

лями и потребителями в процессе купли-продажи товаров (работ, услуг). Только на рынке проверяется истинная ценность (стоимость) произведенных товаров и услуг: если они не будут проданы, предприниматель не получит планируемой прибыли. Следовательно, рынок есть не только среда (сфера) функционирования предпринимателей, но и важнейший фактор их развития.

В рыночной экономике существует *рынок покупателя*, на котором при определенной стабильности цен на товары предложение превышает спрос. Экономический кризис 1998 г. отрицательно повлиял на платежеспособность потребителей, поэтому в настоящее время в России фактически существует *рынок продавца*, но, к сожалению, не отечественных товаров.

Важнейший обязательный признак рынка — его конкурентный характер. **Конкуренция** — это механизм функционирования предпринимателей, которые сотрудничают между собой, а также с покупателями. Конкуренция — это состязательность хозяйствующих субъектов, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможность каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения на соответствующем товарном рынке.

Предприниматель может добиться успеха, когда научится своевременно и правильно оценивать рыночные возможности своего предприятия, производить только необходимые субъектам рынка товары с наименьшими издержками, притом необходимого качества. Предприниматели будут добиваться успеха, когда будут предлагать товары и услуги, необходимые субъектам рынка, то есть хорошо знать конъюнктуру рынка.

Предпринимательский успех зависит от **внутренней предпринимательской среды** — определенной совокупности внутренних условий функционирования предприятия. Она зависит от самого предпринимателя, его компетентности, силы воли, целеустремленности, уровня притязаний, умений и навыков в организации и ведении бизнеса.

К внутренней предпринимательской среде относятся следующие факторы: наличие собственного капитала, выбор организационно-правовой формы предприятия, выбор предмета деятельности, подбор команды партнеров, знание рынка и квалифицированное проведение маркетинговых исследований, подбор и управление персоналом, его материальное стимулирование.

Большое значение имеет разработка обоснованного бизнес-плана, расчет последствий наступления предполагаемых рисков, внедрение новых технологий, диверсификация деятельности, разработка и внедрение обоснованной стратегии управления фирмой, четкое соблюдение предпринимателем и наемными работниками законов и нормативных актов, регулирующих деятельность данного вида бизнеса или соответствующей организационно-правовой формы предпринимательской организации.

Глава 29

МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

§ 29.1. СУЩНОСТЬ И КРИТЕРИИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Малое предпринимательство — это предпринимательская деятельность, осуществляемая субъектами рыночной экономики по установленным законами критериям (показателям), констатирующим сущность понятия. Основным критерием в первую очередь является средняя численность работников, занятых в отчетный период на предприятии. В литературе под малым предпринимательством понимается деятельность, осуществляемая относительно небольшой группой лиц, или предприятия, управляемые одним собственником.

По данным Всемирного банка, общее число показателей, по которым предприятия относятся к субъектам малого предпринимательства (бизнеса), превышает пятьдесят. Наиболее часто применяемые критерии: средняя численность занятых на предприятии работников, размер уставного капитала, ежегодный оборот и величина активов. Однако почти во всех развитых странах первым критерием отнесения предприятий к субъектам малого предпринимательства является **численность работающих**. В Европейском сообществе к малым предприятиям относятся предприятия, где количество занятых работников не превышает пятидесяти человек, годовой оборот составляет менее 40 млн. евро, а сумма баланса — 27 млн. евро. При определении мер поддержки субъектам предпринимательства на уровне ЕС могут применяться и другие показатели.

Как показывает мировая практика, малое предпринимательство играет большую роль в экономике любых стран, даже развитых.

Можно назвать следующие преимущества малого предпринимательства: более быстрая адаптация к местным условиям, гибкость и оперативность в принятии решений, относительно невысокие расходы на управление, более низкая потребность в первоначальном капитале и способность быстро вносить изменения в процесс производства в соответствии с требованиями рынков, относительно более высокая оборачиваемость собственного капитала, ши-

рокое использование местных материальных и трудовых ресурсов и др.

