

## ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ПЕРЕХОДНЫЙ ПЕРИОД

*Т.Ю.РАДЧЕНКО, канд.экон.наук заместитель генерального директора по научной работе государственного унитарного предприятия Москвы «Экономика» при Правительстве Москвы*

**В** период реформирования экономики и перевода ее на рыночные отношения особенно актуальной стала проблема занятости трудоспособного населения как в городе, так и в сельской местности. Правительство России, администрация республик в составе Российской Федерации, краев и областей, городов и отдельных населенных пунктов разрабатывают различные программы по борьбе с безработицей, однако в целом эта острейшая социальная проблема все еще решается медленно, в определенной степени стихийно, без должной государственной поддержки.

В связи с этим считаем необходимым подчеркнуть, что важную роль в расширении занятости населения, особенно его слабозащищенных слоев, играет развитие малого предпринимательства (МП). Однако в настоящее время на малых предприятиях России занято всего 10% экономически активного населения. По современным понятиям это совсем немного, особенно в сравнении с уровнем развития малого бизнеса в экономически развитых странах Европы и Америки, где 80-85% и даже 90% фирм — это малые и средние предприятия, на которых занято от 40 до 50 и даже до 70% работающих в масштабе государства. При этом эти предприятия, как правило, создают до 50% валового внутреннего продукта.

К сожалению, в России число малых предприятий после кризисного 1994 г. ежегодно сокращается. Этот отрицательный процесс имеет место во всех отраслях экономики и, с нашей точки зрения, влечет за собой пагубные последствия, поскольку слабое развитие малого бизнеса не позволяет формировать средний класс собственников как основы устойчивости общества и необратимости рыночных преобразований. Это также снижает инвестиционную активность населения. Думается, что если малый бизнес не будет и дальше развиваться, то это может вызвать дальнейший рост безработицы, снижение доходов населения и в целом уровня его жизни.

Между тем и в настоящее время остается крайне незначительным вклад российского малого бизнеса в насыщение потребительского рынка отечественной продукцией и услугами.

Сегодня, как и несколько лет назад, приходится констатировать, что структура российского малого бизнеса продолжает оставаться

неоптимальной: основная часть выручки от реализованной продукции предприятий этого профиля приходится на торговлю и общественное питание. Для сравнения следует подчеркнуть, что в странах с развитой рыночной экономикой малые предприятия образуют устойчивую структуру в хозяйственном комплексе государства и доминируют в промышленном производстве, строительстве, торговле, реализации коммунальных и других услуг, в науке и научном обслуживании.

Считаю необходимым подчеркнуть, что малые предприятия, как в России, так и в других странах СНГ, имеют огромный и все еще неиспользуемый потенциал. Суть его состоит прежде всего в том, что это наиболее гибкая форма занятости всех слоев населения, особенно пенсионеров и инвалидов. Развивая малые предприятия, можно более успешно решить такую социально-острую задачу, как снижение безработицы и обеспечение социальной защиты населения. Кроме того, способствовать решению и второй не менее важной задачи — формированию слоя мелких собственников, самостоятельно обеспечивающих свое благосостояние и насыщение рынка отечественными товарами и услугами.

Эти задачи могут успешно решаться потому, что малые и средние предприятия располагают значительными конкурентными преимуществами. Эти преимущества, как правило, группируются следующим образом:

1. Организация и развитие малых предприятий требует меньше капиталовложений в расчете на одного работника по сравнению с крупными предприятиями.

2. Малые предприятия лучше используют местные материальные и трудовые ресурсы.

3. Собственники малых предприятий более склонны к сбережениям и инвестированию. У собственников малых предприятий более высокий уровень личной мотивации в достижении успеха, что положительно сказывается на деятельности предприятия.

4. Малое предпринимательство всегда лучше знает характер спроса на местных рынках. Эти предприятия часто, а порой преимущественно, производят товары по заказам конкретных потребителей.

