

УДК-33Т
ББК-65.9 (2Т)

**ФОРМИРОВАНИЕ
ИНФРАСТРУКТУРНОЙ
ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ
МАЛОГО БИЗНЕСА**

Сатторова Манзурахон Рахмоновна,
преподаватель кафедры информационных
систем в экономике Худжандского
государственного университета им. акад.
Б.Г. Гафурова (Таджикистан, Худжанд)

**FORMATION OF
INFRASTRUCTURE BASIS OF
SMALL BUSINESS
DEVELOPMENT**

Sattorova Manzurahon Rahmonovna,
claimant for candidate's degree of the
department of informational systems in
economy under Khujand State University
named after acad. B. Gafurov
(Tajikistan, Khujand)
E-MAIL: manzurahon.0508@mail.ru

Ключевые слова: малый бизнес, классификация малых предприятий, рыночная структура, экономика региона, конъюнктура рынка, конкуренция.

В статье рассматривается значение малых предприятий для обеспечения рыночной сбалансированности спроса и предложения. Говорится о том, что малые предприятия гибко реагируют на изменения конъюнктуры рынка, создают предпосылки для развития реальной экономической конкуренции и вынуждают предпринимателей быстро внедрять достижения научно-технического прогресса и оперативно перестраивать ассортимент товаров и организацию производства. Приводятся данные о численности малых предприятий и развитии в них производственно-коммерческой деятельности. Приводится анализ деления малых предприятий на категории. Говорится о том, что без развития предпринимательской деятельности и многообразия организационно - правовых форм малых предприятий, которые действуют исключительно на основе рыночных интересов, невозможно становление рыночных институтов. Отмечается, что начинающие предприниматели учатся именно на малых предприятиях и набирают опыт предпринимчивости и деловой активности.

Key words: small business, classification of small enterprises, market structure, region economy, market conjuncture, competitiveness

The article dwells on the importance of small enterprises for a provision of market balance between demand and supply. Small enterprises quickly react to market conjuncture changes, create prerequisites for a development of real economic conjuncture and compel enterprisers to instill the achievements of scientific-technical progress and to operatively rearrange manufacturing. The data on small enterprise development are adduced. A formation of market is impossible without the development of enterprising activities which function exclusively on the basis of market interests. The author remarks that namely at small enterprises businessmen gain the experience of professional skills; she divides small enterprises into categories.

В механизме обеспечения сбалансированности спроса и предложения на внутреннем рынке страны малые предприятия (МП) занимают важное место как одна из форм организации малого бизнеса. МП следует рассматривать как самостоятельные субъекты рыночной экономической системы. Они выполняют ряд функций, которые неэффективны для крупных предприятий. К числу их относится, прежде всего, функция освоения и экспериментального внедрения новых идей создания товара, апробирование через МП замыслов экономической реформы, связанной с приобретением предприятиями хозяйственной самостоятельности в условиях формирующегося рынка, а также среды для функционирования организационно-правовых субъектов, основанной на многообразии форм собственности [1].

МП способствуют формированию рыночной среды и активизации действия рыночных механизмов, поэтому создание системы МП обуславливает необходимость коренного изменения функции иерархического управления. Важное преимущество МП состоит в том, что они гибко реагируют на изменения конъюнктуры рынка, создают предпосылки для формирования предложений, соответствующих развитию реальной экономической конкуренции и вынуждают предпринимателей оперативно внедрять достижения научно-технического прогресса, соответствующие спросу потребителей. МП и их сеть становятся основой производства, и с учетом этого необходимо приспособлять производство товаров и их ассортимент к целям заполнения неосвоенных «ниш» рынка. Значение МП в становлении рыночной экономики возрастает, и это связано с тем, что позволяет полнее вовлекать и рационально использовать местные сырьевые ресурсы для производства нужных рынку товаров. Очень высока роль МП в переработке отходов промышленного производства и вторичного сырья, а также в снижении их потерь. МП, создаваемые в различных отраслях народного хозяйства, также могут стать источником расширения сферы приложения труда за счет трудоустройства женщин, школьников, студентов в удобное для них время, они играют большую роль в преодолении негативной тенденции сокращения объемов производства, сложившейся в начальный период перехода к рынку. Именно в этот период перехода к рыночным отношениям в республике и в Согдийской области более быстрыми темпами начали создаваться МП. Об этом свидетельствуют данные следующей таблицы:

Таблица 1. Динамика малых предприятий в РТ и Согдийской области за 2005-2013 гг.(4)

	2005	2010	2013	2013 в % к	
				2005	2010
Республика Таджикистан, ед.	1669	2865	4810	288	168
в %	100	100	100		
Согдийская область, ед.	423	670	1517	360	228
в % к итогу	25	23	31		

Источник: Статистический ежегодник Республики Таджикистан, 2014.–с. 221 и расчеты автора.

