

СИЛА И СЛАБОСТЬ МАЛОГО БИЗНЕСА

В статье указывается актуальность развития малого бизнеса, особенно на региональном уровне. И с научной точки зрения определены ее преимущества и недостатки.

Неумолимо время. Идет уже второй год реализации Комплексных основ развития до 2010 года - Международный год гор.

Среди основных проблем и задач, заложенных в КОР-2010 приоритетное значение придается развитию малого бизнеса.

На объективную необходимость активизации этой работы, особенно на местах, указал Президент нашего государства А.А. Акаев на недавно состоявшемся национальном Форуме по преодолению бедности с участием вновь избранных глав местного самоуправления.

Малый бизнес представляет тот сектор национальной экономики, развитие которого может оказать едва ли не решающее воздействие на наше будущее, ибо движение нашей страны, региона к рынку происходит не слишком гладко.

Поэтому данная проблема представляет не только научный интерес, но и непреходящую практическую ценность, особенно в подъеме духа предпринимательства.

Наша задача сложная - раскрыть и проанализировать сильные и слабые стороны малого бизнеса, которая меняется под воздействием многих факторов: экономических, политических, научно-технических, внутренних и внешних. Эти изменения приводят к качественным изменениям самого малого бизнеса и его роли в национальной и региональной экономике.

Однако было бы неверно слишком преувеличивать роль малого бизнеса и преуменьшать роль крупного производства, как это усиленно делается в последнее время, что не соответствует реальной действительности. На наш взгляд, наиболее плодотворное решение проблем малого бизнеса надо искать в непосредственной связи с крупным производством и государством.

Малый бизнес развивается не изолированно. Большое влияние оказывает на него те условия к которым он вынужден приспособливаться в той или иной стране, в тот или иной период времени, в том или ином регионе. С этих позиций можно выделить общие и специфические условия для развития малого бизнеса.

Общие условия связаны с влиянием на него внешней среды - состояние экономики, рыночной конъюнктуры, социальной среды, наличия соответствующей инфраструктуры, отношения к нему государства. Но в каждой стране эти условия преломляются по разному, с чем и связана специфика развития малого бизнеса в национальной экономике.

Но особенности развития малого бизнеса зависят не только от специфики страны, но и от той сферы экономики, в которой они действуют.

Огромное значение для развития малого бизнеса имеет политика государства и ее реализация на местах. Она может создать как благоприятную, так и неблагоприятную среду для развития малого бизнеса. В настоящее время правительства большинства развитых стран поддерживают развитие малого бизнеса. Эта поддержка проявляется в организации СЭЗ (свободных экономических зон), в

предоставлении налоговых льгот и льготных кредитов или гарантий по ним, в обеспечении определенного процента государственных заказов, а также организации информационной, консультационной, научно-технической и другой помощи.

На региональном уровне - в областном масштабе, разработана и реализуется специальная комплексная Программа по развитию малого бизнеса.

Следует заметить, в нынешних условиях, прежде всего изменилась парадигма развития экономики. Приоритет с количественных показателей, определяющих значимость размера предприятия, переходит к качественным показателям, характеризующим сам продукт, услугу, новшество. В этих условиях жесткие структуры экономических гигантов оказываются в проигрыше по сравнению с гибкостью небольших фирм, способных мгновенно реагировать на малейшие изменения конъюнктуры, потребительского спроса, удовлетворять вновь возникающие потребности и, таким образом, закреплять за собой определенные сегменты рынка и определенный круг клиентов.

Во-вторых, рациональную роль в смене приоритетов сыграл новый этап НТП, который развернулся в середине 70-х годов. Он не только усилил специализацию производства, снизил во многих отраслях оптимальные размеры предприятий, привел к большой индивидуализации спроса, предлагая огромную номенклатуру изделий и услуг, но, и самое главное, - дал малому бизнесу необходимую технику, технологию. Это микропроцессоры, миниоборудование и другое.

Наконец, изменилась и психология потребителя. Он весь больше отходит от стандартов, не хочет носить одинаковую одежду, иметь одинаковые машины, мебель и т.д. Происходит дифференциация спроса и индивидуализация потребления.

Для развития малого бизнеса очень важно не только наличие благоприятной экономической, но и социальной среды, благожелательного отношения к бизнесу вообще и к малому бизнесу в частности. Так, где занятие бизнесом считается престижным, любое собственное дело - даже самое крошечное - почетным, такая среда существует. Исследования западных специалистов мотиваций студенческой молодежи показало, что более 30% студентов Гарварда хотят и надеются создать собственное дело.

А каковы же намерения наших студентов?

Пока у нас преимущественно неблагоприятная социальная среда - это негативное отношение и непрестижность бизнеса, особенно малого, когда успех бизнесмена вызывает зависть и агрессивность окружающих, а неудача - приравнивается к позору.

