

Процай А. Ф.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ЕГО ОСНОВНОЕ ПРОТИВОРЕЧИЕ.

Опыт ведущих индустриальных государств показывает, что высокоэффективная экономика не возможна без развитой системы малого бизнеса. Малые хозяйственные структуры стали факторами экономического прогресса, социальной стабильности и политической консолидации. Малый бизнес стал феноменом XX столетия, он показал в условиях рыночной экономики свою устойчивую жизнеспособность и эффективность.

В формировании современных взглядов на малый бизнес важную роль сыграли труды Е. Тоффлера, П. Друкера, С. Соломона, П. Самуэльсона,

Б. Харрисона. Всемирно известные предприниматели - менеджеры К.Татеиси, Р. Уочи, Б. Карлоф, Т. Коно, К. Картер сделали глубокие теоретические обобщения по перспективам развития малого бизнеса. Блестящие публицистические произведения по проблемам малого бизнеса позволили получить мировую славу Т. Питерсу, Р. Уотермену, Дж. Мак-Дональду, Р. Форстеру.

В бывшем СССР ведущими специалистами малого бизнеса были:

Г. Фактор, И. Троценко, В. Круглов, А. Блинов, Ю. Кочеврин, И. Разумнов, В. Афанасьев, Ф. Шахмалова, О. Шурус, В. Минеева и др. Исследования проблем малого предпринимательства, как и предпринимательства в целом, начались в бывшем СССР только с началом рыночных трансформаций. Среди отечественных ученых, которые занимаются научно-теоретическим обоснованием сути и объективной необходимости развития малого предпринимательства следует назвать О. Барановского, Ю. Еханурова, С. Реверчука, З. Варналия, И. Жилыева, А. Киселева, Ю. Ключко,

В. Корнеева, С. Соболя, В. Черняка, О. Щура и др. Отдельные вопросы по созданию условий развития предпринимательства рассматриваются в научных трудах украинских ученых-экономистов: Л. Бесчастного,

В. Бородюка, В. Гейца, В. Голикова, И. Лукинова, В. Новикова,

Ю. Пахомова, А. Чухна, В. Савчука и др.

Рассматривая экономическую сущность малого предпринимательства можно выделить ее два аспекта.

Во-первых, малое предпринимательство - это особый сектор экономики, образуемый совокупностью малых товарных предприятий и выступающий в качестве специфической социально-экономической формы мелкого производства в условиях рынка. Малое предпринимательство существует объективно и развивается как некая целостность, как сектор экономики национального, регионального, местного масштабов.

Во-вторых, малое предпринимательство представляет собой особый тип деятельности, основанный на инициативной, инновационной, рискованной основе с целью получения предпринимательского дохода.

Подход к малому предпринимательству как сектору экономики основан на единстве двух сторон общественного производства: организационно-технической и социально-экономической. Вторая представлена производственными отношениями, образующими общественную форму производства, а первая - производительными силами, т. е. совокупностью материально-вещественных элементов производства, рабочей силы и форм организации производства. При этом формы организации производства, отражают (в соответствии со сложившимися уровнями кооперирования и разделения труда) способы и систему концентрации, централизации и специализации производства. Именно формы организации производства становятся объективной основой образования предприятий различных размеров.

Размерная структура отрасли (экономики) по определению предполагает существование предприятий различных размеров, в том числе мелких, образующих соответствующую размерную группу. Данную совокупность производственных ячеек небольшого масштаба (а именно таковыми являются мелкие предприятия) характеризует понятие «мелкое производство». Общественной формой мелкой производственной единицы в условиях рыночной экономики становится малое предприятие, основными чертами которого являются: обособленность (т.е. хозяйствование на свой страх и риск); специализация на каком-либо виде деятельности; реализация произведенных товаров (услуг) через куплю-продажу на рынке. Таким образом, речь идет не просто о малом, а малом товарном предприятии.

Социально-экономическая определенность малого предприятия дополняется следующим обстоятельством: оно (малое предприятие) может основываться на: личном труде владельца и членов его семьи; использовании наемного труда в сочетании с производственно-управленческой деятельностью хозяина (его семьи).

Малое предприятие является «клеточкой» малого предпринимательства. Отсюда следует, что последнее есть особый сектор экономики, образуемый совокупностью малых предприятий и потому являющийся специфической общественной формой мелкого производства в условиях рынка.

Таким образом, мелкое производство как особый размерный уклад характеризует организационно-техническую сторону производства (плоскость производительных сил), а малое предпринимательство относится к его социально-экономическому измерению и в этом конкретном смысле совпадает с понятием «малый бизнес».

Малое предпринимательство как тип предпринимательской деятельности наиболее полно раскрывается через характеристику ее субъекта, т.е. предпринимателя. Предприниматель, это субъективный (личностный) фактор воспроизводства, способный на инициативной и инновационной основе, не боясь полной экономической ответственности, идти на риск и особым, рациональным образом соединять другие факторы производства так, чтобы в перспективе появлялся дополнительный доход.

Данные положения верны и по отношению к малому предпринимательству. Однако количественные факторы – относительно небольшие масштабы – порождают качественные особенности малого предпринимательства. Очевидно, что рисковость, неустойчивость малого предприятия в силу ограниченности ресурсов гораздо выше, чем у средних и крупных предпринимательских структур. То же самое можно сказать о гибкости, восприимчивости к инновациям. Одна из причин здесь – отсутствие в сфере малого бизнеса громоздких управленческих систем. В случае коммерческого успеха малые фирмы получают относительно более высокий доход (естественно, по сравнению с первоначальными вложениями, которые у них, как правило, невелики).

