

ЭВОЛЮЦИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

*М.И. Балашевич,
канд. экон. наук, профессор*

Малый бизнес можно отнести к феноменам XX в. в мировом экономическом развитии. О его роли в отдельных странах можно судить по приведенным ниже данным (табл. 1) [1].

Таблица 1

Масштабы развития малого бизнеса

Страна	Количество предприятий, тыс.	Количество занятых, млн чел.	Доля в ВВП, %
Германия	2290	18,5	50—52
Италия	3920	16,8	57—60
США	7300	70,2	50—52
Япония	6450	39,5	52—55
Россия	844	8,3	10—11
Беларусь	26,8	0,364	6,6

Картину дополняют данные о доле малых предприятий в общем их числе. В США они составляют 97 %, в объединенной Европе — 99 %. На малых предприятиях занято до половины трудоспособного населения [2, с. 18].

В годы так называемого застоя руководство бывшего Советского Союза не учло две важные тенденции развития мировой экономики, что в значительной мере предопределило и ускорило крах экономической системы государства. Первая — ускорение НТП и масштабное использование его достижений во всех сферах общественной жизни. Вторая — структурная перестройка экономики в направлении беспрецедентного увеличения числа малых и средних предприятий.

Последствия недооценки первой тенденции проявились довольно быстро, в 1980-е гг. они постоянно находились в поле внимания ученых и широкой общественности. Вторая тенденция оказалась почти незамеченной, так как базировалась на персонификации отношений собственности, что не вписывалось в государственную идеологию и экономическую систему. Лишь под давлением нараставших экономических трудностей в стране власть начала в конце 1980-х гг. осторожно и непоследовательно допускать частную собственность в экономику.

Прошло более 10 лет после развала Союза, но идеологические стереотипы дают о себе знать во многих постсоветских республиках, и малый бизнес здесь с большим трудом завоевывает свою нишу в экономической системе. Как видно из табл. 1, Россия и Беларусь значительно отстают от высокоразвитых стран. В связи с этим считаем целесообразным привести теоретические основы развития малого бизнеса.

1. Эволюция предпринимательства

Предприятия создаются, как правило, для удовлетворения внешней потребности в товарах и услугах. В рыночных условиях хозяйствования они относительно автономно решают о том, что, сколько и за какое вознаграждение производить. Но сами предприятия возникают не автоматически, а создаются людьми, ими управляются, ими же и прекращают свою деятельность. Поэтому основным вопросом в рамках теории предприятия является вопрос о том, что мотивирует стремление людей создать свое предприятие. Ответ на этот вопрос позволяет понять, почему вообще возникает предприятие и в каких формах оно развивается.

Современная теория предприятия позволяет характеризовать сущность предпринимательской структуры по двум основным критериям [2, с. 7].

1. Субъекты принятия решений. Судьбоносные решения по стратегии развития предприятия может принимать одна персона или несколько персон.

2. Мотивы предпринимательской деятельности. Деятельность предпринимателя может мотивироваться или доходом (прибылью), или многими мотивами, среди которых прибыль не является основной целью.

В связи с этим следует иметь в виду, что в теории экономики предприятия существуют две концепции роли предприятия в экономической системе: экономическая и социальная. Сторонники первой рассматривают предприятие исключительно как инструмент получения дохода. Отсюда и тип поведения предпринимателя разъясняется исходя из законов, управляющих процессами получения и использования дохода.

По этой концепции экономика ориентирована на удовлетворение потребностей посредством купли-продажи. Поэтому предпринимательская деятельность направлена на стимулирование роста доходов и, естественно, покупательной способности людей.

Напротив, в социальной концепции предприятие рассматривается преимущественно как инструмент удовлетворения потребностей. Но так как значительная часть из них не может быть обеспечена прямой куплей-продажей, то и доходу как мотиву предпринимательства не отводится доминирующей роли.

На основе комбинации названных выше критериев характер и эволюцию предпринимательских структур можно проследить с помощью представленной ниже модели (табл. 2).

