

Раъно САДИКОВА,
к.э.н., и.о. доцента кафедры
«Исламская экономика и финансы,
паломнический туризм» МИАУз

СУЩНОСТЬ И РОЛЬ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РАЗВИТИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Малый бизнес в рыночной экономике – ведущий сектор, определяющий темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта; во всех развитых странах на долю малого бизнеса приходится 60 – 70 процентов ВВП. Поэтому абсолютное большинство развитых государств всемерно поощряют деятельность малого бизнеса.

Мировой опыт развития экономики свидетельствует, что малый бизнес позволяет создавать новые рабочие места, способствует росту занятости населения, освобождает бюджет от расходов на выплату пособий по безработице, обеспечивает рынок необходимыми товарами и услугами, усиливает конкуренцию, и тем самым воздействует на повышение качества продукции и снижение цен. Пополнение бюджета за счет налогообложения предприятий малого бизнеса и заработной платы работников этих предприятий укрепляет финансовую базу социальной поддержки малоимущего населения, что, в конечном счете, содействует повышению благосостояния общества, что предопределяет осуществление политики поддержки развития малого предпринимательства в национальной экономике.

Первые теоретические попытки осмысления феномена предпринимательства относят-

ся к XVII в., поскольку английский экономист Р. Кантильон впервые дал систематическое описание этого феномена и ввел в научный оборот термин «предприниматель». Под предпринимателем он понимал человека, который за определенную цену покупает средства производства, чтобы произвести определенную продукцию и продать ее в целях получения доходов, и который, принимая на себя обязательство по издержкам, не знает, по каким ценам может осуществиться реализация. Таким образом, под предпринимательством им понималась производственно-хозяйственная деятельность особого рода, включающая в себя элементы риска.

Экономическая теория до сих пор не имеет единой концепции, адекватно описывающей поведение предпринимателя. Известный представитель экономического либерализма Людвиг фон Мизес дает довольно широкую трактовку понятию предпринимательства: предпринимателем волен стать каждый человек, если он полагает, что сумеет предвосхитить будущие рыночные условия лучше, чем его сограждане.

Предприниматель несет в себе большой заряд энергии, он активен, нацелен на достижение высоких результатов, стимулирующих его деятельность. Предпринимательскую дея-

тельность тормозят такие факторы, как стагнация и отсутствие прогресса; бюрократизм и бумаготворчество; детальное планирование и консультации; длительные дискуссии, тактические уловки и «дипломатия».

Предприниматель не всегда оказывается хорошим управленцем, разработчиком долгосрочных планов или исполнительным директором какой-нибудь большой компании. Предприниматель неуверенно чувствует себя в крупных корпорациях и стремится избежать подобного окружения.

Таким образом, предприниматель – это творческий, изобретательный и энергичный человек, зачастую – незаурядная, волевая личность, которая в силу этого с трудом вписывается в административно-корпоративную культуру.

Существуют различные определения предпринимательства. В соответствии с толковым словарем В. Даля предпринимательство есть исполнение какого-либо нового дела, совершение чего-либо значительного. В специальных экономических исследованиях применяется другое определение – это деятельность, тем или иным путем связанная с получением прибыли, дохода. И в этом плане предпринимательство смыкается с понятием бизнеса – ведения какого-либо дела, приносящего доход.

Однако современные интерпретации обсуждаемого термина допускают также и более широкую его трактовку, объединяющую оба эти определения.

Понятие предпринимательства, на наш взгляд, несет несколько иную смысловую нагрузку, нежели часто употребляемое понятие бизнеса. Понятие предпринимательства часто связано с реализацией новой идеи, которая может принести доход; однако, с некоторой вероятностью, может и не оправдать возлагаемых ожиданий. При этом особый слой предприимчивых людей берет на себя риски принимаемых нестандартных решений. Если бизнес в целом допускает значительную долю рутинной деятельности, осуществляемой по некоторым заданным правилам, то экономические новации и пионерные стратегические решения являются необходимыми условиями и выра-

жением «духа» предпринимательства. Однако подлинных предпринимателей от авантюристов всегда отличал большой прагматизм и точный расчет возможных собственных выгод и затрат.

Тем не менее, границы между понятиями бизнеса и предпринимательства достаточно условны, особенно в том случае, если речь идет о высокорисковых видах бизнеса.

Таким образом, можно считать, что предпринимательство в широком смысле отождествляется с любым бизнесом, в узком смысле – с высокорисковыми видами бизнеса, связанными с реализацией, как правило, новой идеи.

