услуг совершенно необходимы для повышения эффективности отечественной экономики.

Третий вид малых предприятий – это малые и средние акционерные и паевые общества, которых относительно немного, а в нашей стране их практически нет. Это своего рода форма производственной кооперации, которая проникла в самые разные сферы экономики: существуют кооперативные строительные компании, объединения, закупаю-

щие и сдающие в аренду дорогостоящую технику. Средней кооперативной компанией является также объединение нескольких адвокатов или врачей разной специализации.

Как уже отмечалось, в России предприятий указанного типа очень мало. А те кооперативы, которые сегодня действуют в стране, какого-то значительного действия на экономику России не оказывают и не вполне отвечают необходимым требованиям, а значит, не соответствуют своему назначению. Такая ситуация вполне закономерна, если учесть, что у России нет подлинной истории развития кооперативного предпринимательства, которая складывается из нескольких этапов: становление фермерства, накопление капитала в сельском хозяйстве, формирование кооперативных банков и местных союзов представителей свободных профессий [5].

Таким образом, выше были рассмотрены те виды малых и средних предприятий, которые своей деятельностью могут способствовать более эффективному экономическому развитию страны. К сожалению, в нашей стране эти формы предпринимательства еще не получили должного признания и развития. Однако четвертый вид малых и средних предприятий в нашей стране получил широкое распространение и популярность, так как он как раз характерен для обществ переходного типа. В условиях переходного периода от плановой к рыночной экономике одной из форм легализованного перераспределения национального дохода, произведенного в государственном секторе экономики в пользу частных лиц, имевших непосредственное отношение к управлению государственными объектами, было создание малых предприятий, которые назывались еще кооперативами. Их специфика заключалась в том, что они практически ничего не производили. Покупая на государственных предприятиях товары по заводским ценам, продавали их по рыночным, приклеив свою этикетку. Таким способом многие сегодняшние российские миллиардеры сделали свой капитал. Приватизация в России прошла под эгидой этого пресвдопредпринимательства, когда малые предприятия, специально созданные для торговли с крупными комбинатами по заводским (трансфертным) ценам, с согласия и при участии руководства этих комбинатов были одним из инструментов грабежа, после чего крупные предприятия часто оказывались банкротами.

Малый бизнес наименее защищен от давления коррупции, организованной преступности и чиновничьего произвола, грозящих перерасти в главное препятствие экономическому развитию страны.

Анализ функций малого бизнеса в рыночной экономике показывает следующее.

Малое предпринимательство, оперативно реагируя на изменение конъюнктуры рынка, придает рыночной экономике необходимую гибкость. Эта черта малого бизнеса приобретает в современных условиях особую значимость в силу быстрой индивидуализации и дифференциации потребительского спроса, ускорения научно-технического прогресса, возрастания номенклатуры производимых товаров и услуг.

Кроме того, малый бизнес мобилизует значительные финансовые и производственные ресурсы населения (в том числе трудовые и сырьевые), которые в его отсутствие не были бы использованы. О возможностях малого бизнеса в данном отношении можно судить по опыту промышленно развитых стран, в экономике которых ему по ряду показателей принадлежит заметное, а подчас и ведущее место: на малый бизнес здесь приходится до 90% всех предприятий и до 50% валового национального продукта. Особую роль играет малое предпринимательство в развитии сферы услуг и торговли (т.е., стоит заметить, в наиболее запущенной у нас области хозяйственной жизни). В США, например, в сфере услуг в 90-е гг. функционировало 1811 тыс., а в розничной торговле – 1441 тыс. предприятий, почти на 100% являющихся предприятиями малого

бизнеса (данные середины 90-х гг., в настоящее время сдвиги если и произошли, то в сторону увеличения) [6].

Существенный вклад вносит малый бизнес и в формирование конкурентной среды, что для высокомонополизированной экономики России имеет первостепенное значение. Еще к середине 90-х гг. монопольное положение в ней занимали десятки крупных предприятий, среди которых немало абсолютных монополистов, т.е. таких, которые сосредотачивают все 100% продукции своей отрасли (производство магистральных тепловозов и электровозов, зерноуборочных, льно- и картофелеуборочных комбайнов, троллейбусов и т.п.).

