Добавил(а) Социология
05.09.10 19:46 -

Ромашов О.О.

Развитие малого и среднего бизнеса – одна из важнейших задач социальной политики

Экономические реформы, осуществляемые в России, связаны с радикальной реструктуризацией народного хозяйства, с формированием новых предпринимательских структур. Развитие предпринимательства и конкуренции, базирующееся на реальной реформе отношений собственности, представляет собой одно из стратегических направлений рыночного реформирования и реструктуризации любой экономики. Именно многообразие форм собственности и является обязательным и необходимым условием становления и развития рыночной экономики. Экономическое противостояние монополиям, создание новых предприятий,
защита и поддержка предпринимательства – вот некоторые новые направления социальной политики.

Весь мировой опыт свидетельствует, что в экономике даже самых высокоразвитых стран, где имеются громадные предприятия и корпорации, казалось бы, монополизировавшие целые сектора общественного производства, основная масса валового продукта создается большим количеством малых и средних предприятий. Они являются гарантами гибкости и динамичности экономики, мощным средством постоянной корректировки и сохранения структуры воспроизводства, удовлетворяющей потребности населения в работе, заработной плате, социальных услугах. Деятельность малых и средних предприятий ориентирована в наибольшей степени на удовлетворение местных нужд, на развитие региона и решение социально-экономических проблем на местах. Например, опыт Англии показывает, что оживление экономики депрессивных районов происходит за счет внутренних ресурсов региона благодаря развитию малых предприятий.

Развитие предпринимательства, как показывает опыт развитых стран, ведет к

повышению эффективности экономики, а это в свою очередь к росту благосостояния общества. Малый и средний бизнес постепенно развивается и набирает опыт и завоевывает свое место в структуре российской экономики. В Российской Федерации установлен критерий отнесения предприятий к малому
и среднему бизнесу. Так, Федеральный Закон «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» от 12 мая 1995 г. №88-ФЗ определяет субъектов малого предпринимательства как коммерческие организации в зависимости от численности работников с учетом отраслевой специфики.

Динамичное развитие малого бизнеса обусловлено рядом преимуществ, которыми он обладает. Именно малому и среднему бизнесу предоставляется возможность отвоевать свою долю на рынке. Прежде всего, необходимо отметить гибкость и мобильность особенно малого бизнеса, позволяющих ему оперативно реагировать на запросы рынка, быстро адаптироваться к изменяющимся условиям. Малое предпринимательство можно классифицировать как особый творческий тип экономического поведения, для которого характерны предпринимательский дух и инициативная творческая деятельность, связанная в то же время с определенным риском для ограниченного числа заинтересованных людей. Созданию такой атмосферы в малой фирме способствует соединение в одном лице собственника и управленца.

Важным преимуществом малого бизнеса, обеспечивающим его эффективность, является взаимозаменяемость работников. При известном ограничении функций между сотрудниками для малого коллектива характерны взаимопомощъ и поддержка друг друга, а в случае необходимости дублирование и взаимозаменяемость.

Существенным преимуществом малой фирмы является высокая скорость прохождения информации. Это обусловлено меньшим объемом информации, который перекрывается непосредственным общением руководителя и подчиненных. То есть, малые размеры фирмы обеспечивают ей хорошую управляемость при сравнительно низких управленческих расходах.

Наконец, необходимо отметить, что для организации малого бизнеса, как правило, не требуется крупных вложений в основные средства. Это преимущество привлекает многих начинающих предпринимателей и положительно сказывается на себестоимости выпускаемой продукции.

В то же время, малый и средний бизнес имеет следующие недостатки:

а) велика степень риска, страха быть разоренным, так как многое зависит от воздействия внешней среды;

б) низкая возможность накопления капитала, когда для расширения производства его владельцы могут выделить незначительную часть своего капитала;

в) сфера малого и среднего бизнеса ограничена, ему трудно внедряться в фондоемкие и наукоемкие производства;

г) малым предприятиям сложно организовать свою собственную службу маркетинга, дилерскую сеть, ограниченная номенклатура выпускаемой продукции и сложность в конкуренции с крупным производством и т.д.

Малые предприятия, осуществляющие несколько видов деятельности (многопрофильные), относятся к таковым по критериям того вида деятельности, доля которого является наибольшей в годовом объеме оборота или годовом объеме прибыли.