Таблица 2

Типология предпринимательских структур

Мотив деятельности	Носитель решения о судьбе предприятия	
	отдельная персона	группа персон
Максимальный доход	Тип 1	Тип 2
Пакет мотивов	Тип 3	Тип 4

В данной типологии наибольший интерес представляет для нас предприятие типа 1, так как является типичным малым предприятием. В классической и неоклассической теории оно является константой рыночной экономики, определяется как персона, руководствующаяся рациональным мышлением для достижения максимальной выгоды бизнеса.

Если государство допускает существование такого предпринимателя в экономической системе, то оно должно предоставить ему определенные имущественные права и создать приемлемые условия для достижения своих целей.

К ним можно отнести:

свободу распоряжения имуществом и доходом;

возможность заключать договоры с другими предпринимателями;

возможность принимать собственные решения или передавать компетенцию другим;

защиту государством имущественных прав и прав личности;

оптимальные экономические и экологические взаимоотношения с государством.

При наличии указанных условий и прав успех предпринимателя в значительной степени зависит от конъюнктуры рынка. Рынок определяет количество, качество, цены продукции.

На выживаемость влияют также степень удаления от рынка, быстрота выхода на него, информация о нем. Как видно из сказанного, позиции предприятия типа 1 в экономической системе весьма уязвима, и удержать их возможно только в равных рыночных условиях.

Постепенно, по мере развития производительных сил рынка и конкуренции данный тип предприятия был вытеснен коллективным предприятием типа 2 или фирмой. Это был качественный скачок в экономическом развитии, приведшем к монополизации рынка.

В настоящее время можно констатировать, что эволюция снова вывела предприятия типа 1 на передний план. Действительно, как видно из табл. 1, к концу XX в. малые предприятия стали доминирующим сектором экономики. Естественно, ученые пытались выявить причины этого феномена. Исследования показали, что материальной основой массового включения населения в предпринимательскую деятельность явилось мощное развитие науки и техники, позволившее на небольших по размерам предприятиях производить конкурентоспособную продукцию или услуги. Но главным аргументом в пользу малого бизнеса было стремление людей к экономической свободе, которая и достигалась созданием индивидуального (семейного) предприятия, несмотря на рисковость такой деятельности. Важную роль сыграла и политика государств, в законодательстве которых права частной собственности и человека стали главными приоритетами.

2. Социально-экономическая роль малого бизнеса

Развитие малого бизнеса в каждой стране осуществлялось по-разному, но результат везде оказался одинаковым: ускорилось формирование рыночных отношений, стабилизировались экономика и социальная сфера, рос уровень жизни людей. В то время как в советской экономической теории еще оперировали марксистскими категориями эксплуатации труда капиталом, в капиталистических странах давно поняли, что наемный работник не может быть хорошим тружеником в широком смысле, так как не имеет глубоких экономических и социальных корней в обществе. Поэтому в этих странах начали проводить политику массового превращения наемных работников в собственников средств производства, способных производить продукцию или услуги.

Государству политика диверсификации отношений собственности выгодна по ряду причин. Во-первых, превращая своих граждан в предпринимателей, оно снимает с себя ответственность за решение многих социальных проблем в обществе, во-вторых, каждый гражданин, становясь предпринимателем, не только создает благополучие своей семье, но и вносит большой вклад в решение государственных проблем посредством уплаты налогов, благотворительности.

Примечательна позиция немецкого политика Й. Штрауса в отношении малого бизнеса. Он считал, что обширная и разветвленная сеть предприятий среднего размера образует систему пружин, обеспечивающих функционирование эластичной, дееспособной экономической системы и немецкого свободного строя. По его мнению, любой мелкий предприниматель, вплоть до самого последнего самостоятельного ремесленника или розничного торговца, является в ряде случаев более убедительным гарантом свободного строя, нежели любой подвигающийся в руководстве крупного предприятия высокооплачиваемый менеджер, которого можно использовать в любой общественной системе, но и в любое время заменить [4, с. 58—59].