Собственники малых предприятий склонны к сбережению средств, у них всегда больший уровень достижения успеха. Субъекты малого предприятия лучше знают уровень спроса на местных рынках, дают средства к существованию большому числу наемных работников, способствуют занятости работников, содействуют подготовке профессиональных кадров и т. п.

Однако субъектам малого предпринимательства свойственны и определенные недостатки: более высокий уровень риска; зависимость от крупных компаний; слабая компетентность руководителей; трудности в заимствовании дополнительных финансовых средств и получении кредитов; неуверенность и осторожность хозяйствующих партнеров при заключении договоров (контрактов) и др. Недочеты и неудачи в деятельности субъектов малого предпринимательства могут быть обусловлены как внутренними, так и внешними причинами, условиями функционирования малых предприятий. Как показывает опыт, большинство неудач малых предприятий связано с менеджерской неопытностью или профессиональной некомпетентностью собственников малых и средних предприятий.

В регулярно проводимых опросах в среде малых бизнесменов США главными причинами неудач деятельности малых предприятий чаще всего называют:

- ♦ некомпетентность;
- ♦ несбалансированный опыт (например, опытный инженер, но неопытный коммерсант);
- ♦ нехватка опыта в коммерции, финансах, поставках, производстве, управлении в единоличных формах владения и в товариществах, неумение заводить и поддерживать деловые связи и контакты.

Другими причинами банкротств малых фирм являются:

- ♦ запущенность бизнеса;
- ♦ плохое здоровье или вредные привычки;
- ♦ катастрофы, пожары, воровство;
- ♦ мощничество.

Фирмы, долго существующие при одном владельце, приносят более высокий и стабильный доход, чем фирмы, которые часто меняют владельцев. Американская статистика показывает, что владельцы малых предприятий — женщины — более удачливы в бизнесе, чем мужчины. В ходе исследований отмечается, что преуспевают те предприниматели, которые много работают, но не переходят за рамки здравого смысла.

На неудачах малого бизнеса сказывается невысокая квалификация предпринимателей. Предприниматели, уже накопившие опыт ведения дел в маленьких фирмах, как правило, более удачливы. Если в управлении фирмы участвует не один человек, а предпринима-

тельская команда состоит из 2—4 лиц, шансы на выживание выше, поскольку коллективное принятие решения более профессионально.

На живучести малых предприятий сказываются и размеры финансирования на первом этапе: чем больше вложенный первоначальный капитал, тем больше возможностей выжить в кризисные периоды.

§ 29.2. РОЛЬ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ЭКОНОМИКЕ

Малые предприятия имеют важное социально-экономическое значение. По уровню развития малого предпринимательства специалисты даже судят о способности страны приспосабливаться к меняющейся экономической обстановке. Для России, находящейся на начальном этапе развития рыночных отношений, именно создание и развитие сектора малого предпринимательства должно стать основой социальной реструктуризации общества, обеспечивающей подготовку населения и переход всего хозяйства страны к рыночной экономике.

По роли в развитии экономики, решении социальных задач малое предпринимательство России значительно уступает малому предпринимательству в таких развитых странах, как США, Япония, ФРГ, Франция и др. В России доля малых предприятий в общем числе предприятий составляет 30,7%, тогда как в странах ЕЭС только микропредприятия составляют 90%. В табл. 29.1 представлены данные Госкомстата РФ о доли малых предприятий в основных экономических показателях России в 1999 г.¹

Таблица 29.1. Доля малых предприятий в основных экономических показателях России в 1999 г.

Показатель	Доля малых предприятий, %
Средняя численность работников	12,8
Средняя численность внешних совместителей	42,7
Средняя численность работников, выполняющих работы по договорам гражданско-правового характера	31,5
Выпуск товаров и рыночных услуг	6,2
Инвестиции в основной капитал	2,7
Объем платных услуг населению	4,8

На 1 января 2000 г. число малых предприятий по отраслям экономики распределялось следующим образом (от общей численности всех предприятий, %): торговля и общественное питание

¹ Лапуста М. Г., Поршнев А. Г. и др. Предпринимательство: Учебник. — М.: ИНФРА—М, 2002. — С. 140—143.

