

Тилек кызы А., Арымбаев А.Ж.

ИЭМ ЫГУ им.К.Тыныстанова

ВЛИЯНИЕ ОБЩИХ И СПЕЦИФИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ СРЕДЫ НА ПОЛОЖЕНИЕ И РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА

Даная статья рассматривает развитие экономики и положение мелких предприятий в рыночной экономике Кыргызской Республики, факторы, влияющие на развитие малого бизнеса, состояние малого среднего бизнеса и предлагаются программы для развития малого бизнеса.

Общее и особенное – это философские категории, предназначенные для более углубленного изучения субъекта исследования. Когда мы говорим об общем, то имеем в виду те закономерности, которые присущи развитой рыночной экономике вообще и которые действуют во всех странах. Когда мы говорим об особенном, то имеем в виду ту специфику, которая присуща данной стране, исходя из особенностей ее истории, традиций, политического строя и т.п.

Рассмотрим четыре группы факторов, влияющих на развитие малого бизнеса:

1. Состояние экономики и рыночной конъюнктуры.
2. Наличие соответствующей инфраструктуры.
3. Политика государства в отношении малого бизнеса.
4. Влияние социальной среды.

Говоря о первой группе факторов, необходимо, прежде всего, отметить циклическое развитие экономики – подъемы, сменяющиеся спадами, кризисы – оживлениями, и это оказывает влияние не только на экономику в целом, но и на положение мелких предпринимателей.

Наибольший всплеск малого бизнеса приходится на периоды оживления и подъема экономики. Именно в этот период растет производство, растут доходы и заработная плата, увеличивается спрос, а с ним и цены, а, значит, и предложение благ. Благоприятная конъюнктура приводит к расширению рынка, на котором находится место и для малого бизнеса. Малый бизнес активизируется в периоды спадов и кризисов. В этот период начинается сокращение производства, множество предприятий терпят банкротство, крупные фирмы, испытывающие существенную недогрузку производственных мощностей, увольняют своих рабочих. Напряжение на рынке труда растет. В таких условиях люди видят для себя единственный выход - создать собственное дело. Обычно это очень мелкие предприятия, состоящие из самого владельца и членов его семьи, поэтому они быстро разоряются или прекращают свою деятельность, когда владелец находит себе работу.

Число малых и средних предприятий по территории Кыргызской Республики на 2002-2006 годы¹

	2002	%	2003	%	2004	%	2005	%	2006	%
<u>Кыргызская Республика</u>	8579	100	7759	100	8089	100	8485	100	8471	100
Малые предприятия	7555	88,1	6893	88,8	7298	90,2	7729	91,1	7689	90,8
Средние предприятия	1024	11,9	866	11,2	791	9,8	756	8,9	782	9,2
<u>Баткенская область</u>	199	2,3	177	2,3	182	2,2	191	2,3	208	2,5
Малые предприятия	150	1,7	141	1,8	152	1,9	167	2,0	188	2,2
Средние предприятия	49	0,6	36	0,5	30	0,3	24	0,3	20	0,3
<u>Жалалабатская область</u>	461	5,5	427	5,4	436	5,4	440	5,2	389	4,6

¹ Национальный статистический комитет Кыргызской Республики. Малое и среднее предпринимательство в Кыргызской Республике 2001-2005. - Б. -2006 С. 8.

Малые предприятия	351	4,2	324	4,1	356	4,4	376	4,4	322	3,8
Средние предприятия	110	1,3	103	1,3	80	1,0	64	0,8	67	0,8
<u>Иссыккульская область</u>	408	4,8	354	4,5	336	4,1	329	3,9	308	3,6
Малые предприятия	328	3,8	297	3,8	285	3,5	279	3,3	259	3,0
Средние предприятия	80	0,9	57	0,7	51	0,6	50	0,6	49	0,6
<u>Нарынская область</u>	155	1,8	144	1,9	140	1,7	145	1,7	152	1,8
Малые предприятия	125	1,5	130	1,7	123	1,5	128	1,5	135	1,6
Средние предприятия	30	0,3	14	0,2	17	0,2	17	0,2	17	0,2
<u>Ошская область</u>	298	3,5	283	3,6	336	4,2	379	4,5	324	3,8
Малые предприятия	244	2,8	239	3,1	299	3,7	344	4,1	290	3,4
Средние предприятия	54	0,6	44	0,5	37	0,5	35	0,4	34	0,4
<u>Таласская область</u>	123	1,5	116	1,4	124	1,5	144	1,7	147	1,7
Малые предприятия	106	1,3	98	1,2	104	1,3	125	1,5	129	1,5
Средние предприятия	17	0,2	18	0,2	20	0,2	19	0,2	18	0,2
<u>Чуйская область</u>	1277	14,9	1224	15,8	1072	13,3	1013	11,9	893	10,5
Малые предприятия	1059	12,3	1051	13,5	916	11,3	874	10,3	744	8,8
Средние предприятия	218	2,5	173	2,2	156	1,9	139	1,6	149	1,7
<u>г.Бишкек</u>	4909	57,2	4352	56,1	4718	58,3	5160	60,8	5406	63,8
Малые предприятия	4537	52,9	4011	51,7	4382	54,2	4808	56,7	5030	59,4
Средние предприятия	372	4,3	341	4,4	336	4,1	352	4,1	376	4,4