При современных масштабах развития малый бизнес во многих странах обеспечивает стабильность государства, обслуживает своих граждан, создает богатство стране. Занимая определенную нишу в экономической структуре общества, он имеет ряд достоинств: сравнительно низкую капиталоемкость и потому широкую доступность населению; массовость, что позволяет в короткий срок наладить производство и сбыт разнообразных товаров и услуг; ориентацию на потребителя, так как выживаемость зависит от окупаемости; мобильность на рынке и в сфере технологий, что способствует ускорению развития НТП; быстрое накопление капиталов и их свободный перелив в наиболее окупаемые отрасли, что способствует их быстрому развитию; способность быстро поглощать большое количество рабочей силы; коллективистский социально-психологический климат, низкий уровень конфликтности, отсутствие бюрократизма в управлении; значительно меньшее воздействие на окружающую среду и др.

Предпринимательская деятельность малых предприятий наряду с преимуществами имеет ряд недостатков, что делает их более уязвимыми на рынке по сравнению с большими предприятиями. По данным американских источников [5, с. 25—26], уязвимость малого бизнеса и потому его невысокую выживаемость определяют следующие факторы: значительная зависи-

мость от других лиц, фирм и государства; оперативные и управленческие недостатки; слабость экспортного потенциала; единоличная ответственность; финансовые трудности; повышенная чувствительность к экономическим и правовым изменениям; трудности привлечения квалифицированных работников; большой риск при освоении новых сфер деятельности; неуверенность партнеров при заключении контрактов и др.

Поэтому, по данным Администрации малого бизнеса США, 23,7 % вновь созданных предприятий терпят неудачу в течение первых двух лет своей деятельности, 51,7 % — четырех, 62,7 % — шести лет. Именно по этой причине правительства многих стран проводят политику поддержки малых предприятий. Наиболее убедительным является пример США. Здесь еще в 1953 г. была создана Администрация малого бизнеса — государственное ведомство, призванное решать три основные задачи: обеспечивать финансовую поддержку малых и средних предприятий, содействовать получению госзаказов, предоставлять технические и консультационные услуги по вопросам управления.

Проблемами малого бизнеса занимаются, кроме того, комитеты конгресса, а также постоянные подразделения в министерствах и ведомствах. В функции последних входит осуществление узкоспециальных (в зависимости от профиля) программ помощи отдельным группам бизнесменов.

3. Развитие малого бизнеса в Республике Беларусь

В нашей республике, основу экономики которой составляют гигантские государственные предприятия-монополисты, правительство «не увидело» в малом бизнесе сколько-нибудь серьезную реформирующую и стабилизирующую силу. Тем более, что малый бизнес является частным сектором, а к последнему традиционно поддерживалось негативное отношение. В процессе формирования малого бизнеса можно выделить два этапа: до и после 1994 г.

Массовое возникновение малых предприятий началось в республике в начале 1990-х гг. на волне либерализации экономических отношений. Усиливающиеся кризисные явления в экономике вынуждали все более широкие слои населения самостоятельно искать спасение от снижения уровня жизни. Этапами становления негосударственного сектора экономики были кооперативы, малые предприятия, «челноки» и вещевые рынки на стадионах, киоски. Для поддержания частного предпри-

нимательства образовались предпринимательские союзы. Общественное мнение также стало проявлять большую терпимость к частным предпринимателям.

Государственная власть не осталась в стороне от этого процесса. Основными нормативными документами, стимулирующими развитие негосударственных и в том числе малых предприятий, явились законы: о собственности, о предприятии, о предпринимательстве, принятые в 1990—1991 гг. и открывшие дорогу частному предпринимательству, и закон «Об акционерных обществах, обществах с ограниченной и дополнительной ответственностью» (1993 г.), определившей организационные формы предпринимательства, постановление Совета Министров от 20.05.91 г. о малых предприятиях. Экономическая либерализация способствовала довольно интенсивному росту числа малых предприятий. Об этом свидетельствуют приведенные данные Министерства статистики и анализа Республики Беларусь (табл. 3).

Таблица 3

Число кооперативов, малых предприятий и ООО
и численность работающих в них (на конец года)

Показатель	Год				
	1992	1995	1997	1999	2000
Всего предприятий, ед.	11 055	14 813	21 279	29 555	28 310
Число работников, чел.	257 667	176 944	232 067	348 100	333 700

Кроме представленных в табл. 3 данных о численности юридических лиц, в республике более 200 тыс. предпринимателей осуществляли свою деятельность без образования юридического лица.

