

Каишкароева А.А.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

A.A. Kashkaroeva

METHODOLOGICAL BASES OF FORMATION OF BUSINESS

УДК: 316.4:334.0123(575.2)(043.3)

*Осуществляемые в нашей стране экономические реформы при всей их непоследовательности и противоречивости явились условием становления и развития малого и среднего бизнеса, который решает основные функции, присущие вообще предпринимательской деятельности.*

*Economic reforms carried out in our country at all their inconsistency and discrepancy were a condition of formation and development of small and average business which solves the basic functions inherent in general in enterprise activity.*

Осуществляемые в нашей стране экономические реформы при всей их непоследовательности и противоречивости явились условием становления и развития малого и среднего бизнеса, который решает основные функции, присущие вообще предпринимательской деятельности.

Социальная природа предпринимательства как социального института более чем очевидна. Известный немецкий социолог М. Вебер подчеркивает то, что предприниматель - понятие чрезвычайно богатое по своему содержанию, заслуженно привлекает внимание целого ряда исследовательских дисциплин, в этом понятии обнаруживается множество слоев, в каждом из которых должно применять свои методологические подходы. Свой подход имеет и социологическая наука, для которой отправной точкой становятся действия индивидов с присущей им сложной, в том числе не экономической мотивацией.

Среди ученых-социологов наблюдается широкий спектр суждений, раскрывающих современное содержание категории "предпринимательство" Нурбекова Ж.А. выделяет несколько подходов:

1. К категории "предпринимательство" относят только специфическую деятельность, связанную с риском и инновациями. Так, предприниматель - это человек, обладающий капиталом, который рискует и применяет научно-технические новшества.

2. Предпринимательство рассматривается с учетом специфики особенностей преобразования, происходящих в экономике страны. Предпринимательская деятельность в различных сферах производства комбинирует факторы производства. Предпринимателем может быть любой человек, действия которого приносят доход.

3. Предприниматель в своей сфере деятельности, выступает как новатор, а само производство, как форма деятельности, способствует трансформации всего общества<sup>1</sup>.

В ряде научных трудов под малым предпринимательством понимается деятельность, осуществляемая относительно небольшой группой лиц, или предприятие, управляемое одним собственником.

Как видно из самого определения, "малое предпринимательство" - это предпринимательская деятельность, осуществляемая субъектами рыночной экономики при определенных установленных законами, государственными органами или иными представительными организациями критериях, определяющих сущность этого понятия.

Анализ литературы по малому и среднему бизнесу свидетельствует о том, что однозначного критерия отнесения к малому или крупному предприятию не существует. Но все же были предприняты попытки классификации предприятий на малые, средние и крупные. Применяющиеся при этом критерии можно подразделить на количественные и качественные.

Как показывает нам мировая практика, основными количественными критериями, на основе которых предприятия различных организационно-правовых форм относят к субъектам малого и среднего бизнеса, является в первую очередь средняя численность работников, занятых на предприятии. Как правило, наиболее общими критериями является численность работников, размер уставного капитала, величина активов, объем оборота (прибыли, дохода).

Вместе с тем в Европейском Сообществе с 1 января 1995 г. к предприятиям малого и среднего бизнеса относят то, как показано в таблице 1.:

Таблица 1.

Критерии	Малые предприятия	Средние предприятия
Количество занятых работников	До 50 человек	50-250 человек
Годовой оборот	4000000 евро	16000000 евро
Сумма баланса	Не менее 2000000 евро	Не менее 8000000 евро

Данные критерии являются верхними пределами, но могут быть законодательно изменены в зависимости от необходимости применения отдельных мероприятий в некоторых отраслях.

К основным качественным критериям можно отнести систему управления, организацию, рынок сбыта, производство, исследования и проектирование, финансы, снабжение и материальное хозяйство.

Некоторые ученые<sup>2</sup> предлагают следующие качественные характеристики малых предприятий:

- владелец существенным образом участвует в управлении предприятием;
- руководство состоит из одного человека или небольшой группы;
- порядок финансирования не связан с рынком капитала;

- предприятие является источником существования владельца и его семьи;
- известно личное отношение владельца к сотрудникам предприятия;
- руководство предприятия не зависит от воли третьих лиц, не связанных с предприятием;
- система принятия решения очень редко имеет формализованный характер.

Малые предприятия могут создаваться во всех отраслях экономики на основе любых форм собственности, включая смешанные, и осуществлять все виды хозяйственной деятельности, если они не запрещены законодательством Кыргызской Республики и отвечают целям, предусмотренным в их уставе. Для осуществления видов деятельности подлежащих лицензированию, малое предприятие обязано получить такую лицензию.

