

Джерела та література

1. Белов А. Прогноз долгосрочной конкурентной позиции компании как основа принятия стратегических решений. – ИКФ "Альт", 2002.
2. Гайдучький А.П. До питання оцінки інвестиційної привабливості аграрного сектора економіки // Економіка АПК. – 2004. – № 2. – С. 87–89.
3. Гаркавенко С.С. Маркетинг. – К., 2002.
4. Введение в экономическую теорию / Под ред. А.Я. Лившица, И.Н. Никулиной. – М., 1999.
5. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. – М., 1998.
6. Логинов Д. Маркетинговое позиционирование в системе стратегического планирования агробизнеса // Экономика сельского хозяйства России (Москва). – 26.11.2002.
7. Хорвард К., Эриашвили Н.Д., Соловьев Б.А., Цыпкин Ю.А. Маркетинг. Принципы и технология маркетинга в свободной рыночной системе. – М., 1999.
8. Dayan Armand, "Le marketing", "Presses Universitaires de France", 1986.
9. Ries Al., Trout Jack. Positioning. The Battle for your Mind. N.Y., McGraw-Hill, 1979; Bottom-Up Marketing, 1990.

Диденко А.Н.**ПРИМЕНЕНИЕ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В КРЫМУ**

Постановка проблемы. Из опыта стран с рыночной экономикой известно, о значительной роли и месте малого бизнеса (МБ) в развитии страны. Интенсивный рост в таких странах как США, Англия, Германия, Франция числа предприятий МБ, обуславливается появлением новых технологий, видов оборудования и техники, научных разработок, эффективно используемых именно в малом производстве. Этому также способствует рост образовательного и квалификационного уровня населения, работников, индивидуализация потребления, во многом изменившая направленность производства.

Производственные возможности малых фирм состоят из тех ниш, которые большие фирмы оставили пустыми, а малые видят в них возможность добиться наибольшей прибыльности. Причем малый бизнес не выступает чем-то изолированным от общей экономической системы, он является ее органической и неотъемлемой частью. Он содействует становлению новой социально-экономической среды и одновременно является ее продуктом [1].

Единство собственника и управленца (соединение в одном лице) обеспечивает малому предпринимательству такие преимущества, как адаптивность к меняющимся условиям, быструю на них реакцию, эффективность хозяйствования. Гибкость и мобильность МБ определяется также небольшой численностью занятых в нем работников. При этом мобильность важна не только в реакции на внешние условия. Быстрая реакция и переориентация внутри предприятия дают не меньший эффект.

Малые предприятия (МП), обладая большей мобильностью, чем крупные, способны быстро и адекватно реагировать на изменяющуюся экономическую ситуацию и колебания потребительского спроса. Они имеют еще ряд преимуществ, особенно привлекательных для региона, где осуществляют свою предпринимательскую деятельность:

- ориентация производителя в основном на региональный рынок;
- тесный контакт с потребителем;
- 3) поддержание занятости населения и создание новых рабочих мест;
- 4) выполнение вспомогательных функций по отношению к крупным производителям;
- 5) небольшой первоначальный объем инвестиций.

У предприятий МБ небольшие размеры. Им быстрее и дешевле перевооружаться, внедрять новую технологию и автоматизацию производства, достигать оптимального сочетания ручного и машинного труда.

Тем не менее, обладая указанными преимуществами, малые и средние предприятия действуют в условиях жесткой рыночной конкуренции, которую не все способны выдержать. Появление предприятий МБ сопровождается разорением многих существующих. На рынке они находятся в худших конкурентных условиях по сравнению с крупными фирмами. У них выше издержки производства в связи с небольшими сериями выпускаемой продукции и более низкий уровень квалификации кадров. На предприятиях МБ постоянно возникают сложности с информационным обеспечением, не хватает средств на продвижение продукта.

Велико значение и субъективных факторов: некомпетентность отдельных предпринимателей, несбалансированность опыта и знаний (например, опытный технолог, но слабый финансист). Нехватка знаний и опыта в коммерции, финансах, поставках, производстве и управлении. Поэтому создание развернутой и всесторонней системы государственной и общественной поддержки МБ – важнейшее условие его развития.