Как показано в таблице, по данным Национального статистического комитета Кыргызской Республики в 2002 году в республике было создано 8579 малых предприятий в 2005 году - 8485 и в 2006 году - 8471 тыс. малых предприятий. Наибольшее количество малых и средних предприятий создано в г.Бишкек в 2002 году 4909, в 2005 году- 5160 и в 2006 году – 5406 тыс. В Чуйской области в 2002 году создано 1277, в 2004 году – 1072, в 2005 году – 1013 и в 2006 году – 893 тыс. предприятий. Наименьшее количество созданных предприятий в Нарынской и Таласской областях. В Нарынской области в 2002 году было создано 155 малых и средних предприятий, в последующие годы их количество стало уменьшаться, так в 2003 году –144, в 2004 г. – 140 и в 2006 году –152 тыс. предприятий. В Таласской области в 2002 году функционировало 123, в 2004 году – 124, в 2005 году – 144 и в 2006 году 147 тыс. малых и средних предприятий.

В 2006 году в республике функционирует 8,5 тысяч малых средних предприятий, 163,1 тыс. физических лиц заняты индивидуальной трудовой деятельностью. Наибольшее количество малых средних предприятий сконцентрировано в торговле, по ремонту автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования (33,6%, 22,5% и 19,2% соответственно) промышленности (23,5%), операции с недвижимым имуществом, аренде и предоставлении услуг потребителям (17% и 12,8%).

В 2006 году в сфере малого среднего предпринимательства было занято 247,3 тыс. человек без крестьянских фермерских хозяйств, что составило 12,8% от численности занятого населения. Так, по сравнению с 2002 годом численность занятых увеличилась на 9,8%, а с 2005 - на 4,7%. Списочная численность работников малого среднего предпринимательства в 2006 году насчитывалась 84,2 тыс. человек.

Кроме фазы цикла на развитие малого бизнеса воздействует общее состояние экономики: уровень инфляции, доступ к кредиту, величина ставки процента и др.

Вторая группа факторов связана с наличием специфической инфраструктуры для малого бизнеса. Специфика малого бизнеса состоит в том, что в силу своего размера и финансового состояния эти предприятия не могут воспользоваться услугами крупных банков, страховых компании, инвестиционных фондов на рыночных условиях.

Издержки обслуживания крупного и малого бизнеса по кредиту или страхованию мало отличаются по общей сумме, но для малого бизнеса – это недоступные затраты. К тому же крупные банки и страховые компании часто просто не хотят иметь дело с мелкими предприятиями. Поэтому от государства требуется создание

специализированных учреждений, которые бы выступали гарантом для небольших частных банков, кредитных и других учреждений, которые бы обслуживали малый бизнес.

Для успешного развития малого бизнеса жизненно необходимо и наличие производственной инфраструктуры, т.е. доступности материально-технических и трудовых ресурсов – иначе говоря, факторов производства, без которых невозможно начать собственное дело. Изыскание таких ресурсов для малого бизнеса затруднено тем, что отсутствует информация об их наличии, порядке и условиях доступа, сложна процедура поиска и доступа к этим ресурсам. Все это ведет к росту транзакционных издержек и потере времени.

Не менее важное значение для малого бизнеса имеет и инновационная инфраструктура, без которой невозможно развитие малого инновационного бизнеса. А это инкубаторы, технопарки, технополисы, т.е. сеть специализированных учреждений, способных предоставить малому бизнесу необходимые условия для развития по разумным ценам. Кроме перечисленного нужны специализированные учреждения для малого бизнеса, которые бы занимались изучением конъюнктуры на различных рынках, обучали самих предпринимателей и их персонал, давали советы и рекомендации по различным вопросам.

Для Кыргызской Республики инновационный бизнес особенно важен, поскольку выход на традиционные рынки из-за сильной конкуренции затруднен, к тому же только развивая инновационный бизнес, можно предотвратить утечку мозгов. Трудности в том, что у нас нет финансовых средств для рискованного финансирования, нет таких источников, как крупные частные инвесторы, страховые и пенсионные фонды, крупнейшие банки, которые на Западе охотно вкладывают свои капиталы в инновационный бизнес.