Приведем критерии отнесения предприятий к субъектам малого и среднего бизнеса в Кыргызской Республике. Согласно Указа Президента Кыргызской Республики от 17 февраля 1998 г. основными критериями являются средняя численность занятых на предприятии работников и объем оборота.

В таблице 2 приведены показатели средней численности занятых на предприятии работников, а в таблице 3 размеры доходности предприятий.

Таблица 2

	В производственной сфере	В непроизводственной сфере
Малые предприятия,	До 50 человек	До 15 человек
в т.ч. особо малые	До 15 человек	До 7 человек
Средние предприятия	51-200 человек	16-50 человек

Таблица 3

	В производственной сфере	В непроизводственной сфере
Малые предприятия,	До 500000 сом	До 500000 сом
в т.ч. особо малые	До 150000 сом	До 230000 сом
Средние предприятия	500000-2000000 сом	500000-2000000 сом

В сферу малого предпринимательства в Кыргызской Республике входят: малые предприятия (коммерческие); крестьянские, фермерские хозяйства; физические лица, занятые индивидуальной предпринимательской деятельностью. К сфере среднего предпринимательства относят средние предприятия. Малые и средние предприятия включают в себя государственные предприятия, производственные кооперативы, общества с ограниченной ответственностью, акционерные общества и т.д.

Существуют следующие формы организации предпринимательской деятельности:

- индивидуальная;
- коллективная;
- корпоративная.

Под субъектами малого и среднего бизнеса понимаются коммерческие организации (коллективной или корпоративной формы), принадлежащие одному или нескольким юридическим лицам, а также

физические лица, занимающиеся индивидуальной предпринимательской деятельностью без образования юридического лица.

В соответствии с законодательством Кыргызской Республики юридическим лицом признается организация, которая имеет в собственном введении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам всем принадлежащим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. Юридические лица должны иметь самостоятельный баланс или смету. Представительства и филиалы не являются юридическими лицами. Они наделяются имуществом юридического лица, создавшего их и действуют на основании утвержденных им положений. Представительства и филиалы должны быть указаны в учредительных документах создавшего их юридического лица.

Юридические лица подразделяются на коммерческие и некоммерческие организации. Коммерческими организациями являются юридические лица, преследующие в качестве своей основной цели извлечение прибыли, а некоммерческими организациями - не имеющие извлечение прибыли в качестве основной цели и не распределяющие прибыль между участниками. Однако некоммерческие организации могут осуществлять предпринимательскую деятельность лишь постольку, поскольку это служит достижению цели, ради которых они созданы.

Малое и среднее предпринимательство возникает при:

- Упрощении структуры управления крупной фирмы и вычлениении из ее состава нескольких малых предприятий и наделении их самостоятельностью.
- Часто их образуют ученые, инженеры, изобретатели, желающие как можно быстрее протолкнуть свои идеи, разработки, изобретения на рынок.
- Отсутствии на рынке ниш для крупного предприятия.

Таким образом, в Кыргызстане критерии отнесения к субъектам малого и среднего бизнеса уточняются и конкретизируются с учетом мировой практики; существуют разные формы предпринимательской деятельности и организационно-правовые формы предприятий.

Уже давно замечено, что предпринимательство и предприниматели играют огромную роль в экономической жизни общества: хозяйственном строе, основанном на частной инициативе, предприниматель является той центральной фигурой, которая своей энергией, находчивостью, способностями в значительной степени обуславливает благосостояние страны.

Мировая практика убедительно свидетельствует, что даже в странах с развитой рыночной экономикой малое предпринимательство оказывает существенное влияние на развитие экономики, решение со-

циальных проблем, увеличение численности занятых рабочих.

В ряде стран малый и средний бизнес составляет важную часть экономики. По численности занятых, по объему производимых и реализуемых товаров, выполненных работ и оказанных услуг субъекты малого и среднего бизнеса занимают ведущую роль. В нем сосредоточено от 45 до 75% всех работающих в экономике.

Доля малого и среднего бизнеса в общих объемах инвестиций, добавленной стоимости и оборотам колеблется от 20 до 60%, то есть является весьма значительной, хотя и уступает соответствующим показателям занятости.

Развитие в стране малого и среднего бизнеса является одним из направлений экономической реформы, способствующих развитию конкуренции, наполнению рынка товарами и услугами, созданию новых рабочих мест, формированию широкого слоя собственников и предпринимателей.

Конституцией Кыргызской Республики установлено право граждан на свободное использование своих способностей для осуществления предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической деятельности. Этим устанавливается экономическая и социальная роль малого предпринимательства.