Трудности, которые испытывают предприниматели при организации МБ, зачастую вынуждают их от-

казаться от воплощения своей идеи в жизнь. Вот наиболее общие причины прекращения бизнеса, которые характерны для Украины:

- **полное отсутствие представления о том, как проводить в жизнь свои идеи, планы, замыслы;**
- недостаточная ясность в вопросе, с какими именно организациями необходимо иметь дело при создании своего бизнеса;
- сложности с регистрацией бизнеса и связанная с этим волокита;
- крупные расходы еще до начала создания фирмы или предприятия.
- жесткий прессинг налогового бремени.

Анализ последних публикаций в области малого предпринимательства ряда авторов Л.Н. Тэпмана [1] А. Блинова [2] В. Грудзевски и И Гейдук [3], Л Мосеевой [4], Е.Е Румянцевой [5], Г. Чурикова [6], А.В. Виленского и А.Ю Чепуренко. [7] показывает, что для того чтобы МБ действительно стал жизнеспособным, выполнял все задачи, для решения которых он предназначен в полном объеме и реализовал заложенный в нем потенциал, используя все свои преимущества, необходимы определенные усилия со стороны государства. Такие усилия должны быть всеохватывающими, действующими достаточно длительное время и направленными на получение эффективных результатов в самом МБ.

Необходимость в поддержке МБ предопределена тем, что его возможности, конкурентоспособность – будь то в области финансирования капиталовложений или в том, что касается горизонтов планирования своей производственной и особенно сбытовой деятельности – в любой рыночной системе существенно ниже, чем крупных предприятий [7]. Так, например, среднемесячная заработная плата одного работника МП в Крыму составляет 220,30 грн., что превышает уровень 2001г. на 35,94 грн. Этот показатель, однако, ниже, чем в целом по предпринимательскому сектору на 91,56 грн. и в целом по республике – на 110,96 грн. и малом бизнесе Украины в целом – на 3,73 грн. Анализ рентабельности операционной деятельности малого бизнеса свидетельствует о том, что если в целом по МП этот показатель составил минус 1,5% (+3,0% в 2001 г.), то на МП частной формы собственности +5,1%, а в государственной – уровень убыточности достиг 14,2% (против 10,9% в 2001 г.) [8]. Не лучше обстоят дела и с другими экономическими показателями деятельности МП Крымского региона. Данное обстоятельство заставляет нас обратиться к опыту зарубежных стран, как с устоявшимися рыночными отношениями, так и тем, которые раньше Украины начали переход к рынку.

В связи с изложенным, *основной целью данной работы* является выявление положительного зарубежного опыта МБ и определение возможностей их применения в Украине, в частности в Крыму.

Известно, что наибольшие трудности, которые испытывают МП – это: высокие налоги, сбыт, сложности с оборотными средствами и аренда помещений.

Очевидно, что высокие налоги – это общая черта украинской экономики. Основные решения по снижению налогообложения МП должны приниматься на государственном уровне. Высокие налоги препятствуют нормальному развитию МП, загоняют его в теневой сектор, а проблема сбыта – это постоянная проблема для предпринимательской деятельности в конкурентной экономике. Ограниченность собственных средств у МП, с одной стороны, и отсутствие на рынке предложения финансово-кредитных услуг для МП на приемлемых для них условиях с другой обуславливают нехватку оборотных средств. В этих условиях улучшить положение могли бы кредитные кооперативы. Этот путь прошли многие страны, в которых сегодня мощный сектор малого предпринимательства в значительной степени подпитывается финансовыми ресурсами, поступающими от кредитных союзов, кооперативов, касс взаимопомощи и других структур финансового рынка [7].

По мнению Г Чурикова из России, в которой экономические условия существования МП находится в сходных условиях [6], роста значения сектора малого и среднего предпринимательства в экономике страны не добиться, пока не будет создана нормальная правовая база для его существования, не будут устранены главные препятствия на пути его развития. А это значит, необходимо сформировать эффективную налоговую политику, значительно упростить систему бухгалтерского учета и отчетности, устранить административные барьеры, организовать доступ к финансово-кредитным и имущественным ресурсам.