5. Малые предприятия, как правило, предоставляют больше средств для существования большего количества людей, чем крупные.

Следовательно, важнейшим преимуществом малого и среднего предпринимательства является более полное использование трудового и интеллектуального потенциалов, что чрезвычайно актуально для нынешнего этапа реформирования экономики России.

В связи с этим следует отметить, что в странах, основанных на рыночной экономике, проводится целенаправленная политика всемерной поддержки и развития малого и среднего предпринимательства. Например, в США малый бизнес представлен более чем 20 млн. предприятий, на долю которых приходится 99% всех американских фирм. В основном это небольшие предприятия, в 80% их занято менее 10 чел. В ФРГ доля малых и средних фирм составляет 99,8% (1,9 млн. фирм), на которые приходится две трети валового внутреннего продукта. В Италии доля мелких фирм с числом занятых до 100 чел. составляет более 99% общего количества предприятий, на них трудятся почти три четверти всех занятых, и они формируют не менее 70% национального продукта. В Японии на долю мелких и средних предприятий приходится примерно 55% реализуемой продукции промышленности, около 60% объема оптовой торговли и более 80% - розничной. В обрабатывающей промышленности Японии действует 6,5 млн. малых предприятий, что составляет 99% их общего числа. На них занято около 40 млн. чел., или 80% общей численности японских промышленных работников. В форсированно развивающихся странах Юго-Восточного региона – Индии, Пакистане, Сингапуре, Таиланде и ряде других – малый бизнес дает 80% прироста валового национального продукта.

Из приведенных примеров видно, что нынешние масштабы развития российского малого предпринимательства не соответствуют ни аналогам мирохозяйственной практики, ни реальным потребностям социально-экономических систем в заполнении хозяйственных «ниш» национальной экономики и создании многомерного экономического пространства. Анализ общей ситуации с малым бизнесом, с одной стороны, и изучение реакций населения на проблему «собственного дела» – с другой, убеждают, что в основе нынешней стагнации роста малого предпринимательства лежат как объективные, так и субъективные причины. Первые – это отсутствие необходимых условий для массового возникновения и функционирования малых предприятий, в том числе отсутствие достаточной государственной поддержки и надежных связей с крупным государственным сектором; среди субъективных причин – рост настроения неведения в благие намерения властей, общее снижение «энтузиазма» первых лет перестройки и реформ (1987-1995 гг.). Следует также подчеркнуть, что все большую роль в стагнации малого предпринимательства играет и недостаточно интенсивная адаптация трудящегося населения к новым условиям в трудовой сфере.

Не получила развития проблема органической встроенности малого предпринимательства в структуры существующей экономики, созданной на основе крупных предприятий. Предприниматели малого бизнеса, как правило, представлены самим себе, имеют эпизодические связи с базовыми комплексами.

При этом необходимо учитывать, что институциональные основы политики в области малого бизнеса формируются слишком медленно. Особенностью большинства новых институтов является то, что они возникают «сверху», остаются чисто верхушечными образованиями и редко «доходят» до непосредственного производителя. Кроме того, крупным недостатком современного институционального устройства является то, что малое предпринимательство в большинстве случаев отстранено от формирования хозяйственной политики, не задействовано как самостоятельная и потенциально активная социальная общность.

В заключение следует подчеркнуть, что среди социальных аспектов малого предпринимательства важна его роль как существенного элемента местного самоуправления. Малые предприятия, обеспечивающие работой и заработком часть населения, могут активно воздействовать на решение проблем занятости, особенно в небольших населенных пунктах. Малый бизнес уменьшает зависимость населения от одного-двух градообразующих предприятий, создает более многообразную структуру производства и потребления, вводит в трудовую сферу молодежные контингенты трудоспособного населения. Именно в этих формах хозяйствования наиболее реально может быть обеспечена занятость лиц из числа социально слабо защищенных групп.



0,2 печ.  
листа