Субъектам малого и среднего бизнеса, как субъектам рыночной экономики, присущи как преимущества, так и недостатки. Анализируя зарубежный и отечественный опыт малого и среднего бизнеса, можно указать на следующие его преимущества:

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

Также стоит заметить, что малые и средние предприятия располагают значительными конкурентными преимуществами, часто требуют меньшие капиталовложения в расчете на одного работника по сравнению с крупными предприятиями, широко используют местные материальные и трудовые ресурсы. Так, например, в Германии производство осуществляется на многочисленных малых предприятиях, ориентирующихся на японские фирмы, вследствие чего наблюдается более слабое, чем в других странах, влияние концерна IBM.

Было бы неправильно рассматривать малый и средний бизнес как конкурентов крупных предприятий или как слабых придатков крупного бизнеса. Опыт Японии, где многочисленные малые и средние

предприятия (См.: Табл. 4) представляют собой скорее дополнительную, чем конкурирующую силу для крупных предприятий, говорит о взаимодействии, а не о соперничестве.

Основой кооперации является субподряд, причем подавляющее большинство субподрядчиков – малые фирмы. Степень привязанности субподрядчика к подрядчику очень высока: большинство субподрядных фирм работает на сырье подрядчика.

Широкое использование кооперации с малым и средним бизнесом позволяет японской промышленности добиваться значительных успехов в конкурентной борьбе на мировом рынке, что хорошо видно на примере автомобилестроения.

Собственники малых предприятий более склонны к сбережениям и инвестированию, у них всегда высокий уровень личной мотивации в достижении успеха, что положительно сказывается в целом на деятельности предприятий. В условиях динамичного развития рабочей силы малые предприятия превращаются в главный источник достижений в области качества и производительности труда, а основным ресурсом технологического развития являются новые идеи, то есть высокая квалификация и творческая активность людей, занятых в производстве. Это ведет к применению традиционного механизма трудовой мотивации, к смене приоритетов в ней в направлении от интересов предприятия в целом к самоутверждению и индивидуальному успеху.

Таблица 4

**Средние и малые предприятия в Японии**

Показатель	Доля средних и малых предприятий в %
Число предприятий, в том числе:	99,2
Обработывающая промышленность	99,5
Оптовая и розничная торговля	99,4
Численность занятых, в том числе:	80,6
Обработывающая промышленность	74,4
Оптовая и розничная торговля	87,0
Объем продаж, в том числе:	66,0
Обработывающая промышленность	51,6
Оптовая и розничная торговля	80,4

Они также дают средство к существованию большему количеству людей, чем крупные предприятия, тем самым содействуют подготовке профессиональных работников и распространению практических навыков и знаний. Роль малого и среднего бизнеса в развитии предпринимательства во многом определяется численностью занятых работников, возможностью создания дополнительных рабочих мест. Этот сектор призван внести основной вклад в рост занятости населения, повышение доходов малообеспеченных слоев населения и сокращение бедности.

Субъекты малого и среднего бизнеса лучше знают уровень спроса на местных (локальных) рынках, часто товары производят по заказу конкретных потребителей.

В сфере малого и среднего бизнеса формируется рыночная среда, характеризующаяся борьбой малых предприятий за выживание путем повышения качества и разнообразия товаров и услуг. Особенно это заметно в предложении бытовых услуг, ремонтно-

отделочных работ, в производстве колбасных, хлебобулочных и кондитерских изделий.

К позитивной торгово-посреднической роли малых предприятий следует отнести и их участие в создании новых хозяйственных связей. Инициированная распадом СССР и либерализацией цен полная потеря ранее сложившихся каналов взаимосвязей между производителями, поставщиками и торговлей открыла широкое поле для деятельности малых предприятий по снабжению и сбыту продукции. Конечно, для новых хозяйственных связей в полном объеме нужен новый технологический каркас экономики с соответствующими рыночными высокоэффективными каналами движения товаров от производителей к потребителям. В стратегическом плане та-

кая роль малому бизнесу не по силам, так как требует больших капитальных вложений и многих лет создания. Однако малый бизнес мог бы сыграть роль катализатора первых шагов к новой системе внутриоперационных связей в кыргызской экономике.

**Литература:**

1. Нурбекова Ж.А. Предпринимательство в современном казахстанском обществе. -Алматы: Казак университети, 2005. -С.61.
2. Хучек М. Инновационность малых предприятий //Вестник Московского университета. Серия 6 "Экономика". №2. С. 58. 1997.

**Рецензент: д.соц.н., профессор Нурова С.С.**