Интересно предложение президента союза предпринимателей России Е.М. Примакова, касающиеся исправления существующего неудовлетворительного положения в этой сфере. По его мнению, чрезвычайно важно расширить меры и способы поддержки МБ, особенно промышленно ориентированного. При этом он считает крайне актуальной передачу МБ в компетенцию региональных и местных властей, естественно, вместе с налогами. Кроме того, Примаков предложил ограничить общую налоговую нагрузку на МБ, которая не должна превышать 20% валового дохода компаний, а также увеличить установленный законом ограничитель годового оборота для МП с 15 до 40 – 60 млн. руб.[6].

Не менее интересной была его идея о необходимости поддержки МП со стороны крупного бизнеса. Действительно, в последние годы крупные организации-монополисты нередко использовали опыт российской бюрократии в части возведения различных барьеров на пути малого предпринимательства. А жизнь показывает, насколько важным является налаживание партнерства между ними. В этой связи большой интерес приобретают технологии «бизнес-инкубирования». За рубежом это обычная практика. Хотя в крупных украинских компаниях также имеются все необходимые условия для целенаправленного «выращивания» МП посредством обеспечения их комплексом услуг и ресурсов на льготных условиях. Имеется в виду предоставление неиспользуемых площадей, обеспечение средствами связи, оргтехникой, необходимым оборудованием, бухгалтерское и юридическое сопровождение и т.п.

Трактовка категории МБ в Беларуси соответствует общепринятому в мировой экономической практике понятию как деятельности, не связанной с какой-либо определенной формой собственности или размерами производства. Вместе с тем в «Законе о предпринимательстве» от 1991 г. в качестве ключевой характеристики предпринимательства принято только получение прибыли или дохода, и в этом смысле понятие МБ фактически совпадает с понятием коммерческой деятельности. Развитие законодательства в данном направлении свидетельствует о том, что МБ на официальном уровне в Беларуси (РБ) пока не рассматривается как один из ключевых факторов роста экономики, как в государственном, так и негосударственном секторе, как в малых, так и в средних и крупных предприятиях.

В целом же статистическая информация о развитии предпринимательства в РБ отсутствует: не разработана соответствующая методическая база в рамках Министерства статистики и анализа РБ, как следствие – не собирается необходимая информация, отсутствуют научно-практические исследования по развитию предпринимательства, и по оценкам эффективности системы стимулирования его развития.

В Польше динамичное развитие МБ во многом способствует общеэкономическому росту. Однако его активность сдерживается финансовыми барьерами. Основным источником инвестиций пока остаются собственные ресурсы предприятий и семейные ссуды. Банковские кредиты применяются ограниченно из-за высоких процентных ставок и отсутствия гарантий для банков. До недавнего времени предприятие считалось малым, если число работающих не превышало 200 человек. Сейчас этот предел дифференцирован. Так, в обрабатывающей промышленности и строительстве предприятие относится к малым, если на нем занято от 6 до 50 человек, включая надомных работников, агентов, собственников и членов их семей [3].

В настоящее время на более чем 2 млн. малых и средних предприятий занято примерно 60% трудоспособного населения. На них приходится почти 50% ВВП, они вносят значительный вклад в государственный бюджет. В целом в 1990–1994 гг. занятость в МБ возросла на 1,5 млн. человек.

Темпы роста производства в частном секторе выше, чем в государственном. Так, в 2000 г. продажи продукции в частном секторе увеличились на 34,7% по сравнению с предшествующим годом, тогда как в государственном снизились на 6,5%.

Как показывают исследования, в Польше на собственные ресурсы приходится 50-90% средств, используемых в секторе МБ. Часто их оказывается недостаточно для нормальной работы предприятий. Эти ресурсы дополняются займами и предоплатами партнеров (такую практику отмечают 50% опрошенных фирм), а также поддерживаются благодаря продлению сроков погашению кредитов и т.п. Банковскими кредитами для финансирования капиталовложений и оборотного капитала пользуется ограниченное число фирм (16%). В то же время 36% малых фирм не имеют связей с банками.