Ныне наш национальный, а тем более региональный рынок представляет не самую благоприятную среду для деловых начинаний, однако, искусство предпринимательства в том и состоит, чтобы использовать себе на пользу не только преимущества, но и трудности, превращать поражение в победу.

Экономическая нестабильность увеличивает риск, она же повышает шансы того, кто умеет правильно оценить ситуацию, прогнозировать потери и прибыли.

Численность мелких предприятий во всех странах достаточно велика и в процентном отношении колеблется от 95% до 99,8%, но это еще не о чем не говорит. Если руководствоваться экономической литературой, то общепринято, что малый бизнес в наибольшей мере распространен в таких странах как Япония, Италия, Франция, средне развит в таких странах как США и относительно менее развит в Великобритании. Но, если мы посмотрим на показатель количества мелких

предприятий в расчете на тысячу жителей, то увидим на первом месте США - более 74 предприятий, затем Италию - 68, и Японию - 49,6 предприятий.

Показательна и доля мелких фирм. В общей численности занятых здесь впереди Япония (78%) и Италия (73%) - классические страны малого бизнеса.

Развитие малых предприятий должно способствовать быстрому насыщению рынка товарами и услугами по преодолению отраслевого и регионального монополизма, расширению конкуренции, внедрению достижений научно-технического прогресса, повышению экспортного потенциала. Они позволяют расширить сферу приложения труда, создать новые возможности для трудоустройства незанятого населения и высвобождаемых работников с неэффективно действующих предприятий. Уже из одного представленного перечисления видно, какая большая надежда возлагается на малое предпринимательство.

На наш взгляд, изучая проблему становления малого бизнеса, можно определить следующие функции малого бизнеса в рыночной экономике. Малый бизнес:

- придает рыночной экономике необходимую гибкость;
- Обеспечивает динамичность инновационных процессов;
- мобилизует значительные финансовые и производственные ресурсы населения;
- вносит вклад в формирование конкурентной среды;
- осуществляет прорыв по ряду важнейших направлений научно-технического прогресса;
- решает проблемы занятости;
- расширяет налогооблагаемую базу;
- смягчает социальную напряженность и способствует демократизации рыночных отношений, формированию среднего класса.

Такой глубокий, вдумчивый анализ позволяет также определить, что крайне важны практические достоинства малого бизнеса:

1. Независимость действий. В большинстве малых предприятий управленческая иерархия отсутствует, что дает экономическую свободу действий энергичному, профессиональному и инициативному предпринимателю.

2. Возможность более гибких и оперативных решений. В отличие от крупного бизнеса, где существует сложная структура принятия управленческих решений, мелкий бизнес быстро и оперативно реагирует на конъюнктурные изменения и неожиданные обстоятельства, что особенно часто связано с модой и изменениями в предпочтениях потребителей.

3. Быстрая адаптация к особенностям местных условий. Как правило, мелкие предприниматели работают на местном рынке, хорошо знают обычаи, привычки, традиции и предпочтения своих потребителей. Поэтому есть немало случаев, когда успешно действующие на национальном рынке фирмы не могут конкурировать с местными фирмами.

4. Сильные симпатии к малому бизнесу. Малый бизнес ассоциируется с мечтой о богатстве, о приятной жизни, поэтому в общественном мнении преобладают симпатии к малым формам, а критические оценки чаще адресованы большому бизнесу.

5. Долгосрочные выгоды. Вкладывая средства в свою фирму, предприниматель надеется в случае успешного ведения дела легко и выгодно продать его.

6. Совмещение нескольких профессий. Немало людей предпочитают быть в одном лице мастером на все руки. И малый бизнес дает им эту возможность. Привлекает творческий характер работы, дух новаторства.

7. Сохранение предпринимательского духа. Инновационный, предпринимательский дух преобладает в небольших фирмах, особенно в перспективных современных отраслях, таких как электроника, ценная инженерия, компьютеры.

Убедительным примером высокой экономической эффективности воздействия малого бизнеса на оживление региональной экономики можно считать успешную работу фермерского хозяйства «Сары-Камыш» Ак-Суйского района, совместно кыргызско-швейцарского предприятия «Сут-Булак» Тюпского района, акционерного общества «Ак-Жалга» Джеты-Огузского района, малое предприятие «Төштүк» г. Каракол.

Вместе с тем, чтобы развеять сладкие романтические мечты любителей показать серьезность, сложность, рискованность бизнеса нужно прямо указать и на практические недостатки малого бизнеса:

1. Трудности привлечения профессиональных работников. По сравнению с крупными малые фирмы не могут нанимать наиболее эффективных, квалифицированных и опытных работников, поскольку не в состоянии выплачивать им адекватную заработную плату. Кроме того, малые фирмы не гарантируют им социальную защищенность, не обеспечивают качественную профессиональную подготовку, не всегда могут оплачивать отпуск и производить отчисления в пенсионный фонд. Продвижения по служебной лестнице в малой фирме ограничены, к тому же работа здесь менее престижна, чем в крупных.

