

МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС: ЛОГИСТИЧЕСКАЯ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ФУНКЦИИ

ПАВЛОВА О. Н.

Белорусский национальный технический университет

Переход к рыночным отношениям и развитие различных форм собственности становится в нашей стране необратимым процессом. В этой связи большое значение для развития экономики страны имеют малый и средний бизнес, необходимые для дальнейшего подъема производства, увеличения выпуска товаров народного потребления, роста количества услуг, оказываемых населению. Малое предпринимательство – это объективно складывающийся сектор экономики, играющей важную роль в формировании рыночных отношений в стране. Более того, деятельность малых предприятий позволяет решать не только важные экономические, но и социальные, экологические и политические задачи. В частности, можно выделить следующие функции малого и среднего бизнеса:

- экономическую – реструктуризацию в виде перестройки структуры промышленного производства;
- маркетинговую – насыщение рынка товарами и услугами, так как именно малые предприятия способны оперативно реагировать на изменение потребительского спроса и за короткое время налаживать производство с учетом этого спроса;
- общегосударственную – укрепление экономической базы местных органов власти благодаря поступлениям значительной части прибыли малых предприятий в бюджет;
- мировоззренчески-методологическую – становление нового экономического мышления, связанного с рыночными отношениями;
- личностную – развитие предпринимательской инициативы и инновационных подходов;
- общегосударственную – освобождение государства и крупных предприятий от малорентабельных производств;

• инновационную – участие в инновационном проектировании и экспериментальном внедрении инноваций. Заметим, что в США на малые предприятия приходится более половины создаваемых инноваций, а на одно рабочее место на малых предприятиях инноваций внедряется в 2,5 раза больше, чем в крупном бизнесе [1];

• социальную – формирование фундаментальной основы устойчивого социального развития – «среднего класса»;

– создание новых рабочих мест, причем их стоимость обычно ниже в сравнении с крупным бизнесом;

– вовлечение в процесс общественного воспроизводства дополнительных трудовых ресурсов (пенсионеров, несовершеннолетних, многодетных матерей, инвалидов и др.);

• социально-идеологическую – формирование в обществе идеологии предпринимательства;

• экологическую – улучшение экологической ситуации. Малые предприятия выпускают продукцию небольшими партиями и наносят меньший вред окружающей среде, чем крупные. По отношению к ним, как правило, осуществляется более жесткий контроль со стороны санитарных служб.

Даже краткое перечисление задач, которые решаются с помощью малого и среднего бизнеса, свидетельствует о его высокой социально-экономической значимости.

Рассмотрим малый бизнес как сложную развивающуюся подсистему экономической системы в целом. Развитие его отдельных видов по-разному воздействует на экономику страны. Современная экономическая система включает в себя сложную комбинацию различных по масштабам подсистем: крупных, с тенденцией

к монопольным структурам, и небольших, создание которых определяется многими факторами. Это разнообразие способствует устойчивому развитию систем. 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 отмечен небывалый рост малых и средних предприятий, особенно в сферах, где пока не требуется значительных капиталов, больших объемов оборудования и кооперации множества работников [2]. Это характерно для наукоемких производств, а также отраслей, связанных с производством потребительских товаров. Малое предпринимательство дополняет крупный бизнес и придает экономике в целом стабильность и устойчивость.

Малые и средние предприятия в экономической литературе последних лет объединяют в такие понятия, как «малое и среднее предпринимательство», «малый сектор экономики» [3, 4]. Понятие «малое предпринимательство», с точки зрения международной деловой терминологии, не имеет аналогов и является сугубо отечественным вариантом перевода термина «small business». Однако «малый бизнес» и «предпринимательство» – понятия взаимосвязанные, но не эквивалентные. Владелец малого бизнеса, или собственник малой фирмы, управляющий своим делом, – всегда предприниматель, но не всякое предпринимательство есть малый бизнес.

Направления анализа экономической сущности малого бизнеса весьма разнообразны. По меньшей мере, они определяются двумя обстоятельствами: во-первых, малый бизнес объективно существует и развивается как некая целостность, реальный сектор экономики национального, регионального, местного масштабов; во-вторых, он является, как уже отмечалось, особым типом предпринимательской деятельности.

Подход к малому бизнесу как реальному сектору экономики включает в себя выявление единства двух сторон общественного производства: организационно-технической и социально-экономической. Первая сторона представлена производительными силами, т. е. совокупностью материально-вещественных элементов производства, рабочей силы и форм организации производства. Вторая – производственными отношениями, образующими общественную форму производства. В контексте анализа экономической сущности малого бизнеса исключительно важно иметь в виду, что именно формы организации производства становятся объективной основой образования предприятий различных размеров и ключом к пониманию экономической сущности малого бизнеса.