Предприниматели указывают, что использование банковских кредитов затрудняется из-за высоких процентных ставок (63% фирм) и требования гарантий, отсутствие которых стало непреодолимым препятствием для большинства малых предприятий. Тем не менее, 75% малых фирм пытаются получить банковские кредиты. Очень часто причиной отклонения заявки или назначения высокого процента за кредит являются слабая профессиональная подготовка и недостаток опыта банковского служащего.

Наиболее часто практикуется косвенная форма финансирования, предполагающая создание специальной партнерской группы, которая подбирает как фирму, нуждающуюся в финансовой поддержке, так и первичных доноров (например, частных лиц, банки, страховые компании, промышленные предприятия и т.п.), а также оказывает обеим сторонами информационно-консультационные услуги.

В свою очередь косвенное финансирование осуществляется в двух вариантах. При первом основной донор включается в качестве держателя акций в венчурное партнерство. Предоставляемый им капитал образует инвестиционный фонд, за счет которого финансируется акционерный капитал рискованного предприятия. В этом случае донор берет на себя все расходы, включая убытки.

При втором варианте партнерство играет роль посредника, который ищет для донорского капитала определенное приложение. При такой форме менеджерам МП должна оказываться активная поддержка. Правовые процедуры оговариваются в контракте, который определяет роль венчурного партнерства в проекте.

Венчурному партнерству в разных странах присущи различные правовые и организационные структуры в зависимости от государственных институтов, поддерживающих его. Так, в США наиболее популярной организационной формой венчурного капитала является корпорация с участием банков и крупных компаний.

В условиях рынка значение МБ очень велико, так как он обостряет конкуренцию и тем самым укрепляет всю хозяйственную систему. Например, в Германии из 2 млн. предприятий к категории малых и средних относятся 95%. На их долю приходится 62% рабочей силы страны, 57% национального дохода и 41% годового объема капиталовложений. Особенно сильное влияние МБ оказывает на занятость. Опыт Германии показывает, что рост занятости в этом секторе часто сопровождается ее относительным снижением на крупных предприятиях. За последние 10 лет на МП (менее 20 работающих) число занятых возросло на 600 тыс. человек, а на более крупных (21 – 100 работающих) – лишь на 90 тыс.

Правительства многих стран поддерживают малый бизнес с помощью специальных программ. Так, Министерство экономики Германии имеет программу по венчурному капиталу для МБ, который на 50% может быть обеспечен правительством. Практикуются также субсидии по исследовательским контрактам с научными институтами и оказывается информационная помощь по линии торгово-промышленной пала-

ты или специальных государственных информационных центров и консалтинговых агентств.

В настоящее время в Германии насчитывается более 3,3 млн. МП и индивидуальных предпринимателей в ремесленном производстве, промышленности и непромышленных отраслях, торговле, сфере услуг и свободных профессий. Это более 99% предприятий налогоплательщиков. На МП приходится почти 70% рабочих мест, они обеспечивают обучение примерно 80% всех молодых специалистов страны, платят около 45% налогов с оборота, осуществляют 30% немецкого экспорта. В 1999 г. они сосредоточили 46% валовых инвестиций и 57% ВВП Германии. Справедливо поэтому рассматривать МП как стеновой хребет немецкой экономики.

В Германии приоритет отдается самостоятельности предприятий, а не государственной поддержке. В интересах экономики в целом государство не вправе сдерживать в среднесрочной и долгосрочной перспективе естественные изменения рыночных условий. Это означает, что неэффективные предприятия и отрасли, которые не в состоянии к ним адаптироваться, должны уйти с рынка. Государство также не вправе защищать МП от конкуренции в условиях рыночной экономики. Упор делается на использование рыночных механизмов. Принимаемые меры направлены преимущественно на решение проблем, возникающих по поводу не эффективности МП, а их небольших размеров по сравнению с крупным бизнесом. Облегчается, например, доступ МП к рынкам капиталов и новым технологиям.