Малый бизнес антимонополен по самой своей природе, что проявляется в различных аспектах его функционирования. С одной стороны, он ввиду многочисленности составляющих его элементов и их высокой динамики в гораздо меньшей степени поддается монополизации, чем крупные предприятия. С другой стороны, при узкой специализации и использовании новейшей техники малое предпринимательство выступает в качестве серьезного конкурента, подрывающего монопольные позиции крупных корпораций. Именно это качество малого бизнеса, кстати, сыграло существенную роль в ослаблении, а подчас и преодолении промышленно развитыми странами присущей крупному капиталу тенденции к монополизации и задержке технического прогресса.

Немаловажна роль малого бизнеса в осуществлении прорыва по ряду важнейших направлений научно-технического прогресса, прежде всего, в области электроники, кибернетики и информатики. В США на малый бизнес приходится около 50% научно-технических разработок [7]. Значение этого для Российской экономики трудно переоценить, в частности, имея в виду и развернувшийся процесс конверсии.

Заметен вклад малого бизнеса и в решение проблемы занятости. В промышленно развитых странах на него приходится до 50-60% всех занятых и до 60-70% новых рабочих мест (131,8) [8]. Представляется очевидной особая значимость этого аспекта развития малого предпринимательства для Российской современной экономики, по-прежнему стоящей, несмотря на некоторые позитивные сдвиги, перед угрозой массовой безработицы.

Следует отметить, наконец, роль малого бизнеса в смягчении социальной напряженности и демократизации рыночных отношений, поскольку именно малое предпринимательство является фундаментальной основой формирования «среднего класса» и, следовательно, ослабления присущих рыночной экономике тенденций социальной дифференциации (стратификации общества).

Все эти свойства малого предпринимательства делают его развитие существенным фактором и составной частью реформирования экономики России. Имеются в виду образование регулируемого, социально ориентированного рыночного механизма, преодоление нынешнего кризисного падения производства, стабилизация экономики и обеспечение предпосылок для быстрого и устойчивого экономического подъема в дальнейшем. Необходимо подчеркнуть, что речь не ведется о каких-то особых свойствах малого бизнеса, взятого изолированно. Конечно, предполагается его существование в органическом единстве со средним и даже крупным предпринимательством в условиях экономической активной роли государства.

Ссылки:

1. Зайцев Б.Ф. Малое предпринимательство России: реальность и перспективы. Власть. 2001. № 3. С. 78; Афанасьев В. Малый бизнес:

References (transliterated):

1. Zaytsev B.F. Maloe predprinimatel'stvo Rossii: real'nost' i perspektivy. Vlast'. 2001. No. 3. P. 78; Afanas'ev V. Maliy biznes: problemy stanovleniya

- проблемы становления // Российский экономический журнал. 1993. № 2. С. 31.
2. Ходов Л. О структуре малого бизнеса и особенностях его мотивации // Вопросы экономики. 2002. № 7. С. 147-148.
 3. Ходов Л. Указ. соч. С. 147-148.
 4. Бусленко Н. Ростовское купечество. Ростов н/Д, 1994; Бусленко Н. Донской след Меркурия. Ростов н/Д, 1996.
 5. Ходов Л. Указ. соч. С. 147-149.
 6. International Bureau of WIPO. Development and commercialization of inventions (financing, venture capital, patenting, and the role of entrepreneurs) // IPAP. 1995. № 45. P. 6.
 7. International Bureau of WIPO. Development and commercialization of inventions (financing, venture capital, patenting, and the role of entrepreneurs) // IPAP. 1995. № 45. P. 7.
 8. International Bureau of WIPO. Development and commercialization of inventions (financing, venture capital, patenting, and the role of entrepreneurs) // IPAP. 1995. № 45. P. 8.
- // Rossiyskiy ekonomicheskiy zhurnal. 1993. No. 2. P. 31.
2. Hodov L. O strukture malogo biznesa i osobennostyah ego motivatsii // Voprosy ekonomiki. 2002. No. 7. P. 147-148.
 3. Hodov L. Op. cit. P. 147-148.
 4. Buslenko N. Rostovskoe kupechestvo. Rostov n/D, 1994; Buslenko N. Donskoy sled Merkuriya. Rostov n/D, 1996.
 5. Hodov L. Op. cit. P. 147-149.
 6. International Bureau of WIPO. Development and commercialization of inventions (financing, venture capital, patenting, and the role of entrepreneurs) // IPAP. 1995. № 45. P. 6.
 7. International Bureau of WIPO. Development and commercialization of inventions (financing, venture capital, patenting, and the role of entrepreneurs) // IPAP. 1995. № 45. P. 7.
 8. International Bureau of WIPO. Development and commercialization of inventions (financing, venture capital, patenting, and the role of entrepreneurs) // IPAP. 1995. № 45. P. 8.