

МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК НЕОБХОДИМЫЙ ЭЛЕМЕНТ ПЕРЕХОДНОЙ ЭКОНОМИКИ

Существующая статистика красноречиво свидетельствует о роли малого предпринимательства в странах с развитой рыночной экономикой. В конце 80-х годов на этот сектор (фирмы с количеством работников не более 500 чел.) в Германии приходилось 99,8% всех предприятий, в Великобритании — 94%, Японии — 99,3%, Франции — 99,9% [1]. Причем ежегодно количество малых предприятий (МП) возрастает. Так, например, в Великобритании в 1990 г. образовалось 87 тыс. мелких фирм, а в 1993 г. — 409 тыс. Малый бизнес (МБ) в этих странах — производитель значительной части товаров и услуг. В США МП создают около 50% ВВП, 20% экспорта, а также производят в 4 раза больше принципиально новых продуктов, чем крупные фирмы [2]. Кроме того, на сектор МБ приходится подавляющая доля занятости (табл. 1). И следует отметить, что в экономике развитых стран наблюдается тенденция ко все большему расширению малого предпринимательства.

Тем не менее, МБ в условиях экономических кризисов способен играть гораздо более важную роль, чем в период стабильного развития. Речь идет о транзитивной экономике, к которой, в частности, относятся Венгрия, Чехия, Словакия, Польша, Украина и ряд других стран. Наиболее характерными чертами транзитивной экономики является падение темпов роста ВВП и рост безработицы. Это самые неблагоприятные факторы, от состояния которых зависят остальные показатели развития хозяйственной деятельности в стране. Среди последних можно выделить уровень благосостояния народа, темпы инфляции, степень развития НТП, отраслевое соотношение производства товаров и пр.

Опыт выхода из кризиса стран Восточной Европы, Китая, Южной Кореи, Восточной Германии показывает, что именно сектор МБ способен в кратчайшие сроки и с минимальными затратами восста-

* Аспирантка кафедры экономики и управления экономико-правового факультета ОГУ им. Мечникова.

Таблица 1

Предпринимательство в некоторых странах мира³

Страна	Количество МСП, тыс.	Количество МСП на 1 тыс. чел.	Занятые в МБ, млн. чел.	доля МСП в общей численности занятых, %	вклад МСП в ВВП, %
Великобритания	2630	46	13.6	49	50-53
Германия	2290	37	18.5	46	50-54
Италия	3920	68	16.8	73	57-60
Франция	1890	35	15.2	54	55-62
Страны ЕС	15770	45	68	78	63-67
США	19300	74.2	70.2	54	50-52
Япония	6450	49.6	39.5	78	52-55
Россия	836.2	5.6	8.1	9.6	10-11
Украина (на 1.01.1998.)	100.5	2	2.1	5.7	9.0-9.5

Примечание: в зарубежной статистике учет ведется по малым и средним предприятиям (МСП), в Украине – только по малым.

новить желаемые показатели ВВП и занятости. Так, в Венгрии доля МСП в ВВП за период с 1989 по 1994гг. выросла с 7 до 55%, в Чехии — с 0,5 до 69%. В Германии МП (до 19 работников) только за 1991г. увеличили число рабочих мест на 24%.

Что же позволило малым предприятиям за столь короткий период осуществить столь серьезные изменения? Что явилось преимуществом МБ? Чтобы ответить на эти вопросы, обратимся к определению мелкой фирмы.

Несмотря на полное единодушие ученых в том, что МБ — важный элемент рынка, все же универсального определения нет. В 75 странах мира существует более 50 различных подходов к МБ. Превалирует два вида характеристик: *количественная и качественная*. К количественным критериям относятся прежде всего численность работников, объем валовой продукции или продаж, величина годового дохода и др. Абсолютные значения показателей варьируются по странам и по отраслям. Но, на наш взгляд, гораздо важнее характеристики качественные. Ведь именно они помогают определить преимущества и значение МБ в переходной экономике.