В Германии в отношении деятельности МП решения принимаются на уровне федерации, земель, городских и земельных округов, общин и во все большей мере в этом участвует Комиссия ЕС в Брюсселе.

Государственная поддержка малого и среднего бизнеса (МСП) в Германии включает более 500 программ федерального и регионального значения, содействующих инвестиционной активности. Инвестиции служат важнейшей предпосылкой появления на рынке новых предприятий и адаптации уже существующих к постоянным изменениям в экономике и инновационной сфере. Содействие выражается в предоставлении технологий и соответствующей экономической информации, а также финансировании из государственного бюджета экономических и технических консультаций и мероприятий по обучению и повышению квалификации сотрудников и руководителей. МСП [9].

Кроме того, оказывается помощь в формировании начального капитала предприятия, когда речь идет о преимущественно долгосрочных вложениях, например в рационализацию, модернизацию, расширение, преобразование производства.

К инструментам региональной поддержки наряду с надбавками и субсидиями применяется льготный порядок амортизации, в первую очередь для инвестиционных кредитов в рамках государственной программы по восстановлению экономики восточных земель (максимальная сумма кредита составляет 1 млн. марок на срок от 5 до 20 лет с освобождением от погашения на первые 5 лет; твердая процентная ставка на 20 лет – около 5% годовых).

Во всех федеральных землях выдают кредиты на 10 лет под 5,6% годовых. По данным федерального министерства по экономике и технологиям, в 2001 г. на финансирование инвестиций в уже существующие МСП из государственных кредитных фондов и в рамках утвержденных программ развития МП выделено около 20 млрд. марок.

В США помощь малым фирмам предоставляется федеральным правительством, а также крупными компаниями. Осуществляются прямые инвестиции в малый бизнес, оказывается содействие в производстве и сбыте, научных исследованиях, маркетинге.

В Швеции специфической формой поддержки инициатив МСП являются региональные фонды развития. Им разрешается взаимодействовать только с компаниями, в которых работает на более 200 человек (за исключением предприятий розничной торговли, общественного питания и ресторанов, консалтинговых фирм). Фонды занимаются подготовкой кадров, консультируют и финансируют МП, тесно сотрудничают с региональными властями, банками и другими учреждениями в регионе. Они также предоставляют кредиты с низкими ставками, дополняющими банковские кредиты. Обычно займы по их линии не превышают 20% стоимости имущества МП. Технологические сложные проекты кредитуются в размере 50% [3].

Одним из показателей, характеризующих предпринимательскую активность в стране, может служить число используемых патентов. Первое место среди 12 государств – участников СНГ занимает Российская Федерация – 123 патента, затем Молдова – 73, Украина – 71 и Беларусь – 70 патентов. На последнем месте среди стран Содружества – Таджикистан – 5 патентов на 1 млн. чел. (Для сравнения: в Японии, где применяется наибольшее количество инноваций в мире и соответственно зарегистрировано больше всего патентов, этот показатель равен 2 705). Общая проблема для стран СНГ – крайне низкая реализация инновационного потенциала, поскольку патентование отражает уже заключительную – промышленную стадию инновационного проекта [5].

На основании проведенного анализа можно сделать следующие *выводы и предложения*:

- поддержку следует фокусировать на тех группах и категориях МБ, которые не имеют быстрого оборота и не работают непосредственно на потребительском рынке (промышленно-производственного и инновационного профиля);
- в краткосрочной перспективе государственная поддержка должна быть направлена на приоритетные виды деятельности в Крыму (МП рекреационного комплекса и предприятия пищевой промышленности);
- в долгосрочной перспективе приоритетной поддержкой должны стать стартующие МП, инновационные и внедренческие (инжиниринговые) малые фирмы и семейные предприятия;