Данные таблицы отражают довольно благоприятную тенденцию увеличения числа предприятий и занятых в них. Между тем эта тенденция не в полной мере соответствует действительности в связи с изменением в последние годы масштаба отнесения предприятий к разряду малых. В качестве иллюстрации приведем систему классификаций за последние годы (табл. 4).

Вследствие изменения критерия отнесения предприятий к малым численность и количество занятых в них оказались завышенными.

Классификация малых предприятий

Сфера экономики	Численность занятых, чел.	
	1997 г.	1998 г.
Промышленность	До 50	До 100
Сельское хозяйство	До 50	До 60
Торговля	До 5	До 60
Строительство	До 50	До 50
Общественное питание, бытовое обслуживание	До 5	До 30
Транспорт	До 20	До 100

Отношение к негосударственному сектору начало существенно меняться с 1994 г. Постепенно ужесточались налоговые условия, усиливались ограничительные меры. Наиболее значительными из них являлись периодически проводимые перерегистрации, нормативные регламенты качества, меры по безопасности, официальный отказ государства в поддержке посреднических предприятий, негласные запреты на кооперацию с государственным сектором. Усложнились административные процедуры выдачи разрешений на предпринимательскую деятельность. Так, чтобы начать лоточную торговлю фруктами, требуется получить согласие санитарного врача, главного архитектора, начальника торгового отдела и заместителя главы администрации района города. Кроме того, ужесточены требования к ведению учета, что вынуждает предпринимателей содержать бухгалтера, если он платит налог по прогрессивной шкале. Они обязаны платить в местный бюджет 5 минимальных зарплат за уборку территории и фиксированный налог — 2—5 минимальных заработных плат.

В 1996—1997 гг. наблюдалась значительная активность государственных органов по стимулированию развития предпринимательства и малого бизнеса. Это проявилось в: подписании Президентом Республики Беларусь Указов «О государственной поддержке малого предпринимательства» и «О совершенствовании государственного управления в области предпринимательства и содействия инвестициям» от 19.07.96 г., в соответствии с которыми было создано Министерство предпринимательства и инвестиций, призванное поддерживать негосударственный сектор экономики; принятии Верховным Советом Рес-

публики Беларусь закона «О государственной поддержке малого предпринимательства в Республике Беларусь» от 16.10.96 г.; принятии постановления Совета Министров Республики Беларусь «О программе государственной поддержки предпринимательства в Республике Беларусь» на 1997 г. от 07.04.97 г. и «Об инкубаторах малого предпринимательства в Республике Беларусь» от 04.06.92 г. Затем 18.08.97 г. был утвержден Совет по развитию предпринимательства и инвестиций. Предприняты шаги по поддержке малого бизнеса и на уровне местных органов власти.

Однако, несмотря на эту поддержку, малый бизнес чувствует себя в республике все более неуютно. В результате проводимой в отношении малого бизнеса государственной политики он вытесняется из экономики или загоняется в теневую экономику. От этого теряют и государство, и люди. И если в западных странах на 100 чел. населения приходится 25—32 малых предприятия, в России — 7, то в Республике Беларусь — чуть более двух.

Основными макроэкономическими причинами стагнационного развития малого бизнеса в республике являются:

непоследовательная государственная политика в отношении негосударственного сектора экономики, что является основной причиной высокого политического риска инвестирования в экономику не только национальных, но и внешних инвесторов;

неоправданное вмешательство государства в оперативную деятельность субъектов хозяйствования, что лишает их перспектив развития как на внутреннем, так и внешнем рынках;

высокий уровень налоговой нагрузки со стороны республиканских и местных органов власти, что лишает предприятия оборотных средств, загоняет их в теневую сферу;

ужесточение бюрократических методов регулирования деятельности негосударственных предприятий, особенно на этапе их создания, что усиливает коррупцию;

недооценка роли малого бизнеса в государственных программах развития экономики страны;

необоснованно высокие ставки арендной платы за помещения, что снижает конкурентоспособность продукции и услуг.