К данной проблеме существует два основных подхода. Во-первых,

школа так называемых “функционалистов”, определяя МП, берет за основу размеры предприятия. Малые формы способны занимать на рынке ниши, которые невыгодно занимать большим. Модель организации такого хозяйства можно представить как математическую векторную модель. Каждый направленный вектор (крупное монополистическое производство) является результатом суммирования огромного, но ограниченного множества направленных меньших векторов (малых и средних предприятий). Направленность означает вид деятельности и стратегию предприятия. В каждом конкретном случае и на каждом конкретном этапе направленность основного вектора (предприятия-гиганта) зависит от потребностей рынка, а направление мелких векторов — от потребностей основного. Главное свойство и преимущество данной модели в том, что количество мелких векторов настолько велико, что выпадение из сети хотя бы одного абсолютно не отражается на всей системе: силовое поле вектора-гиганта тут же рождает новый.

Проиллюстрируем вышеизложенную модель на примере. Предположим, что в качестве основного вектора выступает крупный авто-сборочный концерн, а в качестве мелких — предприятия, производящие комплектующие, а также поставщики и дилеры. Можно представить, как эффективно работает данная система: огромное количество МП предлагает бесчисленное многообразие своей продукции. Таким образом, концерн имеет возможность выбора наиболее качественных и отвечающих потребностям товаров. Со временем спрос со стороны концерна все более увеличивается и разнообразится. Но, как известно, спрос рождает предложение. Поэтому ассортимент МП находится в постоянном изменении. Американская компания “Дженерал Моторс” работает по этому принципу. Ее обслуживает 32тыс. поставщиков и 11 тыс. дилеров во многих странах. Значительная их часть существует недолгое время, затем исчезает или переквалифицируется. Одновременно появляются новые МП, предлагающие новые товары и услуги. В итоге система, включающая крупный, средний и мелкий бизнес, функционирует устойчиво и в соответствии со складывающимися экономическими условиями.

С другой стороны рассматривают МП “собственники”. По их мнению, единственно важным индикатором МП является форма собственности. Предприятие считается малым, если оно стремится действовать вне планово-экономической системы государства, вопреки его финансовому диктату, без государственного распределения трудовых ресурсов.

По нашему мнению оба определения имеют право на существование, и в развитой рыночной экономике они неразделимы. Но в транзитивной экономике Украины пока еще нельзя считать сложившейся векторную модель. На данном этапе более существенным индикатором МП является его форма собственности. Действительно, переходный период характеризуется прежде всего сменой государственной формы собственности на негосударственные. Многолетний опыт Украины показал всю неэффективность плановой системы. Сейчас переход к частной и совместно-долевой собственности рождает новые возможности: рациональное сочетание ресурсов, лучшее использование каждого из факторов производства, материальная заинтересованность в результатах труда и пр. Преимущества частной собственности наиболее очевидны на МП, где, как правило, руководитель осведомлен обо всех сторонах деятельности фирмы. Принцип экономии ресурсов плюс желание максимальной отдачи — вот основная стратегия собственника. И она на данном этапе особенно целесообразна, так как Украина, несмотря на ее естественные богатства, пока еще не в состоянии обеспечить себя товарами и услугами собственноразног производства.

Подчеркнем однако, что когда сектор МБ достигнет определенного этапа своего развития, он автоматически приобретет функции дополнения крупных предприятий, т.е. реализуется векторная модель хозяйствования.