- в поддержке, нуждаются, также и наиболее успешные и быстро растущие МП. Для них чаще всего характерны трудности с пополнением оборотных средств.
- ставки налогов, уплачиваемых малыми предприятиями, должны быть минимальными, стимулирующими легальную деятельность предпринимателей;
- упростить учет настолько, чтобы не требовались специальные знания и значительные отвлечения времени и сил от производственной или коммерческой деятельности;
- ведение налоговой отчетности не должно быть сопряжено для малых компаний с необходимостью дополнительных расходов (приобретение специальных программ, привлечение специалистов и т.д.);
- все налоги и обязательные платежи должны включаться в единый налог;
- перечень исключений, не признаваемых расходами, должен быть закрытым;
- необходимо иметь возможность добровольного перехода на упрощенную систему лицензирования деятельности на муниципальном уровне;
- необходимо установить четкие критерии определения субъектов МБ, обеспечить простоту, трактуемость, полноту и замкнутость закона.

Особо следует обратить внимание на стартовые МП, поскольку большинство из них в принципе не может решить начальные проблемы без привлечения внешних ресурсов на максимально льготных началах. Формой поддержки на этом этапе может быть содействие в регистрации и получении необходимых для ведения бизнеса согласований и лицензий. Отсюда первостепенное значение приобретает эффективная работа государственных организаций, призванных оказывать подобные услуги.

Источники и литература

1. Тэпман Л.Н. Малый бизнес: опыт зарубежных стран: Учебное пособие для вузов / Под ред. проф. В.А. Швандора. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 287 с.
2. Блинов А. Государственная политика поддержки малого предпринимательства // Проблемы теории и практики управления. – 1996. – № 2. – С. 96–101.
3. Грузевски В. Гейдук И. Развитие малого предпринимательства в Польше // Проблемы теории и практики управления. – 1996. – № 2. – С. 90–95.
4. Мосеева Л. Развитие малого предпринимательства на Дальнем Востоке России // Предпринимательство. – 2002. – № 5–6. – С. 6–37.
5. Румянцева Е.Е. Развитие предпринимательства в Белоруссии и других странах СНГ // Экономика производства. – 2002. – № 6. – С.101–111.
6. Чуриков Г. Возможно ли ускоренное развитие малого бизнеса в России? // Предпринимательство. – 2003. – № 3. – С. 70–77.
7. Виленский А.В., Чепуренко А.Ю. Малый бизнес Москвы в 2000 г. Трудности, потребности в поддержке, поиск путей выхода из теневой экономике // Проблемы прогнозирования. – 2002. – № 1. – С.122–133.
8. Діяльність малих підприємств Автономної Республіки Крим у 2002 році.(статистичний збірник) Головне управління статистики в Автономній Республіці Крим. – 29.08 2003. – № 09.1-08/118-1575.
9. Брюммер Клаус. Система поддержки предприятий малого и среднего бизнеса в Германии // Проблемы теории и практики управления. – 2002. – №2. – С. 58 – 62.

Ермоленко А.Г.

ФОРМИРОВАНИЕ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В АВТОНОМНОЙ РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

Одним из основных средств достижения устойчивого развития экономики Украины является создание оптимальной структуры хозяйственного комплекса страны, ориентированного на удовлетворение потребительского спроса и повышение конкурентоспособности товаров и услуг. Реализация этой цели требует внедрения в практику хозяйствования новых методов регулирования экономики, которые должны учитывать рыночные отношения, поскольку Украина идет по пути построения экономики рыночного типа, поэтому

Проводимые правительством меры реформирования экономики (демонополизация, разгосударствление и приватизация хозяйствующих субъектов) обеспечили позитивные сдвиги в экономике – радикально изменили формы и отношения собственности; усилили роль и значение товарно-денежных связей; увеличили численность самостоятельных субъектов хозяйствования. Однако, как свидетельствует опыт Украины, смена формы собственности сама по себе еще не гарантирует появление эффективного собственника, высокую эффективность экономики и ее инвестиционную привлекательность. В мировой экономической практике обоснованно считается, что многие страны достигли высоких показателей благодаря вновь созданным малым фирмам, поэтому направление исследования данной статьи является актуальным.

Мировой опыт свидетельствует, что малые предприятия при всесторонней государственной поддержке могут способствовать созданию новых рабочих мест, насыщению рынка необходимыми товарами и ус-