4. Основы концепции развития малого бизнеса

При идеальном учете опыта развития малого бизнеса в мире необходимо осуществить комплекс системных мер по приданию этому сектору экономики места и роли в решении социаль-

но-экономических проблем общества и создать соответствующие условия для его развития. По мнению автора, к числу таких мер относятся:

1) *согласование политики по развитию малого бизнеса с ключевыми экономическими и социальными целями общества.* Такими целями в республике могут быть: увеличение занятости, борьбы с инфляцией, увеличение оплаты труда, усиление деловой активности, утилизация отходов и т.д.;

2) *определение вклада малого бизнеса в оптимизацию структуры производства и собственности.* Это позволит органично адаптировать малые предприятия к экономической системе страны. В частности, необходимо на уровне государственной политики решить, в какие отрасли экономики допускать негосударственную форму собственности и затем на каждом предприятии выявить те производства, технологические процессы или услуги, которые следует передать в частные руки;

3) *создание государственной властью такой системы включения граждан в индивидуальную предпринимательскую деятельность, которая предоставляла бы доступные для этого условия.* Государство могло бы, например, взять на себя часть расходов тех граждан, которые приняли решение начать свой малый бизнес;

4) *децентрализация экономической и политической власти в интересах малого бизнеса.* Руководителям малых предприятий значительно легче влиять на законодательство, имеющее отношение к их интересам, если это законодательство находится в руках местных властей. Такое делегирование полномочий принципиально важно для изменений традиционной технологии законодательства, базирующейся на жесткой централизации;

5) *развитие предпринимательской культуры.* Понятие предпринимательской культуры является многогранным и идеологизированным. Его определяют и квалификация ведения бизнеса, и взаимоотношения бизнеса и общества, государства. Поэтому государство заинтересовано в повышении предпринимательской культуры. Этот интерес может быть реализован посредством придания статусу предпринимателя равенства с другими профессиями и обеспечения благодаря этому достаточно сильных стимулов к предпринимательской деятельности; создания системы подготовки и повышения квалификации и т.д.;

6) *проведение благоприятной для малого бизнеса налоговой политики.* Такая политика могла бы содействовать инвестированию в малый бизнес, поддерживать наследование и сохране-

ние семейных предприятий, побуждать к сохранению денег в производстве. Кроме того, налоговая политика могла бы компенсировать риски в малых фирмах, содействовать занятости в малом бизнесе;

7) *создание системы сотрудничества крупных и малых предприятий.* Речь идет о распределении заказов, предоставлении технологий, создании специальных правительственных структур, занимающихся поддержкой и защитой малых предприятий;

8) *создание социально-психологического климата доверия и терпимости к индивидуализму.* Подобная терпимость необходима как со стороны государства, так и со стороны общественного сознания.

Л и т е р а т у р а

1. *J. Hanns Pichler, Hans Jobst Pleitner, Karl-Heinz Smidt.* Management in KMU. Stutthgart, Wien., Verlag Paul Haupt., 1997.

2. *Josef Mugler.* Betriebswirtschaftslehre der Klein — und Mittelbetriebe. Wien, New York., Springer—Verlag, 1998.

3. Аргументы и факты. 2002. № 40; Народная воля. 2002. № 206.

4. Новое время. 1992. № 7.

5. *Жизнин С.В., Крупнов В.И.* Как организовать свое дело. М., 1990.

<http://edoc.bseu.by>

ДИСКРЕТНОСТЬ МЕНЕДЖМЕНТА И ЗНАНИЯ

Н.П. Беляцкий,

д-р экон. наук, профессор

Возникновение частной науки — управления людьми в организациях (менеджмента) опередило создание всеобщей управленческой науки организационного развития (кибернетики) почти на полвека. Такое опережение привело к тому, что не все основополагающие кибернетические принципы были в должной мере учтены при разработке теории менеджмента, который вынужден учитывать условия неопределенности. В этих условиях чрезвычайно важно познать принципы управления изменениями вероятностей наступления событий. К их числу относится принцип дискретности, который был активно использован при создании теории квантовой механики.

Для интерпретации дискретного менеджмента воспользуемся методом аналогий, а также теми тенденциями развития нау-