Таким образом, преимущества малого бизнеса перед большим вытекают, с одной стороны, из негосударственной формы собственности МП, а с другой, — из небольших размеров фирм. К преимуществам МП можно отнести следующие качества:

- значительная степень соединения собственности и управления в руках одного предпринимателя;
- предпринимательский тип управления, направленный на поиск нестандартных и рискованных решений;
- простота в организации производственных и управленческих структур;
- быстрая адаптация к внешнему рынку;
- использование преимущественно нецентрализованных источников финансирования;
- способность быстрой перестройки на выпуск новой продукции, исходя из свойств мобильности и гибкости;
- низкая капиталоемкость;

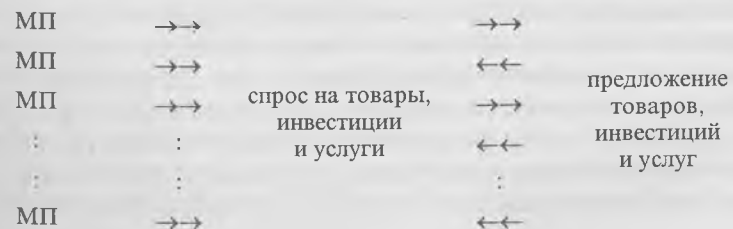
— отсутствие внутри фирмы преград для перемещения материальных, денежных и человеческих ресурсов;

— быстрое накопление капиталов и их свободный перелив в наиболее окупаемые отрасли;

— максимальное использование интеллектуальных ресурсов.

Благодаря вышеперечисленным факторам МБ способен за небольшой срок заполнить рынок недостающими товарами и человеческими ресурсами. В этой связи малое предпринимательство осуществляет так называемый *“мультипликативный эффект”*. О нем говорил еще Дж.М.Кейнс, который вывел США из кризиса 1929—1932гг.. Он установил, что равновесие в экономике может быть достигнуто стимулированием спроса, что выражается в действии эффекта мультипликатора. Суть его в том, что рост одной переменной величины в экономике может (при отсутствии препятствий) вызвать увеличение второй, третьей и т.д. Кейнс рассматривал мультипликатор инвестиций, при котором стимулирование инвестиционного спроса рождает рост национального дохода. Позднее эффект мультипликатора начал рассматриваться гораздо шире. Было доказано, что в экономике существует множество мультипликаторов, стимулирование которых вызывает к жизни желаемые показатели. Одним из таких феноменов может выступить МБ.

Принимая во внимание преимущества МП по сравнению с крупным бизнесом, можно без труда представить действие мультипликативного эффекта. В самом деле, любое только что созданное МП мгновенно предъявляет спрос на товары потребления, инвестиционные товары и услуги. Спрос рождает предложение, поэтому тут же появятся (или восстановятся) потоки предложения инвестиционной и потребительской продукции. Они, в свою очередь, станут причиной появления других потоков, третьих и т.д. Таким образом, происходит прямое стимулирование деловой активности, а для транзитивной экономики — ее возрождение и ускорение. Эффект мультипликатора можно изобразить в виде схемы:



Данная схема на самом деле гораздо сложнее, чем показано выше: ее сложность определяется огромным разнообразием видов товаров и услуг, форм производственных отношений, типов элементов инфраструктуры, методов ведения хозяйственной деятельности и пр. Но в этой сложности и заключается глубокий смысл мультипликативного эффекта: возникновение одного МП возрождает к жизни десятки, а то и сотни форм и методов хозяйственных отношений. Конечно же, крупное предприятие тоже может считаться мультипликативным фактором, но для создания такого предприятия требуются большие затраты ресурсов и времени. МП может быть создано в кратчайший период, и оно значительно быстрее предъявит спрос. Последний, в свою очередь, будет отличаться многообразием вследствие большого числа мелких фирм.

Отметим, что эффект от действия мультипликатора проявляется не сразу, а через определенный период времени. Но он появляется непременно и, что более важно, поступательно: за первой порцией отдачи следует вторая, за второй — третья (еще больше) и т.д. МБ проявляет свое *буферное свойство*: он смягчает кризисные удары и принимает на себя функции основного насыщения товарного рынка и рынка занятости. Как следствие, прямо или косвенно стимулируется конкуренция, НТП, снижается социальная напряженность в обществе, повышается жизнеспособность крупных предприятий, в целом в экономике происходит подъем.