В первые годы реформ в нашей стране произошел бурный рост мелкого предпринимательства. Если в середине 80-х годов общее количество самостоятельных предприятий СССР не превышало 40 тысяч (все они были, естественно, государственными), то уже в 1991 году число одних малых предприятий составляло 268 тысяч, а к 1996 году их количество превысило миллион. Однако затем это количество уменьшается, и в 1997 году их осталось около 900 тысяч, и дальше этот процесс спада продолжается. Особенно сильный удар по малому предпринимательству был нанесен августовским обвалом 1998 года, от которого малый бизнес не оправился до сих пор. Не менее 30%, а по некоторым данным до половины малых предприятий полностью или временно прекратили свою деятельность.

Конечно, абсолютной стабильности в этой области не может быть. Во всем мире какие-то предприятия останавливаются, фирмы разоряются. Но это происходит – если

речь идет не о временах общеэкономических кризисов - в силу неумелого хозяйствования. У нас же вынуждены останавливаться многие предприятия, выпускающие пользующуюся спросом продукцию и способные при наличии благоприятной, даже просто нормальной экономической обстановки производить ее вполне конкурентоспособной. Но как раз такой обстановки нет, И это связано с серьезными просчетами в экономической политике, из-за чего возникают помехи общие для всего предпринимательства и для мелкого в особенности.

Малым предприятиям приходится сталкиваться с различными негативными проблемами, мешающими эффективному функционированию в современных условиях.

По материалам социологического исследования [1] , доля работников, отметивших негативные проблемы, мешающие нормальному функционированию малого и среднего бизнеса, выглядят следующим образом:

- высокие налоги – на это указали 61% опрошенных;

- отсутствие связей с государственными структурами – 34%;

- криминал, рекет – 68%;

- отсутствие защиты со стороны государства – 61%;

- сложности в приобретении кредита – 26%;

- сложности со снабжением, реализацией – 36%;

- отсутствие инвестиций – 30%;

- отсутствие серьезной правовой базы и юридических гарантий – 47%.

Сильный налоговый гнет и высокая степень организованной преступности, низкая, свойственная российской экономики, поддержка государства и отсутствие необходимой правовой базы и юридических гарантий – вот что мы видим по данным социологического исследования.

И все же, даже в сегодняшних тяжелейших условиях остались и продолжают функционировать сотни тысяч малых и средних предприятий. Из этого можно сделать вывод, что малое и среднее предпринимательство прочно вошло в экономическую жизнь нашего общества. Если в начале 90-х годов самый распространенный образ нового отечественного предпринимателя увязывался с такими характеристиками, как: «хапуга, отмывающий деньги»; «мафиози, вышедший из подполья»; «теневик, связанный с уголовными элементами»; «человек, не слишком образованный, связывающий личную предпринимательскую активность с большими деньгами, алкоголем и женщинами»; «человек, стремившийся получить доход, прибыль любым путем» [2] . То в нашем исследовании (2001 г.) предприниматель уже большинством опрошенных оценивается как инициативный (60%); активный и ответственный (50%); человек, рискующий своими средствами ради собственного дела (45%); человек, имеющий собственное дело, чтобы реализовать свои профессиональные интересы и деловые качества (60%) и т.д.

В ходе исследования мы попросили сотрудников, работающих в предпринимательских структурах, охарактеризовать своих руководителей. Опрошенные отметили, что эти руководители:

- имеют склонность к стратегическому планированию и прогнозированию, хорошо разбираются в рыночной экономике, обладают определенным чутьем к рыночной конъюнктуре;

- умеют принимать оптимальные и своевременные решения по финансовым, материальным и трудовым ресурсам;

- обладают способностью принимать нестандартные решения в условиях большой степени риска и при дефиците информации;

- смело берут на себя ответственность и требуют предоставление им значительных прав, стремятся увеличить круг своих обязанностей;

- способны беспристрастно и критически оценивать свою деятельность и концентрируют главное внимание на процессе решения проблемы, а не на поиске виновных в ее возникновении;

- постоянно пополняют свои знания и шлифуют мастерство, понимая, что нет предела безупречности и совершенству. Уделяют большое внимание систематической учебе и повышению квалификации своих подчиненных, считая этот процесс важным для достижения и сохранения лидерства своей компанией в занятой сфере. Поэтому среди качеств предпринимателя, способствующих успеху, опрошенные отмечали такие, как: одержимость идеей, уверенность в себе, способность подобрать нужную команду, умение рисковать и принимать нужные решения в критической ситуации, коммуникабельность.

