

МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС - КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

САТИЕВА А.Т.
и.о. доцент
ualibrary@mail.ru

Доминирующий сегодня частный сектор зарождался именно в сфере малого и среднего бизнеса. Чтобы понять значение малого бизнеса для национальной экономики, необходимо сначала изучить все преимущества и недостатки субъектов малого и среднего бизнеса.

Ключевые слова: *предприниматель, индивидуальный предприниматель, предпринимательская деятельность.*

The private sector dominating today arose in sphere of small and average business. To understand value of a small-scale business for national economy, it is necessary to study at first all advantages and lacks of subjects of small and average business.

Малый и средний бизнес представляет собой общепринятое обозначение совокупности частных предприятий, функционирующих в экономике¹.

В экономической литературе иногда к малому бизнесу также причисляют и средние предприятия. Чтобы понять, что представляет собой малый и средний бизнес необходимо дать определение таким основополагающим понятиям в вопросах бизнеса, как предпринимательство и предприниматель. *Предпринимательство* (предпринимательская деятельность или бизнес) представляет собой самостоятельную, инициативную и рисковую деятельность дееспособных граждан, направленную на систематическое получение прибыли законным путем. К важнейшим чертам предпринимательства следует отнести:

- Самостоятельность и независимость хозяйствующих субъектов. Любой предприниматель свободен в принятии решения по тому или иному вопросу в рамках правовых норм;

- Экономическая заинтересованность. Главная цель предпринимательства - получение максимально возможной прибыли;

- Хозяйственный риск и ответственность. При любых самых выверенных расчетах неопределенность и риск остаются.

Предприниматель (бизнесмен) - это лицо, которое занимается предпринимательской деятельностью, изыскивает средства для организации предприятия и тем самым берет на себя предпринимательский риск. Отличительное качество любого предпринимателя - предприимчивость.

Предприимчивость - это деловое качество личности, проявляющееся как энергичность, находчивость, изобретательность, практическая сметка и деловитость в решении задач, связанное, прежде всего с умением эффективно решать поставленные задачи. Без этого качества невозможен успех в предпринимательской деятельности.

По каким критериям определяются субъекты малого и среднего бизнеса? Наиболее часто применяемыми критериями являются следующие: средняя численность занятых на предприятии работников, ежегодный оборот, полученный предприятием за год, и величина активов.

Например, к субъектам *малого и среднего бизнеса* в Кыргызстане относятся:

- *малые предприятия* - действующие юридические лица, годовой объем оборота (производства, работ, услуг) которых не превышает 500 тыс. сомов, а среднесписочная численность работников не превышает 50 человек в производственной сфере и 15 человек в непромышленной сфере;

- *средние предприятия* - действующие юридические лица, годовой объем оборота (производства, работ, услуг) которых от 500 тыс. сомов до 2000 тыс. сомов, а среднесписочная

¹Колесников А., Колесникова Л. Малый и средний бизнес: эволюция понятий и проблема определения. // Вопросы экономики, №7, 2004, с.46-58.

численность работающих в пределах 51-200 человек в производственной сфере и 16-50 человек в непромышленной сфере;

- *крестьянские (фермерские) хозяйства* - действующие хозяйствующие субъекты имеющие статус юридического лица, либо осуществляющие свою деятельность без образования юридического лица, деятельность которых основана преимущественно на личном труде, направленном на производство

сельскохозяйственной продукции, которые базируются на земельном участке;

- *индивидуальные предприниматели* - граждане, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица и прошедшие государственную регистрацию.

Малые и средние предприятия сегодня выступают движущей силой экономического роста и являются одним из источников устойчивого развития. Они имеют важнейшее значение для реструктуризации промышленности, торговли и сферы услуг, создания новых рабочих мест и, как следствие, служат источником экономического роста, смягчения бедности и развития гражданского общества.

В реформировании национальной экономики еще со времен перестройки малые и средние предприятия взяли на себя роль создателя почвы для новой системы хозяйствования. Доминирующий сегодня частный сектор зарождался именно в сфере малого и среднего бизнеса. Чтобы понять значение малого бизнеса для национальной экономики, необходимо сначала изучить все преимущества и недостатки субъектов малого и среднего бизнеса. Анализируя зарубежный и отечественный опыт развития малого и среднего бизнеса, можно указать наследующие его преимущества:

- более быстрая адаптация к местным условиям хозяйствования;
- большая независимость действий субъектов этого бизнеса;
- гибкость и оперативность в принятии и выполнении принимаемых решений;
- относительно невысокие расходы, особенно затраты на управление;
- большая возможность для индивидуума реализовать свои идеи,

проявить свои способности;

- более низкая потребность в капитале и способность быстро вводить изменения в продукцию и производство в ответ на требования местных рынков;

- относительно более высокая оборачиваемость собственного капитала и др.