Проведенный анализ экономической сущности малого предпринимательства дает возможность показать соотношение понятий «малое предпринимательство» и «малое предприятие». Отмеченный выше дуализм сущности малого предпринимательства порождает двойственность методов его изучения. Первый аспект исследования имеет своим предметом закономерности малого бизнеса как целостного социально-экономического явления, сектора экономики соответствующего масштаба. Очевидно, что в рамках этого подхода малое предприятие тоже присутствует, но не как конкретно-«поименное», а как представительная часть целого, его типичный элемент, «малое предприятие вообще». Макрозакономерности целого в этом контексте могут быть выявлены и на микроуровне, что и делает логичным обращение к «клеточке» малого предпринимательства.

Второй аспект исследования связан с изучением малого предпринимательства как предпринимательской деятельности, которая реализуется только в рамках отдельно взятого малого предприятия. В данном случае именно оно и рассматривается в качестве целого, а частями выступают, например, его различные функциональные области (маркетинг, финансы и т.д.). Следовательно, посредством этого методологического подхода исследуются микрозакономерности малого предпринимательства, т.е. механизм функционирования малого предприятия и его отдельных элементов. Малое предпринимательство несет в себе огромный потенциал для развития экономики и общества в целом.

Обобщая опыт развитых стран можно утверждать, что в рыночной экономике малое предпринимательство выполняет важную роль:

- 1) потребителя, осуществляющего значительные закупки для собственных производственных нужд;
- 2) производителя, оперативно реагирующего на изменения конъюнктуры рынка и придающего рыночной экономике необходимую эластичность;
- 3) работодателя, создающего дополнительные рабочие места и решающего тем самым проблему занятости населения. Воздействуя на важнейших агентов рыночных отношений малое предпринимательство активно участвует в формировании конкурентной среды. Особо следует выделить роль малого предпринимательства как катализатора НТП через его инновационную сущность.

Воздействие малого бизнеса на социальные и политические процессы выражается в его роли амортизатора социальной напряженности поскольку именно малое предпринимательство является фундаментальной основой формирования «среднего класса» и, следовательно, ослабления присущей рыночной динамике тенденции к социальной дифференциации.

Влияние малого предпринимательства на разнообразные общественные процессы позволяет сделать вывод об высокой социально-экономической значимости его функций.

Вместе с тем, рыночные условия определяют не только преимущества малого предпринимательства, но и его недостатки. Характерной чертой типичного малого предприятия является его неустойчивость, по сравнению с крупными фирмами, что проявляется в относительно худшем состоянии внешней среды. Малое предприятие действует на локальном рынке, который в отличие от рынков крупных корпораций характеризуется высокой степенью стихийности. Особенностью внешней среды малого бизнеса является также его объективно подчиненная роль в системе отношений с государством, крупным бизнесом, финансово-кредитными институтами. Возможность противостоять деструктивным факторам, объективно ограничена небольшими масштабами производства и незначительными объемами используемых ресурсов и финансовой базы, сильной зависимостью от местных рынков.

Таким образом, относительно низкая жизнеспособность малых форм бизнеса, с одной стороны, и объективно высокая социально-экономическая значимость их функций, с другой стороны, порождают основное противоречие малого предпринимательства. И для того, чтобы малый бизнес мог выполнять свои социально-экономические задачи, необходимо повышать жизнеспособность, устойчивость малых предприятий, для чего нужен комплекс целенаправленных мер по их поддержке. Следовательно, комплекс мер по поддержке малого предпринимательства порожден основным противоречием и является формой его разрешения.

Рассматривая роль и место малого бизнеса в экономике государства можно с уверенностью утверждать, что жизнеспособность малого бизнеса определяется теснотой его взаимодействия с государством и крупными хозяйственными структурами.

Следовательно, основной комплекс мер по поддержке малого предпринимательства должен разрабатываться по двум направлениям. Первое, это поддержка со стороны государства и дополняющих его деятельность местных органов власти и общественных органов, т. е. это государственно-общественная поддержка малого бизнеса, включающая материально-техническую, информационную, консультационную, кадровую, образовательную, маркетинговую и финансовую поддержки.

Второе направление – это поддержка со стороны крупных хозяйственных структур на условиях субподряда, лизинга, франчайзинга и др. В результате хозяйственной интеграции крупного и малого бизнеса возрастает стабильность, предсказуемость внешней среды последнего, дополняемого взаимовыгодным движением информационных, технологических, сырьевых и прочих ресурсов.

Оба эти направления взаимосвязаны, так государственное воздействие распространяется на развитие интеграционных связей как ключевого элемента внешней среды малого предпринимательства. В свою очередь крупный бизнес участвует в мероприятиях, инициируемых государством по развитию инфраструктуры поддержки (например, бизнес-инкубаторов) т.е., их следует рассматривать как подсистемы в рамках системы поддержки малого предпринимательства.

Литература

1. Муравьев А. И., Игнатъев А. М., Крутик А.Б. Малый бизнес: экономика, организация, финансы.- СПб.: «Издательский дом «Бизнес-пресса». 1999.-608с.
2. Хоскинг А. Курс предпринимательства. Практическое пособие: Пер. с англ.-М.: Международные отношения, 1993.-352с.
3. Баженов Ю.К., Баженов А. Ю. Малое предпринимательство: практическое руководство по организации и ведению малого бизнеса.-М.: ИВЦ «Маркетинг», 1999-104с.