Но это отнюдь не опровергает ранее сказанное о том, что сегодняшнее развитие соответствующих групп предпринимателей явно не отвечает потребностям рыночной экономики в нашей стране.

Численность мелких предприятий у нас недостаточна для функционирования экономики в такой большой стране, как Россия – даже на пике развития этого процесса она была недостаточной, а тем более теперь. Вряд ли можно согласиться с мнением, будто в количественном отношении численность малых предприятий в современной России достаточна, что «произошло насыщение рынка в этой сфере» [3] . По мировым стандартам считается, что нормальным является наличие одного малого предприятия на 30-50 человек населения, это значит, что в России их должно быть 4-5 миллионов, в действительности же их во много раз меньше. Например, в Польше работает более 3 млн. предпринимательских структур, а на всей территории России немного более 900 тысяч. Так что даже при самом лучшем расположении России еще очень далеко до мировых стандартов. Тем более, что если рассмотреть динамику, то вырисовывается, как видно, весьма тревожная тенденция: малое предпринимательство не расцветает, а свертывается.

Экономические показатели, характеризующие деятельность малого бизнеса, свидетельствуют о высокой его эффективности и важности для экономики. Вклад мелких предприятий в формировании государственного бюджета весьма велик. По оценкам торгово-промышленнной палаты РФ, ими производится около 30% прибыли, с которой налоги взимаются живыми деньгами, а в некоторых регионах доля малого бизнеса в формировании местных бюджетов достигает 35-40%. Но в то же время доля мелких предприятий в производстве ВВП очень мала по сравнению с другими развитыми и не очень развитыми
странами: не больше 8-10%.

Конкретно роль малого бизнеса проявляется в том, что его развитие способствует созданию новых рабочих мест, внедрению новых товаров и услуг, удовлетворению нужд крупных предприятий, обеспечению специализированными товарами и услугами. Малый бизнес обеспечивает необходимую мобильность в условиях рынка, создает глубокую специализацию и разветвленную кооперацию производства, без чего немыслима его эффективность

Громадное социально-экономическое значение мелкого предпринимательства заключается еще в большей роли, которую он может сыграть в развитии регионов и решении социально-экономических проблем на местах. Деятельность малых и большой части средних предприятий ориентирована в наибольшей мере на удовлетворение местных нужд в товарах и услугах и очень сильно способствует обеспечению занятости населения и наполнению доходной части скудных местных бюджетов. Опыт Англии, например, показывает, что оживление экономики депрессивных районов происходит за счет внутренних ресурсов региона благодаря развитию малых предприятий.

У мелких и средних предпринимателей есть все потенциальные перспективы занять пус тые ниши рынка, не в коей мере не ущемляя деятельности и интересов крупных производств. Однако малый бизнес займет адекватное место в экономике только тогда, когда он станет полноправным сектором экономической структуры и начнет функционировать в истинно рыночном режиме хозяйствования.

Малый и средний бизнес конечно же уступает корпоративному сектору экономики с точки зрения финансовых возможностей, включая доступ к организованному кредиту, кадровому потенциалу, а также по целому ряду других позиций, определяющих конкурентоспособность компании. Следовательно, при всей своей экономической и

социальной значимости, может быть изначально поставлен в неравные условия по сравнению с крупными, а потому нуждается в поддержке государства и общества в целом.

Явно недостаточное развитие малого и среднего бизнеса объясняется также и тем, что существует некоторое недоверие к предпринимательству со стороны общества. Очень важно преодолеть стеореотипы массового сознания, в которых понятия «предпринимательство» и «преступность», «ненадежность» и «необязательность» оказались органически связанными.

Социологический опрос показал, что примерно 62 % респондентов настроены против предпринимательства (кооператоров, арендаторов и других) и только 47 % готовы мириться с их существованием. Это свидетельствует о том, что глубокого поворота в общественном сознании в направление благоприятного отношения к новым реалиям в целом пока еще не произошло.

