

Иванов Е.А.,
аспирант Московской Финансово-юридической академии

Основные проблемы и факторы, сдерживающие развитие малого предпринимательства в России

В статье исследовано такое понятие как малое предпринимательство, проанализированы основные тенденции развития малого предпринимательства, а также основные преимущества функционирования малых и средних форм производства. В статье представлены основные признаки малого предпринимательства.

Ключевые слова: предпринимательство, рыночные отношения, спрос, предложение.

Малое предпринимательство — это совокупность независимых мелких и средних предприятий, выступающих как экономические субъекты рынка. Эти предприятия не входят в состав монополистических объединений и занимают по отношению к ним в хозяйственном отношении подчиненное или зависимое положение.

Для современной экономики характерна сложная комбинация различных по масштабам производств - крупных с тенденцией к монопольным структурам и небольших, складывающихся под влиянием многих факторов.

С одной стороны, устойчивой тенденцией научно-технического прогресса является концентрация производства. Именно крупные фирмы располагают большими материальными, финансовыми, трудовыми ресурсами, квалифицированными кадрами. Они способны вести крупномасштабные научно-технические разработки, которые и определяют важнейшие технологические сдвиги.

С другой стороны, в последнее время выявился небывалый рост малого и среднего предпринимательства, особенно в сферах, где пока не требуется значительных капиталов, больших объемов оборудования и кооперации множества работников. Малых и средних предприятий особенно много в наукоемких видах производства, а также в отраслях, связанных с производством потребительских товаров и оказанием услуг.

Эффективное функционирование малых форм производства определяется рядом их преимуществ по сравнению с крупным производством: близость к местным рынкам и приспособление к запросам клиентуры; производство малыми партиями, что невыгодно крупным фирмам; исключение лишних звеньев управления и т.д. Малому производству способствуют дифференциация и индивидуализация спроса в сфере производственного и личного потребления.

Развитие мелкого и среднего производства создает благоприятные условия для оздоровления экономики, поскольку развивается конкурентная среда, создаются дополнительные рабочие места, активнее идет структурная перестройка; расширяется потребительский сектор. Кроме того, развитие ма-

лого предпринимательства ведет к насыщению рынка товарами и услугами, к повышению экспортного потенциала, лучшему использованию местных сырьевых ресурсов.

Вместе с тем малому предпринимательству присущи: быстрая реакция на требования рынка; высокий уровень специализации; возможность мобилизации ресурсов на перспективных направлениях [3, с.98].

Признаки являющиеся общепризнанными при качественной характеристике малого предпринимательства:

- Самостоятельность предприятия
- Способность к достижению индивидуальных, особых результатов
- Соединение предпринимателя, инвестора и управляющего в одном лице
- Личность предпринимателя накладывает существенный отпечаток на облик предприятия, в особенности его связи (net-work) оказывают решающее влияние на успех предприятия
- Слабо выражен формальный характер связей: преобладание личных контактов между сотрудниками, а также между сотрудниками и предпринимателем
- Преобладает тактическое мышление и стратегия кратко срочных решений и действий
- Деятельность ограничена - регионально или определенными размерами рынка [5, с. 12-13].

В соответствии с Федеральным законом от 14 июня 1995 г. N 88-ФЗ "О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации" в нашей стране статус малого предприятия могут получить те организации, деятельность которых соответствует следующим критериям:

–доля государства, общественных, религиозных, благотворительных организаций в уставном капитале малого предприятия не должна быть менее 25%;

–доля финансовых ресурсов посторонних юридических и физических лиц в уставном капитале малого предприятия не должна быть более 25%;

–средняя численность работников за отчетный период не превышает следующих предельных уровней:

- в промышленности – 100 человек;
- в строительстве – 100 человек;
- на транспорте – 100 человек;
- в сельском хозяйстве – 60 человек;
- в научно-технической сфере – 60 человек;
- в оптовой торговле – 50 человек;
- в розничной торговле и бытовом обслуживании населения – 30 человек;
- в остальных отраслях – 50 человек.