Однако важно подчеркнуть, что МП очень неустойчивы, особенно на первых этапах своего развития. В США из 100 фирм, начинающих свою деятельность одновременно, в 1-й год терпят неудачу 20, во 2-й — 17. Это связывают с тем, что МП объективно находятся в худших (по сравнению с крупными) условиях хозяйствования. Мелкая фирма, как правило, действует на локальном рынке, который в высшей степени стихийен и неопределен. Кроме того, МП зависит от крупного бизнеса, финансово-кредитных институтов, государства. Естественно, незначительная доля ресурсов не позволяет МП противостоять внешней среде. Как результат, внутри предприятия появляется какая-то внутренняя проблема — неудовлетворительное состояние какого-либо функционального направления. Со временем она, подобно раковой клетке, разъедает весь организм, и фирма вынуждена приостановить свое существование. Итак, возникает *противоречие* между низкой жизнеспособностью МП и его высокой социальной-экономической значимостью. Тем более данное противоречие про-

является в переходной экономике. Так, в Украине около половины новых МП разоряется на первых же месяцах своей деятельности.

В этой связи напрашивается вывод о необходимости *поддержки* МБ. Причем ее должны осуществлять те субъекты хозяйствования, от которых МБ зависит. С одной стороны, следует говорить о поддержке малого предпринимательства государством, а с другой — финансово-банковскими институтами и крупными предприятиями через системы лизинга, франчайзинга, льготного кредитования, субподряда и др. В итоге, система поддержки должна включать две подсистемы — государственную и коммерческую, которые тесно взаимосвязаны.

Формирование поддержки МБ должно начинаться с государственного уровня. Именно здесь следует сформировать *стратегические и тактические* цели поддержки и развития. Прежде всего, определиться нужно в отношении стратегии. Как правило, государство строит гипотетическую модель состояния МБ, которую оно хочет иметь на определенный момент в будущем. Данная модель может быть достигнута путем реализации политической, экономической и социальной целей.

Политическая цель включает:

- создание организационно-правовых условий для МБ;
- обеспечение равноправности крупного и малого бизнеса.

Экономическая цель представляет собой описание параметров МБ, которые государство желает достичь. Так, располагая данными относительно природного, демографического и технического состояния экономики, можно просчитать желаемые показатели количества МП, долю занятых в них, средние размеры МП, плотность их размещения, отраслевые и региональные предпочтения и пр. При этом ориентиром могут служить показатели развитых стран.

Социальная цель предусматривает формирование положительного отношения населения к малому предпринимательству, что является важным залогом успеха его развития.

Сформулировав стратегические цели, государство должно перейти к *тактическим*. Они заключаются в определении путей достижения стратегических целей, включает ресурсное обеспечение, т.е. в целом предусматривают формирование сложного механизма поддержки МБ. Без последнего мультипликативный эффект МП может сойти на нет, что впрочем, уже происходит в Украине. Так, если в 1993 г. количество действующих МП в Украине увеличилось на 50% по срав-

нению с предыдущим годом, то в 1994 — на 6%, 1995 — 14%, 1996 — 2%, 1997 — 8%. Доля занятых на МП в общей численности трудоспособного населения выросла с 1% в 1995г. до 5,7% в 1998г. Сейчас МБ производит около 10% ВВП (по сравнению с 6% в 1995г.).

Хотя абсолютные величины показателей увеличиваются, темпы роста их, как видим, падают. Сейчас наблюдается тенденция к укрупнению МП при уменьшении их численности.

В целом уровень развития МБ в Украине еще не достиг степени “критической массы”, при которой начинаются процессы самовоспроизводства и саморегуляции экономических процессов. По своим размерам МБ значительно отстает от стран развитой рыночной экономики (табл. 1).

Вообще специалисты по переходной экономике отмечают 4 фазы становления МБ:

- 1) зарождение — 1 год;
- 2) бурный рост — 2—3 года;
- 3) насыщение — меньше 1 года;
- 4) саморегуляция с соответствующими структурными преобразованиями.