В странах с развитой рыночной экономикой малый бизнес давно занимает ключевые позиции в экономике. Существуют политические, экономические, социальные и другие мотивы, в силу которых правительства развитых стран стремятся содействовать развитию малого бизнеса.

Политический мотив заключается в том, что рост предпринимательства и малых предприятий благоприятно воздействует на политическую стабильность в стране, поскольку все больше ее граждан получают возможность реального участия в новой экономической системе.

Экономический мотив базируется на важности малого бизнеса с точки зрения ускорения экономического роста, мобилизации накоплений и привлечения инвестиций, создания рабочих мест, повышения производительности труда и объема производства, внедрения достижений научно-технического прогресса, улучшения собираемости налогов и улучшения платежного баланса страны.

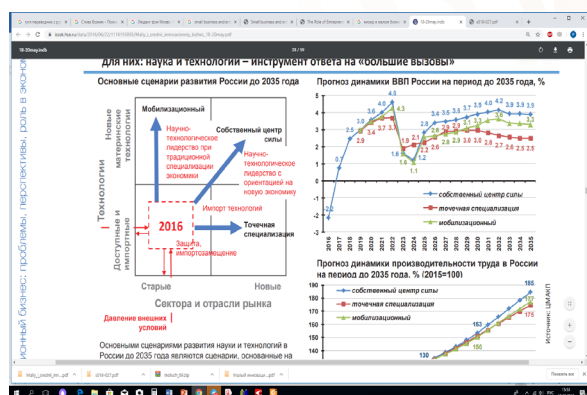
Социальный мотив развития малого бизнеса связан, во-первых, с тем, что население может получить возможность создавать собственное производство, реализовать на практике свой потенциал, получать от этого моральное и материальное удовлетворение и обеспечивать новые возможности для своих детей. Кроме того, он связан с необходимостью решения проблем женщин, молодежи, национальных меньшинств или нетрудоспособных лиц, а также сохранения культурного

наследия через возрождение деятельности кустарей, производств предметов народного промысла и с необходимостью снижения уровня преступности путем предоставления молодежи возможностей профессионального обучения, переобучения и получения дополнительного дохода и др.

Эти политические, экономические и социальные мотивы побуждают правительства развитых стран поддержке малого бизнеса.

Малые предприятия являются важным источником роста ВВП и занятости населения. В среднем в мире на малые предприятия приходится более 50% всего занятого населения и 50-60% общего объема ВВП. Между тем, на постсоветском пространстве на долю малого бизнеса приходится лишь 10-12% занятых. В мировой экономике функционирует огромное количество малых фирм, компаний и предприятий. Например, в Индии число малых предприятий превышает 12 млн., а в Японии – 9 млн. единиц. К примеру, малый бизнес только в США дает почти половину прироста национального продукта и две трети прироста новых рабочих мест.

Анализ статистических данных показывает, что в отдельные годы малому бизнесу удавалось не только сдерживать снижение занятости на крупных предприятиях, но и создавать дополнительные рабочие места на собственных. Особенно эта тенденция ярко выражена у малых фирм с численностью работников до 20 человек. Например, во Франции 50% вновь создаваемых рабочих мест в 90-е годы приходилось на такие малые фирмы. В Германии соответствующий показатель еще выше – составил 80%.



Не маловажна роль малого бизнеса в развитии научно-технического прогресса, в частности инновационных процессах. Естественно, что на малые предприятия приходится гораздо меньший объем финансовых средств, потраченных на научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки (НИОКР). К примеру, на сегодняшний день в США на долю 300 крупнейших компаний приходится в промышленности около 92% затрат на НИОКР, в Великобритании – 77%, во Франции – 96%. Однако, расходы на НИОКР в расчете на одного занятого в малом бизнесе примерно в 1,5 раза выше, чем в крупных компаниях.

Необходимо отметить, что наблюдается интересная тенденция, которая заключается в том, что в малом бизнесе количество изобретений и нововведений, приходящихся на одного занятого в расчете на 1 доллар затрат, больше чем в крупных компаниях. Исследования зарубежных специалистов по проблемам малого бизнеса показали, что более половины важнейших изобретений XX века сделаны независимыми изобретателями или малыми фирмами.

Самый яркий пример роли малого бизнеса в научно-технических открытиях – это создание персонального компьютера. В настоящее время американская компания «APPLE» является одним из крупнейших в сфере компьютерного бизнеса, однако начиналось все с объединения двух талантливых и предприимчивых инженеров – Стива Возняка и Стива Джобса – и создания малого предприятия.

Таким образом, малый бизнес существенно влияет на экономический рост любой страны с рыночной экономикой, на научно-технический уровень ее развития, занятость населения, и что немаловажно на социально-политическую стабильность в обществе.