Можно выделить две группы причин, сдерживающих развитие малого предпринимательства. Первая – это причины общеэкономического характера, заложенные в экономической политике государства, вторая – частного, пре-

имущественно организационного характера [2, с. 26-28].

Главная сложность при анализе нашей экономической политики связана с тем, что изначально не была четко определена концепция развития рыночных отношений. Мировая практика свидетельствует, что в развитии рыночных отношений возможны две тенденции: формирование регулируемого рынка или стихийного, носящего спекулятивный характер. Отсутствие четкого понимания этих двух тенденций и ориентация на исключение государства из системы экономического регулирования привели к тому, что в России становление рыночных отношений пошло по второму варианту. Когда сравнивают регулируемый рынок и стихийный, то имеют в виду, прежде всего нравственную, этическую сторону. Но этого мало, каждый из них имеет свою экономическую основу.

Особенностью стихийного рынка является функционирование главным образом в сфере обращения, а не в сфере материального производства. Данному типу рынка присуще то, что большие доходы имеет лишь незначительная часть населения, тогда как большинство населения – низкую покупательную способность. В этой ситуации у производителя нет стимула производить товары, так как они не находят сбыта. Это ведет к сворачиванию производства.

Другая особенность – характер рынка напрямую влияет на характер капиталовложений. При стихийном рынке основу капитала составляют спекулятивные деньги, получившие в среде предпринимателей название «коротких» денег. Они «делаются» в короткое время и обладают большой подвижностью. В отличие от них так называемые «длинные» деньги вкладываются в производство на более длительный срок, и отдача от них может быть получена не сразу. Это долгосрочные вложения, требующие определенных стабильных условий, правового обеспечения, что характерно для регулируемого рынка.

Одной из причин того, что в России формируется именно деформированный тип рынка, следует считать некритическое осмысление опыта западных стран и непродуманное перенесение его в отечественную практику. Именно так произошло с реализацией модели «шоковой терапии». Дело не в том, что концепция «шоковой терапии» несостоятельна, наоборот, это стройная научная теория, применение которой оказалось весьма результативным в ряде стран. Ошибка состоит в том, что в России она была принята без учета ряда условий. Опыт западных стран свидетельствует, что одной из целей введения «шоковой терапии» является потребность вскрыть узкие места, сдерживающие развитие экономики, куда незамедлительно устремляется предприниматель. Налаживая соответствующие производства (нередко при государственной поддержке), предпринимательская сфера «расширяет тромбы» в экономике и в короткие сроки выводит ее из кризиса.

Но в России этого не произошло, так как при введении «шоковой терапии» еще не сформировалось главное условие ее положительной результативности – малое предпринимательство. В сфере материального производства оно практически отсутствовало, а его деформированный характер в сфере

обращения не мог оказать существенное влияние на улучшение ситуации.

Особенностью регулируемого рынка является, во-первых, наличие условий для свободного инвестирования средств в различные сферы, а смысл государственного регулирования заключается не в воздействии на систему цен, а в формировании оптимальных пропорций. Во-вторых, такой рынок требует совершенного механизма регулирования покупательского спроса, т.е. формирования повышенного дохода, а, следовательно, и более высокой покупательной способности у большинства населения, что и выступает движущей силой производства.

Из этого вытекает вторая причина, сдерживающая развитие производственного предпринимательства – снижение покупательского спроса и свертывание внутреннего потребительского рынка. Для каждого общественного строя характерны определенные общественные группы, т.е. относительно стабильные слои населения, со свойственными им ценностями, представлениями, запросами и поведением. В западных странах, при существовании большого разнообразия таких групп, основная масса населения относится к среднему классу, покупательные возможности которого обеспечивают устойчивый спрос на большинство товаров.