— 44,9; строительство — 15,3; промышленность — 15,3; наука и научное обслуживание — 4,2; общая коммерческая деятельность по обеспечению функционирования рынка — 4,1; другие отрасли экономики — 16,2.

За последние годы число малых предприятий не увеличилось. Если на конец 1994 г. их численность составляла 896,9 тыс., то на начало 2000 г. — 890,6 тыс. Снизилось число малых предприятий в строительстве, информационно-вычислительном обслуживании, науке и научном обслуживании и в других отраслях. К сожалению, за последние годы сократилась и численность работающих на малых предприятиях. Если в 1997 г. средняя численность работников, занятых на малых предприятиях, составила 8639,2 тыс., то на начало 2000 г. — 7543,4 тыс. человек. Из них среднесписочная численность работников составляла 6485,8 тыс. человек, средняя численность совместителей — 647,8 тыс. и средняя численность работающих по договорам гражданско-правового характера — 409,8 тыс. человек. Характерно, что за последние годы сократилась средняя численность работающих на одном малом предприятии страны — с 10 человек в 1996 г. до 9 человек на начало 2000 г.

За последние годы несколько увеличился объем продукции (работ, услуг), произведенной малыми предприятиями. Так, в 1999 г. малые предприятия произвели продукции (работ, услуг) на сумму 423 711,6 млн. руб., в том числе в промышленности — 130 287,3 млн., в строительстве — 96 872,8 млн., в торговле и общественном питании — 107 426,1 млн. руб. К сожалению, не уменьшается количество убыточных малых предприятий, удельный вес которых к общему числу малых предприятий составил в 1999 г. 35,2%, но нужно отметить, что убыточных крупных и средних предприятий несколько больше (в 1997 г. — 50,1%, в 1998 г. — 53,2, в 1999 г. — 40,8%).

Развитие малого предпринимательства способствует успешному решению следующих проблем:

- ♦ формирование конкурентных цивилизованных рыночных отношений;
- ♦ расширение ассортимента и повышение качества товаров, работ, услуг;
- ♦ приближение производства товаров и услуг к конкретным потребителям;
- ♦ содействие структурной перестройке экономики;
- ♦ привлечение личных средств населения для развития производства;
- ♦ создание дополнительных рабочих мест, сокращение уровня безработицы;
- ♦ более эффективное использование творческих способностей людей, раскрытие их талантов, освоение различных видов ремесел, народных промыслов;

- ♦ вовлечение в трудовую деятельность отдельных групп населения;
- ♦ формирование социального слоя собственников, владельцев предприятий (фирм, компаний);
- ♦ активизация научно-технического прогресса;
- ♦ освоение и использование местных источников сырья и отходов крупных производств;
- ♦ содействие улучшению деятельности крупных предприятий путем изготовления и поставки комплектующих изделий и оснастки;
- ♦ освобождение государства от низкорентабельных и убыточных предприятий за счет их аренды и выкупа.

§ 29.3. ПРИЧИНЫ, ТОРМОЗЯЩИЕ РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Анализ сложившейся в стране предпринимательской среды позволяет выделить ряд причин, тормозящих поступательное развитие в России малого предпринимательства:

- ♦ сложная финансовая и экономическая обстановка в стране: инфляция, спад производства, разрыв хозяйственных связей, ухудшение платежной дисциплины, высокий уровень процентных ставок, слабая правовая защищенность предпринимателей;
 - ♦ низкий уровень экономических и правовых знаний предпринимателей, отсутствие должной деловой этики, хозяйственной культуры как в бизнесе, так и в государственном секторе;
 - ♦ негативное отношение определенной части населения, связывающей предпринимательство напрямую только с куплей-продажей;
 - ♦ неотработанность организационных и правовых основ регулирования предпринимательства на региональном уровне;
 - ♦ слабость действия механизма государственной поддержки малого предпринимательства;
 - ♦ резкое повышение цен на все факторы производства в результате финансово-экономического кризиса 1998 г., катастрофическое снижение покупательной способности населения.
- Экономическая ситуация негативно воздействует на малое предпринимательство по всем направлениям. Уровень инфляции и рост цен на все факторы производства ставят многие малые предприятия на грань банкротства. В первую очередь, предприятия, функционирующие в сфере производства отечественных товаров и бытовых услуг для населения, потребляющих сырье, материалы, стоимость которых постоянно растет. Сложившиеся экономические условия подрывают стимулы к предпринимательской деятельности, ослабляют предпринимательский настрой.