К примеру, Польша, Чехия, Венгрия находятся в 4-й фазе; Словакия, Словения — в 3-й фазе; Румыния, Россия — во 2-й фазе. Если бы экономические условия в Украине складывались благоприятно, то наша страна уже в 1995г. вошла бы в 3-ю фазу. В соответствии с численностью населения в 1995г. в Украине должно было насчитываться более 2,5 млн. МП, на которых работало бы около 10 млн. чел. Но в действительности мелких фирм было 700 тыс., а занятых на них — 2 млн. чел.

По состоянию на 1.01.98г. в Украине насчитывалось 100,5 тыс. МП и 3 тыс. кооперативов. Кроме того, действовало 900 тыс. индивидуальных предпринимателей (по неофициальным данным, их уже насчитывается 3 млн.), а в сельском хозяйстве — 5,7 тыс. фермерских хозяйств.

Распределение МП по регионам неравномерное. 63% общей численности МП приходится на Донецкую, Харьковскую, Луганскую, Днепропетровскую, Запорожскую, Львовскую области, г. Киев и Автономную Республику Крым. В сфере материально-технического обеспечения, торговли, общественного питания, сбыта и заготовок работало 53,3% МП, в промышленности — 14%, строительства — 10%, бытовом обслуживании — 5,2%. Торговые операции принесли 36,6%

ВВП, промышленность — 27,1%, строительство — 19%. Инфраструктура МБ тоже развивается. Так, число бирж увеличилось на 62%, а коммерческих банков — на 10%. Действовало 49 бизнес-центров — в 1,5 раза больше, чем в 1996г., число бизнес-инкубаторов выросло с 7 до 20.

Недостаточный уровень развития МБ в Украине объясняется действием большого числа негативных факторов. Переплетаясь, влияя друг на друга, они еще больше усиливают отрицательный эффект. Он выражается не только в падении темпов роста МП. Происходит также процесс тенезации МП — более 60% мелких фирм работают в теневом бизнесе. Большая часть зарегистрированных МП вообще не действует. Те, что действуют, ориентируются в основном на торговло-посреднические операции. А такая тенденция в условиях производственного кризиса особенно опасна.

Судя по результатам опросов предпринимателей [4], наиболее негативно на ведение бизнеса влияют:

- 1) высокие ставки налогов;
- 2) большое количество налогов;
- 3) частые изменения налоговой отчетности, законов и нормативных актов, касающихся хозяйственной деятельности;
- 4) отсутствие законодательного фундамента для МБ;
- 5) низкий потребительский спрос;
- 6) неплатежи клиентов;
- 7) большое количество лицензируемых видов деятельности;
- 8) сложность получения кредитов;
- 9) давление местной власти;
- 10) недостаток управленческих знаний.

По мнению предпринимателей, первоочередными действиями правительства по улучшению состояния МБ должны стать:

- 1) снижение ставок и уменьшение количества налогов (“за” высказалось 74%);
- 2) обеспечение доступа к кредитам (61%);
- 3) реформирование системы лицензирования (44%);
- 4) принятие закона о МБ и стабилизация законодательства (42%);
- 5) создание сети консультационных фирм (38%);
- 6) упорядочивание процедуры проверок работы МП (24%).

Видим, что на первом месте стоит проблема налогообложения. Действительно, налоговая система в Украине отличается чрезмерной сложностью и нецелесообразностью. А ведь она должна выполнять

функции экономического стимулятора предпринимательской деятельности. На самом деле налоги не только не стимулируют, но и тормозят развитие МБ.

Важное место в системе проблем МП занимает законодательство. На наш взгляд, именно с него следует начинать, реформируя экономику. Вот уже несколько лет находится на рассмотрении проект Закона Украины “О малом предпринимательстве”. Ясно, что пока он не будет принят, МБ объективно не сможет полноценно расти и развиваться. Именно государство должно регламентировать существование и большую значимость такой формы хозяйствования, как МБ.

Конечно же, оно осуществляет определенные шаги в направлении помощи мелким фирмам, но на сегодняшний день они далеко не достаточны.