Анализ приведенных данных выявляет динамику развития МП и, следовательно, структурные изменения в национальной экономике. Если в 2005 г. общее число МП по Республике Таджикистан достигало 1669 единиц, то в 2013 году эта цифра достигла 4810 единиц, что в 2,9 раза больше. Более опережающими темпами возрастало число МП в

Согдийской области: если в 2005 г. число МП было 423, то в 2013 г. их число достигло 1517, что в 2,3 раза больше, а удельный вес МП Согдийской области в общем количестве МП РТ возрос с 25% до 31%.

Несмотря на преимущества МП, подтверждающие опыт многих зарубежных стран о наличии у МП огромных возможностей, решению данного вопроса в нашей стране, особенно на начальном этапе перехода к рынку, не уделялось должного внимания. Здесь необходимо учесть два обстоятельства: во-первых, промышленные предприятия, стремясь получить «эффект масштаба», специализируются на выпуске одного или весьма ограниченного числа видов продукции и выпускают их в большом количестве, и, во-вторых, МП заинтересованы в расширении и обновлении ассортимента продукции, и особенно в выпуске товаров, невыгодных для крупных промышленных предприятий.

Необходимо отметить, что для стабилизации и развития потребительского рынка, особенно на отдельных территориях или регионах, очень высоко значение МП в сфере производства товаров массового спроса. Поэтому наибольшее число МП создано в промышленности по производству товаров народного потребления. Однако отраслевая группировка МП, которая проводится агентствами по статистике, не полностью характеризует суть проблемы. Это связано с тем, что товары народного потребления производятся не только в промышленности, но и в других отраслях. Например, товары и услуги, связанные с использованием товара, производятся на МП, отнесенных к сфере бытового обслуживания, общепита, сельского хозяйства, транспорта и т.д. Расчеты, произведенные нами на основе первичных материалов, показывают, что МП, занимающиеся торговлей и оказывающие услуги, составляют около 4/5 от их общего числа.

Становление рыночной экономической системы отношений базируется на развитии предпринимательской деятельности и создании многообразных малых предприятий, действующих исключительно на основе рыночных принципов. В то же время, только цивилизованный рынок создает условия для нормального функционирования МП, которые, гибко реагируя на изменения конъюнктуры рынка, стремятся эффективно использовать ограниченные ресурсы и реализовать в практической деятельности научно-технические идеи.

Предпринимательская деятельность представляет собой самостоятельную деятельность граждан и их объединений, направленную на получение прибыли. Эта деятельность осуществляется на свой страх и риск и под имущественную ответственность в пределах определенных организационно-правовых форм предприятий [3]. В связи с этим первыми законодательными актами было предусмотрено развитие индивидуальных и семейных бизнес-предприятий на основе мелкогрупповой собственности, разнообразных товариществ, муниципальных предприятий и др. Следовательно, главной целью предпринимательской деятельности на основе создания бизнес-структур является прибыль. Но, вместе с тем, эти предприятия организуют свою деятельность на основании законов и согласно требованиям рынка, что позволяет работникам извлекать собственную выгоду и приносить пользу потребителям товаров и услуг и обществу в целом. Поэтому проблема повышения эффективности деятельности коммерческих структур в условиях действия законов конкуренции, рассматриваемая как экономическая борьба товаропроизводителей и продавцов за потребителя и покупателя, выходит на первый план.

Речь идет о быстром реагировании МП на изменение спроса покупателей как об одном из их основных преимуществ и об их способности организовать производство

недостающих товаров и услуг и оперативно насыщать ими рынок. Под влиянием конкуренции и повышения степени напряженности конкурентной борьбы, МП вынуждены производить и продавать высококачественную продукцию по минимальным ценам, удовлетворяющим рыночный спрос потребителей. В процессе этого они мобильно перемещают свои капиталы из одного вида деятельности в другой, например с производственного – в торговый, или внедряют в практической деятельности новые предпринимательские идеи по совершенствованию организации производства и реализации товаров и, следовательно, получают экономический эффект.