Так, обобщая результаты социологических опросов по вопросам развития малого предпринимательства, в аналитическом докладе, подготовленном Российской ассоциацией развития малого предпринимательства на тему «Малый бизнес России. Проблемы и перспективы», сформулированы следующие основные проблемы малого бизнеса в России:

- ♦ налоги;
- ♦ законодательство;
- ♦ инфляция;
- ♦ экономическая ситуация в целом;
- ♦ поставки, дефицит;
- ♦ трудности получения ссуды и высокая ставка за кредит;
- ♦ неплатежеспособность партнеров, клиентов;
- ♦ несовершенство банковской системы;
- ♦ политическая ситуация;
- ♦ бюрократия;
- ♦ недостаток производственных площадей, офисов;
- ♦ действия правительства, властей;
- ♦ коррупция, взятки;
- ♦ недостаток материальной базы;
- ♦ финансовая политика государства;
- ♦ действия Центрального банка России;
- ♦ сбыт, поиск клиентов, потребителей;
- ♦ высокие цены на сырье и материалы;
- ♦ монополия государства, государственных предприятий;
- ♦ разрыв экономических связей;
- ♦ недостаток культуры, опыта;
- ♦ необязательность партнеров;
- ♦ проблемы собственности;
- ♦ кадровые проблемы;
- ♦ недостаток собственных средств и др.

Перечисленные проблемы, с которыми сталкиваются отечественные предприниматели, свидетельствуют, что пока не сформированы условия, необходимые для развития предпринимательства вообще, и малого в частности, несмотря на активную роль последнего в экономике.

По данным проведенного Институтом стратегического анализа и развития предпринимательства опроса руководителей малых предприятий, свыше 80% его участников отметили, что они нуждаются в государственной поддержке своей деятельности, а 70% — что им нужны надежные законодательные гарантии. Анализ подтверждает, что около 75% малых предприятий постоянно нуждаются в прямой финансовой поддержке со стороны федеральных, региональных и местных органов власти; в предоставлении налоговых льгот — около 83%; в получении льготных кредитов для осуществления конкретных проектов — 57% малых предприятий.

Глава 30

ФОРМЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

§ 30.1. ИНФРАСТРУКТУРА ПОДДЕРЖКИ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Развитие малого предпринимательства во многом зависит от его поддержки как на уровне государства, так и на региональном уровне. Это положение справедливо и в отношении туризма.

В Российской Федерации сложилась определенная инфраструктура поддержки и развития малых предприятий на федеральном уровне и на уровне субъектов федерации. К **федеральным органам**, осуществляющим регулирование развития малого предпринимательства, относятся: Президент РФ, Федеральное Собрание РФ, Правительство РФ, федеральные министерства, службы, государственные комитеты. В реализации федеральных комплексных программ поддержки и развития малого предпринимательства принимают участие следующие федеральные министерства: экономики, финансов, по налогам и сборам, труда и социального развития, развития конкуренции и поддержки предпринимательства, юстиции, общего и профессионального образования и др.

На федеральном уровне непосредственное участие в поддержке развития малого предпринимательства осуществляет Федеральный фонд поддержки малого предпринимательства, который фактически организует финансовое обеспечение федеральной политики в области государственной поддержки малого предпринимательства. Часть средств фонда используется на поддержку туристского бизнеса.

Большую роль в развитии малого инновационного предпринимательства играет федеральный Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере, который создан Постановлением Правительства РФ 3 февраля 1994 г. Значительное место в инфраструктуре предпринимательства принадлежит Российской торгово-промышленной палате, ассоциациям (союзам) предпринимателей.

Планомерную работу по подготовке кадров для малого предпринимательства осуществляют высшие учебные заведения стра-