Малые и средние предприятия располагают значительными конкурентными преимуществами, требуют относительно меньше капиталовложений в расчете на одного работника по сравнению крупными предприятиями, широко используют местные материальные и трудовые ресурсы. Собственники малых и средних предприятий более склонны к сбережениям и инвестированию, у них всегда высокий уровень личной мотивации в достижении успеха, что положительно сказывается в целом на деятельности предприятия.

Субъекты малого и среднего бизнеса лучше знают уровень спроса на местных рынках, 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. Малые и средние предприятия по сравнению с крупными в отдельных странах занимают доминирующее положение, как по числу, так и по удельному весу в производстве товаров, выполнении работ, оказании услуг.

В то же время субъектам малого и среднего бизнеса свойственны и определенные недостатки, среди которых следует выделить самые существенные²:

- более высокий уровень риска, поэтому высокая степень неустойчивости положения на рынке;

- зависимость от крупных компаний;

- недостатки в управлении делом;

- ограниченный диапазон компетентности руководителей;

- повышенная чувствительность к изменениям условий хозяйствования;

- трудности в привлечении дополнительных финансовых средств и получении кредитов;

- неуверенность и осторожность хозяйствующих партнеров при заключении договоров и

др.

²Лапуста М.Г., Старостин Ю.Л. Малое предпринимательство.- М.: ИНФРА, 2005, с.19.

Недостатки и неудачи деятельности субъектов малого и среднего бизнеса определяются как внутренними, так и внешними причинами, условиями функционирования малых и средних предприятий. При росте численности особенно малых предприятий, развитой инфраструктуре и надлежащей государственной поддержке малые и средние предприятия является важным фактором решения проблем занятости населения. Как правило, развитие малого и среднего бизнеса является условием решения следующих проблем³:

- Формирование конкурентных, цивилизованных рыночных отношений;
- Расширение ассортимента и повышение качества товаров, работ, услуг, культуры обслуживания;
- Приближение производства товаров и услуг к конкретным потребителям;
- Содействие структурной перестройке экономики. Малое и среднее Предпринимательство придает экономике гибкость, мобильность, маневренность;
- Привлечение личных средств населения на развитие производства. Партнеры особенно в малых предприятиях вкладывают свои капиталы в дело с большей заинтересованностью, чем крупных;
- Способствование более эффективному использованию творческих возможностей людей, раскрытию их талантов, развитию различных видов ремесел, народных промыслов;
- Вовлечение в трудовую деятельность отдельных групп населения, для которых крупное производство налагает определенные ограничения (домохозяйки, пенсионеры, инвалиды, учащиеся);
- Формирование социального слоя собственников, владельцев, предпринимателей;
- Активизация научно-технического прогресса;
- Освоение и использование местных источников сырья и отходов крупных производств;
- Содействие крупным предприятиям путем изготовления и поставки комплектующих изделий и оснастки, создание вспомогательных и обслуживающих производств;
- Освобождение национальной экономики от низко рентабельных и убыточных предприятий за счет их аренды и выкупа.

Все эти и другие экономические и социальные функции малого и среднего бизнеса ставят его развитие в разряд важнейших государственных задач, делают его неотъемлемой частью реформирования национальной экономики переходных стран.

Практика показывает, что технический прогресс, наиболее полное удовлетворение потребительского спроса сегодня во многом определяются эффективностью работы небольших предприятий. Высокие темпы внедрения нововведений, мобильность технологических изменений, внедрение изобретений, быстрый рост сферы услуг и занятости, острая ценовая и неценовая конкуренция, ведущая, с одной стороны, к снижению цен, а с другой - к тому, что потребитель получает продукцию и услуги высокого качества, возможность для государства получать большие средства в форме налоговых поступлений - все это и составляет вклад малых и средних предприятий в национальную экономику.

Рекомендуемая литература:

1. Бусыгин А.В. Предпринимательство в 2-х томах. - М.: Интер-пракс, 1999.-207с.
2. Горфинкель В.Я., Швандар В.А., Купряков Е.М. и др. Курс предпринимательства. – М., Финансы, ЮНИТИ, 2007, с.147-148
3. Лапуста М.Г., Старостин Ю.Л. Малое предпринимательство.- М.: ИНФРА, 2005, с.19.
4. Колесников А., Колесникова Л. Малый и средний бизнес: эволюция понятий и проблема определения.//Вопросы экономики, №7, 2004, с.46-58.

³Горфинкель В.Я., Швандар В.А., Купряков Е.М. и др. Курс предпринимательства.– М., Финансы, ЮНИТИ, 2007, с.147-148.