Так, 7 июля 1998г. вступил в силу Указ Президента Украины “Об устранении ограничений, сдерживающих развитие предпринимательской деятельности” №79/78. В соответствии с Указом, Госкомитет Украины по вопросам малого предпринимательства (ГКМП) обязан осуществить анализ нормативно-правовых актов по вопросам предпринимательской деятельности с целью ослабления государственного регулирования, требовать их изменений и приостанавливать их своим решением.

Более важным является Указ Президента “О государственной поддержке малого предпринимательства”, который вступил в силу 11.06.1998г. Указ определяет:

- 1) направления государственной поддержки МП, в частности:
 - формирование структуры поддержки и развития МБ;
 - установление, упрощение упрощенной процедуры налогообложения, учета и отчетности;
 - финансовую поддержку инновационных проектов;
- 2) направленность государственных и региональных программ МП на реализацию следующих мер:
 - совершенствование нормативно-правовой базы МБ;
 - создание бизнес-инкубаторов, бизнес-центров, консультационных систем;
 - содействие малым предприятиям в получении необходимых помещений (зданий), оборудования, информации;
 - привлечение МБ к осуществлению поставок товаров и услуг для государственных нужд;
- 3) источники финансирования программ поддержки и развития

МБ (средства местных и государственных бюджетов, внебюджетные фонды и др.). При этом рекомендуется выделять средства в размере не менее 0,5 % годовых поступлений в бюджеты;

4) системы органов, осуществляющих поддержку МБ (ГКМП, другие центральные и местные органы исполнительной власти, органы местного самоуправления);

5) критерии, по которым субъекты хозяйственной деятельности можно отнести к МБ (численность работающих и объем выручки от реализации продукции). К ним относятся:

- индивидуальные предприниматели (физические лица);
- предприятия со статусом юридического лица любой организационно-правовой формы и формы собственности (за рядом исключений).

При этом среднесписочная численность работающих за отчетный период не должна превышать 50 чел., а объем выручки от реализации продукции за год — не более 1млн.грн. Указ особо выделяет категорию *микروпредпринимателей*, где численность работников не более 10 чел., а выручка — не более 250 тыс.грн. Статус микропредпринимателя повлечет за собой предоставление налоговых льгот и упрощенную систему налогообложения. Что касается последней, то 03.07.1998г. был принят Указ Президента “Об упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности субъектов малого предпринимательства” №727/98. Этот Указ был введен в действие 01.01.99 г. Он предусматривает ставку единого налога для микропредпринимателей (от 20 до 200 грн. в месяц, или 6% от объемов выручки). Также вместо налогов и обязательных платежей индивидуальные предприниматели должны оплатить патент на занятие определенным видом деятельности.

Однако все эти меры требуют дополнительной конкретизации и соответствующих механизмов исполнения. Кроме того, их совсем недостаточно, если принять во внимание системы государственной поддержки и развития МБ, которые действуют в развитых странах.

Вывод: в условиях перехода к новому типу хозяйствования экономика претерпевает качественные сдвиги. Они происходят не только в экономической, но и политической, социальной и психологической жизни. Транзитивный этап характеризуется появлением острых проблем, без решения которых невозможно дальнейшее развитие. В этой сложной ситуации необходимо найти фактор, который возьмет на себя функции “буфера” и сгладит диспропорции, возникающие в

економіці. В якості такого може і повинно виступити мале підприємництво, здійснює мультиплікативний ефект.

Література

1. Жук А. Малий бізнес в світі і в Україні / Економіка України. — 1995. — № 7. — С. 33.
2. Блинов А. Мале підприємництво. — М.: Ось-89. — 1997. — С. 46—48.
3. Проблеми малого бізнесу в Україні / Україна: аспекти праці. — 1998. — № 2. — С. 51.
4. Проблеми малого бізнесу в Україні / Україна: аспекти праці. — 1998. — № 2. — С. 53.