Большинство населения в России составляют третий класс – с малым покупательским спросом, который и определяет уровень потребностей, на которые должно ориентироваться и работать производство.

Еще одно обстоятельство отрицательно влияет на покупательную способность населения, а, следовательно, и на развитие малого предпринимательства, – рост потребительских цен; он опережает повышение оплаты труда. В этих условиях спрос акцентируется преимущественно на продовольственных товарах, а промышленные товары оказываются невостребованными. Второе обстоятельство связано с уровнем разрыва доходов между полярными группами населения. Опыт западных стран свидетельствует, что максимально допустимое соотношение доходов между бедными и богатыми составляет 1:6 – 1:9, и если оно выше, то это ведет к социальной нестабильности и деформирует общую систему спроса и предложения.

Таким образом, сдерживающим фактором развития промышленного предпринимательства является сужение внутреннего потребительского рынка. Это обуславливается приобретающим все более осязаемым характером процессом сокращения общей платежеспособности населения.

С другой стороны, в силу постоянного роста цен увеличивается доля расходов на приобретение продовольственных товаров, сокращается спрос на промышленные товары. Усугубляет тенденцию сокращения расходов на непродовольственные товары постоянное удорожание жилищных и коммунальных услуг.

Третья причина кардинального характера, тормозящая предпринимательство, связана с существующей системой налогообложения. Согласно опросу, проведенному Всероссийским центром изучения общественного мнения, 86,2% руководителей предприятий в качестве главной причины, отрицательно влияющей на экономическое положение предприятий, назвали несо-

вершенство налогов и их высокий уровень.[4, с. 14-20].

Налоговая политика государства по отношению к малому предпринимательству в большей степени носит фискальный, а не стимулирующий характер. Она обеспечивает интерес заниматься любым видом деятельности, только не предпринимательской. Главные ее недостатки заключаются, во-первых, в чрезмерно высоком уровне налогов. Они не стимулируют рост производства, что в условиях его падения является необходимым. Во-вторых, сама налоговая система нестабильна, часто меняется. К тому же ряд налоговых законов не носят прямого действия, а дополняются множеством подзаконных актов, как правило, запаздывающих и нередко изменяющих цель самих законов. В-третьих, множественность налогов, в которых предприниматель просто теряет ориентиры.

Совершенно очевидно, что в современных условиях переходного состояния общества и переходной экономики в России необходима стройная система мер общественной и государственной поддержки предпринимательства на всех уровнях управления: федеральном, региональном, местном, основанная на аналитических методах познания и управления, связанных, конечно, со значительными затратами на научное, информационно-аналитическое обеспечение программно-проектных разработок.

В настоящее время, по оценкам предпринимателей, они сталкиваются в своей деятельности со следующими проблемами: высокие налоги, дороговизна материально-технических средств, отсутствие кредитных ресурсов, что негативно сказывается на финансовом состоянии их предприятий.

Между тем некомпетентность управляющих или недостаточная способность персонала принимать решения стала главной причиной разорения малых фирм. Во многих странах с рыночной экономикой разрабатываются специальные программы управленческой поддержки малого предпринимательства, создаются центры развития или «инкубаторы» МП.

Список использованной литературы

1. Федеральный закон от 14 июня 1995 г. № 88-ФЗ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации».
2. Анискин Ю. П. Организация и управление малым бизнесом. – М., 2006. – С. 26-28.
3. Герчикова И.Н. Регулирование предпринимательской деятельности: государственное и межфирменное. – М.: Консалтбанкир, 2002. – С.98.
4. Горфинкель В.Я., Швандар В.А. Малые предприятия: экономика, учет, налоги. Учебное пособие для вузов.-М.: ЮНИТИ-ДИАНА, 2001. – С.14-20.
5. Ханнс Пихлер, Ханс Йобст Пляйтнер, Карл – Хайнц Шмидт. Малые и средние предприятия. Управление и организация. – М.: «Международные отношения», 2002. – С. 12-13.