Мелкие и средние предприятия не являются уменьшенной моделью или промежуточным этапом в развитии крупной фирмы, это особая форма предпринимательства со специфическими чертами и законами развития. Предпринимательство в масштабе малого предприятия обладает рядом качественных особенностей, которые обеспечивают гармонизацию интересов и оптимизацию управленческих решений:

- единство права собственности и непосредственного управления предприятием;
- обозримость предприятия и прозрачность бизнеса. Ограниченность его масштабов вызывает особый личностный характер отношений между хозяином и работником, что содействует большей заинтересованности персонала в делах предприятия, высокой степени удовлетворенности трудом;
- небольшие рынки ресурсов и сбыта, не позволяющие фирме оказывать сколько-нибудь серьезного влияния на цены и общий объем реализуемого товара;
- персонифицированный характер отношений между предпринимателем (менеджером) и клиентами, поскольку, малое предприятие рассчитано на обслуживание узкого круга потребителей;
- особое значение роли руководителя в жизни предприятия. Он сам полностью ответствен за результаты хозяйствования не только из-за имущественного риска, но и вследствие

своей непосредственной включенности в производственный процесс;

- семейное ведение дела. Оно наследуется родственниками хозяина, и это способствует их прямой вовлеченности в деятельность предприятия;

- локальный характер финансирования. Если предприятия-гиганты черпают необходимые ресурсы главным образом на фондовых биржах, то малое предприятие полагается на сравнительно небольшие кредиты банков, собственные средства;

- гибкость и оперативность в принятии и, что еще более важно, в исполнении решений. Представляется, что это одно из главных позитивных качеств малого предпринимательства;

- большую возможность для предпринимателя реализовать свои идеи, свои способности;

- отсутствие громоздких управленческих структур, простоту информационных связей, особый характер планирования и контроля;

- быструю адаптацию предприятия к местным условиям хозяйствования;

- высокий уровень личной мотивации в повышении эффективности работы малого предприятия;

- работодатель, к тому же использующий рабочую силу социально уязвимых слоев (женщин, инвалидов) и выполняющий в силу этого важную социальную функцию.

Итак, анализ качественных особенностей малого бизнеса показывает, что он функционирует на основе логистической методологии. Остановимся на этом подробнее. Методологию логистики можно рассматривать как способ наиболее оптимального решения задач достижения эффективного производства для удовлетворения требований потребителя. Логистика предполагает определенное видение производства как процесса удовлетворения потребностей потребителя. Для этого необходимо рассматривать производство: 1) как совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих процессов, преобразующих входы в выходы; 2) как процесс управления ресурсами, к которым относятся товарно-материальные ценности, финансовые потоки, человеческие ресурсы, а также временной ресурс; 3) все процессы подчи-

нены единым интегративным целям, которые осуществляются в виде процессов планирования, внедрения и контроля (цикл Деминга); 4) движение материальных и финансовых ресурсов сопровождается потоками информации, на основе которых и происходит управление материальными ресурсами. Таким образом, под логистикой в широком смысле понимается наука об управлении материальными потоками и информацией от поставщика до конечного потребителя с целью минимизации издержек, призванная обеспечить максимально возможное удовлетворение нужд потребителя [5].

Перейдем к более подробному рассмотрению социально-экономических функций и особенностей малого бизнеса. Развитие малого бизнеса встречает значительное сопротивление в экономической и социальной среде [6]. К препятствиям на пути развития малых предприятий, а значит, и малого бизнеса относятся:

- ограниченность источников финансирования и постоянная нехватка капитала. Малые предприятия полагаются на небольшие кредиты банков, собственные сбережения, денежные средства друзей, родственников;

- высокий уровень риска в предпринимательской деятельности вследствие большой зависимости от воздействий внешней среды, колебаний экономической конъюнктуры, политической обстановки, изменения законодательства и так далее;

- частая недогрузка основных фондов, сложности со своевременным получением качественного сырья;

- зависимость от крупных фирм;

- зависимость от диктата рынка, на котором работает предприятие, в связи с малыми масштабами производства;

- локальность ресурсных и сбытовых рынков, не позволяющих предприятию оказывать сколько-нибудь серьезного влияния на цены и объем реализуемого товара;

- осторожность хозяйствующих партнеров при заключении договоров на поставку материально-сырьевых ресурсов;

- зачастую низкая капитализация прибыли, означающая, что владельцы малого предприя-

тия направляют на совершенствование (расширение основного капитала) лишь малую часть доходов;

- большая степень зависимости от системы государственной поддержки малого предпринимательства.

В силу этих и ряда других причин происходит частое разорение малых предприятий. Более половины малых предприятий разоряются в первый год работы [7]. Причем основная причина – низкая предпринимательская компетенция, под которой понимается набор умений, способностей и навыков предпринимателя-руководителя предприятия использовать наилучшее сочетание ресурсов производства (деньги, имущество, рабочую силу, информацию, природные ресурсы), самостоятельно принимать наилучшие решения, идти на допустимый, оправданный риск.