Кроме того, имеется много трудностей и негативно действующих факторов, которые мелким предпринимателям очень сложно, а порой даже невозможно преодолеть своими силами. Им необходима социальная помощь и поддержка. Если она не будет должным образом организованна, можно предвидеть дальнейшее ослабление их возможностей по решению насущных задач нашего общества. По некоторым направлениям социальная поддержка мелкому предпринимательству может быть осуществлена только федеральными властями, по другим - главную роль могут сыграть властные структуры субъектов федерации.

Поддержка малого и среднего бизнеса со стороны государства может выражаться в различных формах:

- создание льготного налогового режима, способствующего расширению действующих и возникновению новых предприятий;

- создание благоприятных возможностей для получения кредитов и инвестиций через прямые и гарантированные займы;

- обеспечение малых предприятий госзаказами (если возникает в этом необходимость);

- предоставление особых льгот предприятиям, создаваемым в отсталых областях со слабо развитой промышленностью;

- обеспечение возможностей пользования информационными сетями и доступа к базе данных;

- защита предпринимателей от преступных посягательств;

- создание эффективной системы защиты правовой и интеллектуальной собственности не только на средства производства, но и на изобретения, на продукцию, идеи, концепции, методы деловой активности;

- развитие специализированных услуг консультирования, ориентированных на организаторов мелких инновационных предприятий, по вопросам налогообложения, страхования, планирования, маркетинга, ведения отчетности и т.д.

Таким образом, в целях нормального функционирования и развития малого и среднего бизнеса необходимо обеспечение экономических, правовых, организационных, психологических и других условий. Оказывая поддержку мелким предпринимателям, следует в то же время оказывать воздействие со стороны общества и его институтов на эту социальную группу с целью улучшения ее качественных характеристик, оптимизации ее состава и функционирования. Это значит, что необходимо устранять из его состава и из жизнедеятельности разного рода дисфункциональные элементы и проявления и обеспечить прогрессивные сдвиги в профессиональном и духовно нравственном облике предпринимателей.

Успешное развитие предпринимательского слоя в современной России предполагает:

- пополнение его людьми, способными и умеющими организовать производственную и коммерческую деятельность, обладающими такими качествами, как честность, законно послушность, социальная ответственность и т.п., освобождение от людей случайных, неумелых хозяйственников, жуликов;

- ограничение и минимизацию «теневого бизнеса». С его криминализированной частью необходимо развернуть решительную, бескомпромиссную борьбу, а в отношении той его части, которая занимается полезной для общества деятельностью, но уходит от официального учета и налогооблажения, подумать и реализовать меры по ее легализации, перевода в нормальную экономическую систему;

- решение социальных проблем (создание рабочих мест, получение дополнительных доходов и т.д.). Используя силу государственного правового воздействия и общественных организаций, в первую очередь профсоюзов, побуждать владельцев и руководителей малого и среднего бизнеса в их отношениях с наемными работниками строго соблюдать трудовое законодательство, заботиться об улучшении условий труда, не допускать занижения и задержки с выплатой заработной платы;

- включение само настраивающих рыночных механизмов, которые разными путями приводят к улучшению социально – экономической ситуации в стране и различных ее аспектах;

- с помощью сил общественного мнения, как формы государственного стимулирования и общественных предпринимательских объединений, побуждать предпринимателей активно включаться в благотворительную деятельность и меценатскую помощь культуре.

Таким образом, с помощью развития малого и среднего бизнеса предоставляются дополнительные возможности значительно улучшить условия жизнедеятельности значительной части людей, повысить их уровень жизни, здоровья, образовательный и интеллектуальный потенциал, решить острые социальные проблемы. Социальная политика должна стать одним из ключевых элементов в общей экономической стратегии, даже если потребуется срочная локализация отрицательных последствий обвального внедрения рыночных отношений, а малый и средний бизнес может найти в

этой стратегии свое достойное место.

---

[1] Здесь и далее приводятся результаты социологического исследования, проведенного в 2001 году на 17 предприятиях малого и среднего бизнеса под руководством автора данной статьи. В ходе исследования, учитывая небольшое количество работающих, проводился сплошной опрос работников.

[2] Черняков В.В., Чередниченко В.А., Шапиро В.Д. Россияне о предпринимательстве и предпринимателях // Социологические исследования.-1992. - № 10, - С.44.

[3] Космарская Т. Средний класс и социальная политика. //Вопросы экономики. - 1998, №7, С.89