Основой развития малого бизнеса является инфраструктура, создающая условия для эффективного функционирования сети малых предприятий. В связи с этим особенно важно определить те предприятия, которые функционируют в инфраструктурной сфере и оказывают услуги МП. Органы статистики пока еще не ведут учет по такому признаку, а поэтому мы попытались их условно разделить на основе данных первичных отчетов с использованием результатов проведенного опроса руководителей МП.

Таблица 2. Динамика развития инфраструктуры малых предприятий по Согдийской области [5]

Основные показатели	2010			2013		
	Всего	В том числе инфраструктурная сфера	Удельный вес в % к итогу	Всего по Согдийской области	В том числе инфраструктурная сфера	Удельный вес в % к итогу
Число действующих МП, ед.	670	495	74	1517	1179	78
Среднесписочное число работников, чел.	4600	2914	63	8100	5808	72
Фонд зар. платы, тыс. сом.	14445	9731	67	44 000	32004	73
Выручка от реализации, тыс. сом.	300921	206666	69	11369976	1073703	9
Прибыль (+) Убыток (-), млн. сом.	9084	7611	84	29216	17384	60

Источник: Статистический ежегодник Согдийской области за 2014 г. и наши расчеты.

Организация малых предприятий и обеспечение их нормального функционирования в соответствии с законами рынка могут стать для многих начинающих предпринимателей школой, дающей возможность проявить свой талант, организаторские и предпринимательские способности в деле организации производства и реализации товаров, оказании услуг, а самое главное – удовлетворить свои желания свободного индивидуума – члена общества. Организовывая МП, предприниматели учатся и набирают опыт предприимчивости и деловой активности в осуществлении идей мелкого предпринимательства. Применяя индивидуальный труд и собственный накопленный капитал, приложив огромное желание, они стараются использовать возможности, созданные в стране для организации «своего дела». Но, вместе с тем, на пути формирования сети МП и

развития малого бизнеса возникают многочисленные и ничем не оправданные трудности. Как нам представляется, обеспечение развития и расширения сферы мелкого предпринимательства должно быть заботой местных органов власти и их непосредственной функцией. Они должны оперативно, в течение самого короткого отрезка времени (например за 1-3дня) решать вопросы создания МП и особенно в начальный период работы поддерживать их нормальное функционирование. Для этого необходимо организовать отделы или коммерческие центры при местных хукуматах (органах исполнительной власти), занимающиеся учетом, регистрацией и выдачей рекомендаций по организации и ведению маркетинговой и финансовой деятельности, оказанию технической и информационной помощи, подготовке и переподготовке высококвалифицированных кадров и др.

В теоретическом плане является необходимым уточнение понятия «малое предприятие». Так, в экономической литературе под общим термином «малое предприятие» обычно подразумевают мельчайшие, мелкие и малые предприятия [6]. Однако, как показывает опыт, эти предприятия существенно различаются по всем своим параметрам, и, следовательно, нельзя подводить их под этот термин. Среди существующих критериев разграничения МП на мельчайшие, мелкие и малые в странах, использующих рыночные структуры, предпочтение отдается размеру налогооблагаемого дохода. Преимущество деления МП по размеру налогооблагаемого дохода состоит в более дифференцированном подходе к организации государственной поддержки МП. Однако отсутствие достоверных данных о размерах дохода, получаемого МП, затрудняет использование этого показателя. Поэтому в основу группировки МП было бы целесообразно положить следующие показатели: численность промышленно-производственного персонала, стоимость авансированного капитала в основные производственные фонды, объем производства товаров и услуг. Классификация МП по численности занятых работников является очень простой, но при этом она дает более полное представление о размере предприятий и во многом определяет другие показатели хозяйственной деятельности. Исходя из этого, к первой группе – мельчайших - можно отнести предприятия с числом занятых от 1 до 3-х человек. Это могут быть семейные, товарищеские и родственные предприятия по выпуску одного, в редких случаях - двух видов продукции, небольшой магазин и столовая, парикмахерская на одно посадочное место и т.д. Поэтому создание мельчайших предприятий в основном предпочтительно в сфере услуг, торговли, индустрии питания и в некоторых отраслях агропромышленного производства, в частности в личных подсобных хозяйствах. Вторая группа - мелкие – это предприятия с числом работающих от 4 до 20 человек, занятые первичной обработкой сырья и материалов, заготовкой и переработкой овощей и фруктов, магазин по продаже промышленных товаров, ресторан или кафе в малых и средних городах или в районных центрах. К этой группе можно отнести также ателье по пошиву одежды и обуви, ремонтные мастерские, службу сервиса в гостиницах и др. Третья группа - малые – это заводы, фабрики и другие самостоятельные промышленные, транспортные, строительные предприятия с численностью работающих от 21 до 200 человек, действующие в условиях жесткой рыночной конкуренции. В США, например, к категориям малых заводов относятся предприятия с числом работников от 250 до 1500 человек. Они являются полностью самостоятельными и равноправными субъектами рынка, которые по своему усмотрению, на свой страх и риск производят и реализуют товарную продукцию и оказывают разнообразные услуги.