Анализируя преимущества и недостатки малых предприятий, нельзя не указать их относительность в том смысле, что достоинства и недостатки проявляются на базе сравнения данных хозяйствующих субъектов с крупными предприятиями. Следует подчеркнуть еще один аспект относительности в оценке малого бизнеса. В зависимости от обстоятельств отдельные преимущества малого предприятия становятся его недостатками и наоборот. Примеров таких взаимопереходов достаточно много. Так, неформальный тип взаимоотношений с клиентами, позволяющий быстро реагировать на запросы, зачастую оборачивается высоким уровнем зависимости малых предприятий от небольшого числа потребителей. В случае изменения рыночной конъюнктуры или появления новых товаров-заменителей малое предприятие теряет рынок сбыта и разоряется. В то же время упоминавшийся выше недостаток – недогрузка основных фондов – позволяет малому предприятию в промышленности (при изменении спроса) быстрее диверсифицировать производство и выживать в новых условиях рынка.

Каково же будущее малого предпринимательства в нашей стране? Динамизм, развитие и диверсификация форм малого и среднего предпринимательства дают основание предполагать, что в обозримом будущем этот сектор эконо-

мики будет интенсивно развиваться, учитывая следующие обстоятельства:

1. Тенденции научно-технического прогресса, которые проявляются по следующим направлениям:

- дальнейшее развитие электрификации производства;
- техническое совершенствование орудий труда и их миниатюризация;
- компьютеризация производства;
- замена традиционных материалов искусственными;
- развитие транспортных средств и средств передачи информации.

Расширение электрификации производства уравнивает техническую базу крупных, средних и малых предприятий. Следовательно, и на малых предприятиях может повышаться эффективность производства за счет внедрения новой техники и технологии производства. Дальнейшая миниатюризация машин и оборудования резко сокращает потребность в дорогостоящей производственной площади. Использование искусственных материалов вместо традиционных расширяет материальную базу малых предприятий и резко снижает затраты на обработку материалов. Развитие транспортных средств, особенно автомобильного транспорта, резко увеличивает возможности малых предприятий в расширении рынка сбыта продукции и закупок сырья. Развитие средств передачи информации и компьютеризация облегчают доступ к банкам данных, контакты с поставщиками и клиентами.

2. Изменение состава рабочей силы малого предпринимательства в направлении увеличения доли работающих студентов, пенсионеров, домохозяек. Данные категории работников мало привлекательны для крупных предприятий, однако вполне могут участвовать в семейном бизнесе и других формах малого предпринимательства.

3. Индивидуальное потребительское поведение ведет к тому, что снижается производство стандартизированных товаров и увеличивается производство товаров с узкоспецифическими характеристиками, производимыми для определенных групп потребителей. Следствием

такой дифференциации спроса является постоянное увеличение количества заказов на изготовление единичной и мелкосерийной продукции, производство которой экономически более выгодно сосредоточить именно на малых и средних предприятиях.

ВЫВОД

Характеризуя экономическую сущность малого и среднего бизнеса как особого сектора экономики национального, регионального, местного масштаба и особый тип предпринимательской деятельности, можно сделать вывод о том, что количественные факторы, связанные с относительно небольшими масштабами производства, порождают качественные особенности малого и среднего бизнеса. От уровня развития малого и среднего бизнеса во многом зависит результативность трансформационных процессов, происходящих в экономике нашей страны.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Анискин, Ю. П.** Организация и управление малым бизнесом: учеб. пособие / Ю. П. Анискин. – М., 2002.
2. **Барьеры** на пути развития малого предпринимательства в Беларуси / Ф. Вельтер [и др.] // БЭЖ. – 2000. – № 1. – С. 72.
3. **Мазоль, С. И.** Экономика малого бизнеса: учеб. пособие / С. И. Мазоль. – Минск: Книжный дом, 2004. – 272 с.
4. **Шулятьева, Н. А.** Малый бизнес в условиях рынка / Н. А. Шулятьева // Деньги и кредит. – 1992. – № 1. – С. 50.
5. **Шахмалов, Ф.** Малое предпринимательство в системе рыночных реформ: проблемы роста или выживания / Ф. Шахмалов // Вопросы экономики. – 1993.
6. **Морозов, В. А.** Малые формы с большим будущим / В. А. Морозов // Российское предпринимательство. – 2002. – № 7. – С. 30.
7. **СерEGIN, А. С.** Эффективность малого бизнеса / А. С. Серегин. – М.: Экономика, 1990.
8. **Труханович, Д. Н.** Логистические основы управления материальными ресурсами предприятия / Д. Н. Труханович // Вестник БНТУ. – 2006. – № 6.
9. **Шлындиков, В. М.** Малое предпринимательство / В. М. Шлындиков. – Минск: УП «Бестпринт», 2002.

Поступила 22.02.2007

УДК 001.895

МОДЕЛЬ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

ХОЧЕНКОВ В. А.

Белорусский национальный технический университет

Среди новейших тенденций труда в современном мире особое место занимает самосовершенствование организаций. Даже самое успешно работающее предприятие не может остановиться на достигнутом, потому что любая остановка чревата невосполнимыми потерями и отставанием.

Современные успешно работающие предприятия отличаются высокой динамикой внут-

ренних процессов. Перманентные перемены, постоянный поиск путей совершенствования во всех звеньях стали нормой жизни современных предприятий. Однако перемены не являются самоцелью. Перемены должны быть вполне определенными и конструктивными для предприятия, что накладывает вполне конкретные требования на руководителей. Последние, в свою очередь, должны обеспечить управле-