Третий фактор – это политика государства по отношению к малому бизнесу, которая может способствовать развитию последнего и препятствовать ему. Речь идет не о формальных правилах, которые государство устанавливает и которые также влияют на развитие малого бизнеса, а именно об экономической политике государства.

В США еще в XIX в. Общество встало на защиту слабых, приняв первый антитрестовский закон, а в 1953г. была создана Администрация по делам малого бизнеса при президенте США.

Европейские же страны после Второй мировой войны, восстанавливая свою экономику, поддерживали крупный бизнес, способствовали становлению национальных ТНК, которые могли бы конкурировать с американскими ТНК, захватившими мировые рынки.

Много примеров отношения государства к мелким предпринимателям есть и в российской истории. Так, в период становления советской системы в 1920 г. декретом ВСНХ были национализированы все промышленные предприятия с числом занятых более 5 человек, но во времена нэпа государство снова допустило мелкий частный бизнес, чтобы с его помощью ликвидировать дефицит товаров народного потребления, а с началом первой пятилетки частный бизнес был полностью запрещен и преследовался в уголовном порядке вплоть до конца 1980-х годов.

Четвертая группа факторов связана с влиянием социальной среды, под которой понимаются отношение к бизнесу вообще и к малому бизнесу в частности, культурные и национальные традиции, престижность бизнеса в глазах населения.

В США, например, любой, даже самый маленький бизнес считается престижным. В европейских же странах престижность связывается с крупным бизнесом, как в Великобритании, или с другими сферами деятельности, как во Франции, где престижной является банковско-финансовая сфера. В России в начале перестройки отношение к первым предпринимателям было очень негативным.

Говоря о роли малого бизнеса в рыночной экономике Кыргызской Республики, можно отметить следующие его преимущества: быстрая адаптация к местным условиям хозяйствования, значительная независимость действий субъектов малого

предпринимательства от воздействий внешних и внутренних факторов, гибкость и оперативность в принятии и выполнении решений, относительно невысокие расходы, особенно затраты на управление, возможность для индивидуума реализовать свои идеи, способности, более низкая потребность в капитале, способность быстро вводить изменения в продукцию и производство в ответ на требования местных рынков, более высокая оборачиваемость собственного капитала и т.д. Малое предпринимательство располагает значительными конкурентными преимуществами по сравнению с крупным, оно широко использует местные материальные и трудовые ресурсы. Субъекты малого предпринимательства лучше знают уровень спроса местных рынков, часто товары производят по заказу конкретных потребителей, дают средства к существованию большему количеству людей, чем крупные предприятия, тем самым содействуют подготовке профессиональных работников и распространению практических знаний.

Учитывая значимость предпринимательства в осуществляемых реформах переходного периода и в становлении рыночных отношений, в целом, деятельность государства должна быть направлена на создание следующих условий:

- стабильность государственной, экономической и социальной политики, их обоснованность и твердая политическая воля руководства страны в их реализации;
- преодоление идеологических догм по отношению к зарождающимся новым формам хозяйствования, классу собственников, особенно среднему;
- организация и обеспечение конструктивного сотрудничества государственного и негосударственного секторов;
- сочетание различных форм хозяйствования, обеспечение правовой базы их функционирования;
- формирование инфраструктуры, обеспечивающей эффективное функционирование рыночной экономики;
- активизация инновационной деятельности в научно-технической сфере;
- поддержка малого предпринимательства в науке и научном обслуживании высшей школы;
- на базе ведущих вузов создание системы комплексной поддержки инновационной деятельности в сфере науки;
- обеспечение телекоммуникационной связи инновационных центров, обмен базами данных;
- формирование системы электронных торгов.

Литература

1. Рубе В.А. Институциональные аспекты организации малого бизнеса в развитых странах и в России. –Москва: ИНФРА-М. 2004.
2. Национальный статистический комитет Кыргызской Республики. Малое и среднее предпринимательство в Кыргызской Республике 2001-2005. - Б., 2006
3. Койчуев Т. Экономика переходного периода. – Бишкек: Илим, 1995.
4. КОР (НССБ) ЦРТ: Статистические показатели развития Кыргызской Республики и ее регионов. Национальный статический комитет Кыргызской Республики. - Б. -2006, выпуск -3.
5. Агеев А. Предпринимательство: стратегия нового поколения //Мировая экономика и международные отношения. – 1991-№ 3.
6. Турсунова С.А. Становление и развитие предпринимательства в Кыргызстане – Бишкек, 1996.