Наши расчеты показывают, что удельный вес МП по их числу в сфере торговли в 2013 г. составлял 37% от общего числа малых предприятий в Согдийской области. Второй по значимости является сфера предоставления услуг, и удельный вес её работников составил 27% от общей численности работников малых предприятий области.

В практике развитых стран МП чаще всего создаются при крупных промышленных предприятиях, используя их потенциал или работая под их заказ [2]. Это связано, во-первых, с высокой эффективностью организации производства на МП узлов, деталей и комплектующих изделий и оказания услуг по маркетингу и продвижению товаров, необходимых для крупного предприятия, которые покупать на стороне невыгодно или невозможно. Во-вторых, МП, пользуясь предоставленными льготами, занимаются трудоемкой работой по опытному изготовлению партий новых товаров или сервисному обслуживанию его клиентов. Следовательно, нам нужно использовать этот опыт и создавать МП при крупных промышленных предприятиях, где они функционируют более эффективно.

МП составляют основу малой экономики, и по уровню её развития можно сделать вывод о развитии всей экономики, ибо предприятия малого бизнеса приводят в движение большой бизнес. Поэтому такое сравнение справедливо: если крупные компании считаются костяком национальной экономики, то ее мускулами выступают предприятия малого бизнеса. Поскольку в малых фирмах сосредоточена часть научного и технического потенциала, именно они задают тон во многих направлениях экономики при производстве сложных и высококачественных товаров разного предназначения.

Список использованной литературы:

1. Абдугаффаров А. Закономерности становления и развития рыночных отношений в Республике Таджикистан. - Душанбе, 1995. – 170 с.
2. Абдусаматов Г., Юсупов А. Развитие предпринимательства за рубежом. – Худжанд, 1999. -140 с.
3. Закон РТ "О предпринимательской деятельности в РТ" от 1992 г.
4. Статистический ежегодник Республики Таджикистан, 2014. Душанбе: Агентство по статистике при Президенте Республики Таджикистан. – С. 221.
5. Статистический ежегодник. - Худжанд: Главное управление Агентства по статистике при Президенте Республики Таджикистан в Согдийской области, 2014.
6. Зикрияев Ф.Ф. Формирование и развитие маркетинговых структур в системе управления промышленностью (На материалах Северного промышленного региона Таджикистана) : Дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05/ Зикрияев Фаридун Фарходович. -Худжанд, 2000. 140 с.

Reference Literature:

1. Abdugaffarov A. Regularities of Development of Market Relations in the Republic of Tajikistan. Dushanbe, 1995.
2. Abdusamadov G., Yusupov A. Development of Entrepreneurship Abroad. –Khujand, 1994. -140 pp.
3. RT Law "On Business Activity in RT". 1992.
4. Statistical Annual of Tajikistan Republic. - 2014. Agency on Statistics under the Auspices of Tajikistan Republic President. – 221 pp.
5. Statistical Annual. –Khujand: Chief Directorate Agency on Statistics under the Auspices of Tajikistan Republic President in Sughd Viloyat, 2014.
6. Zikriyayev F.F. Formation and Development of Marketing Structures in the System of Management with Industry (on the materials of Nothern Tajikistan industrial region). Candidate dissertation in economy: 08 00 05/ Zikriyayev Faridun Farkhadovich. –Khujand, 2000. -140 pp.