2. Недостаточная компетентность менеджеров В развитых странах, чтобы начать малый бизнес, необходимо иметь хотя бы немного капитала и преодолеть незначительные бюрократические препятствия. Это привлекает многих людей с недостаточным образованием и отсутствием практического опыта, но в то же время людей с энтузиазмом, умом и другими качествами, необходимыми для успеха.

3. Невысокий уровень специализации менеджеров. В малой фирме лишь один человек отвечает за все крупные деловые операции, он не может быть сильным экспертом во всех сферах. Не под силу мелким фирмам и научно-исследовательская и опытно-конструкторская работа, необходимая для любого бизнеса, из-за ее дороговизны.

4. Личные проблемы. Личные проблемы предпринимателя связаны с семьей, поскольку просчеты в бизнесе могут непосредственно отразиться на жизненном уровне семьи. К тому же у предпринимателя ненормированный рабочий день, постоянные трудности, груз ответственности и высокая степень риска. Поэтому без поддержки семьи все это трудно выдержать.

5. Финансовые трудности связаны с проблемами получения кредитов особенно долгосрочных, что связано с низким рейтингом надежности малых фирм.

6. Повышенная чувствительность к экономическим изменениям. Малые фирмы имеют небольшие финансовые резервы, поэтому они чрезвычайно чувствительны, ко всем изменениям в экономике - инфляции, росту цен, спаду.

7. Зависимость -независимость в деятельности малого бизнеса является частично иллюзией, поскольку владелец вынужден подчиняться законам о налогах

и заработной плате, контрактам и нормативным актам, конъюктура рынка, конкуренты диктуют ему режим работы, уровень цен, а вовлечение членов семьи вызывает дополнительно множество психологических и бытовых проблем.

8. Едиличная ответственность предпринимателя за бизнес. Неправильные решения, неконтролируемые факторы могут привести к банкротству и вся ответственность ложиться на предпринимателя. Статистика констатирует, что терпят неудачу 90-95% малых фирм.

9. Необходимость постоянно контролировать выполнение обязательств. Управление финансами - одна из сложных задач для предпринимателя, так как он должен выполнять свои финансовые обязательства перед рабочими и кредиторами, сборщиками налогов и владельцами арендуемых помещений и все это при ограниченных финансовых ресурсах.

10. Недостаток экспертного потенциала. Человек может быть квалифицированным, чудесным работником, но плохим коммерсантом или финансистом. Начав свой бизнес, человек вынужден тратить массу времени на коммерцию, маркетинг, поиски рынков сбыта. У него совсем не остается времени для своей профессиональной деятельности, что часто приводит к неудачам бизнеса.

11. Оперативные недостатки по сравнению с крупными фирмами. Преимущества крупного бизнеса заключаются в наличии квалифицированных специалистов во всех сферах бизнеса, в возможности вести более масштабное производство, что ведет к снижению цен, в наличии достаточных ресурсов, позволяющих смягчать временные экономические неурядицы.

Но, тем не менее, реальная жизнь, живой опыт экономически развитых стран показывает, что, несмотря на все недостатки, будущее экономики за малым бизнесом.

Переход к рыночной экономике невозможен без развития малого предпринимательства, но, к сожалению, уровень ее развития пока далек от желаемого, особенно на местах.

Президент КР Акаев А. отмечает необходимость всемирной поддержки предпринимательской сферы как одной из стратегических целей развития экономики и преодоления бедности. Государственная политика поддержки предпринимательства должна быть направлена на создание оптимальной нормативно-законодательной базы, регулирующей деятельность частного сектора, благоприятного инвестиционного и налогового климата, формирования доступной и приемлемой для предпринимателей системы кредитования, оказания содействия в правовом и экономическом просвещении предпринимателей и осуществлении организационной их поддержки.

Будем оптимистами!

Кыргызстан уже прочно встал на путь цивилизованного развития экономики, а такое развитие объективно невозможно без малого бизнеса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Акаев А.А. Памятное десятилетие. –Бишкек, 2001.
2. Акаев А.А. Переходная экономика глазами физика. Математическая модель переходной экономики. –Бишкек, 2001.
3. Комплексные основы развития до 2010 г.

ОБЩЕСТВЕННЫЕ НАУКИ

4. Мусакожоев Ш. Экономика Кыргызской Республики. –Бишкек, 2000.
5. Экономика Кыргызстана в последнее десятилетие XX века (Коллективная монография под научным руководством Койчуева Т.). –Бишкек, 2000.
6. Кудабаяев З.И. Экономическое развитие Кыргызской Республики. –Бишкек, 2001.
7. Экономика Кыргызстана: реалии и перспективы. Научно-практический семинар (июнь 2000г. – апрель 2001г.) –Бишкек, 2001.