

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

В современной экономике все более очевидными становятся две тенденции: рост объемов производства товаров массового спроса, с одной стороны, и индивидуализация потребления, с другой. Нарастание данного противоречия повышает роль и значение малого предпринимательства, способного его решить. Малому предпринимательству в России препятствует крайне неравномерное распределение человеческих ресурсов по ее территории. Развитие малых населенных пунктов, как опорной базы малого и среднего бизнеса, представляется разумной альтернативой росту мегаполисов.

Ключевые слова: малый бизнес, экономия, степень свободной (совершенной) конкуренции, имитация малой фирмы, воспроизводство человеческих ресурсов, инерционность, миграция, предприимчивость населения, территориальная неравномерность, государственное вмешательство.

V. Lopukhin

Prospects of Small Business Development in Russia

In modern economy, two tendencies become more and more obvious: the growth of volumes of manufacture of the goods of mass demand on the one hand, and individualization of consumption, on the other hand. An increase of this contradiction raises the role and value of the small business which is capable to solve it. The obstacle for the small business in Russia is an extremely non-uniform distribution of human resources on its territory. The development of small settlements as a base of small and medium business seems to be a reasonable alternative to the growth of big cities.

Key words: small business, economy, degree of the free (perfect) competition, imitation of a small firm, reproduction of human resources, inertial, migration, territorial non-uniformity, the state intervention.

Развитие малого предпринимательства в России является исторической необходимостью и альтернативы не имеет. По мере совершенствования общества и повышения качества жизни его граждан все более разнообразными становятся их потребности. При этом все отчетливее проявляются две тенденции:

рост объемов общественного воспроизводства, с одной стороны, и эксклюзивность индивидуального спроса, — с другой. Нарастание темпов стандартизации товаров в условиях глобализации приводит к увеличению объемов выпуска массовой продукции. В то же время все больше производится мелкосерийных изделий с множеством модификаций и растет число вариантов сопутствующих услуг, направленных на удовлетворение запросов самых капризных покупателей.

В том, что крупные предприятия не полностью вытесняют мелкие и мельчайшие предприятия, есть непреложная логика капиталистического производства. При массовом производстве речь может идти об «автомобиле любой марки любого цвета, при условии, что это будет Форд-Т черного цвета»¹. Удовлетворение запросов капризного потребителя «общества потребления» требует невероятного количества модификаций сходных и даже одинаковых товаров (например, — автомобилей, которые сейчас зачастую собирают и комплектуют под индивидуальный заказ прямо на заводе). Крупные предприятия стремятся окружить себя мелкими посредниками и производителями, себестоимость комплектующих у которых существенно ниже. Причина в том, что мелкие предприниматели не сидят в «башнях из слоновой кости», а непосредственно участвуют во всех фазах производственного цикла: не гнушаются отстоять у станка «несколько» больше, чем предусмотрено законом, подставить плечо под коробку с грузом, а потом сесть за руль развозного грузовичка, сэкономив в том числе на шофере и на экспедиторе. Легендарный руководитель мирового супергиганта «Sony» Акио Морита (Akio Morita) вспоминал: «Нашей компании удалось купить небольшой, бывший длительное время в эксплуатации грузовичок “Датсун”, который стоил в пересчете около ста долларов. Оказалось, что только Ибука и я, два старших руководителя компании, имели водительские права, поэтому нам приходилось доставлять наш товар, а также ездить за покупками и привозить на фабрику детали и материалы. Мы выполняли нашу работу “управляющих”, помогали грузить товары для доставки, заводили мотор, развозили товары и были на посылках» [6, с. 43].

Мелкие производители зачастую достигают экономии за счет привлечения членов семьи, использования личных жилых помещений в производственных целях и т. д. Как правило, они работают больше, получают меньше, не имеют никаких «социальных пакетов». Перекладывая, таким образом, часть себестоимости на «мелкоту», гиганты, сами того не ведая, растят своих смертельных врагов. Пример той же «Sony» свидетельствует: пока в крупных концернах идут исследования и заседания — надо или не надо браться за разработку нового товара, мелкие и сверхмелкие производители доводят товарные образцы до требований потребителя. Начав с выпуска комплектующих и «непонятных» товаров (типа магнитофона и транзисторного приемника), «Sony» стала мировым лидером в области электроники.

Степень свободной (совершенной) конкуренции среди мелких производителей несоизмеримо выше, чем среди крупных, где присутствует неявный ценовой и технический сговор. Для мелкого бизнеса жестокая конкурентная борьба является естественным состоянием, непосредственно вытекающим из его отличительных свойств. Сильные стороны мелких компаний связаны с их способ-

¹ Известное изречение Г. Форда.

ностью практически мгновенно реагировать на требования рынка и учитывать специфические запросы конкретного потребителя. Это своего рода состязание в гибкости, осуществляемое в условиях жесткого отбора. В Великобритании, например, во второй половине 1990-х годов ежегодно прекращало существование 11% всех зарегистрированных фирм. [4, с. 17]. Если учесть, что большинство ликвидированных фирм мелкие, то легко подсчитать, что за пять-семь лет вся совокупность мелких компаний практически полностью обновляется. То есть, следуя закону естественного отбора, слабые (неконкурентоспособные) вымирают, а сильные эволюционируют.

Для отдельной небольшой фирмы столкновение с монополией чаще всего заканчивается гибелью, знаменитым «удушением аутсайдера». Во взаимоотношениях мелкого бизнеса и крупного капитала роли распределяются иначе. Атакующей стороной часто выступают мелкие фирмы. Нещадно конкурируя между собой, мелкие фирмы одного сегмента рынка, действуя каждая сама по себе, тем не менее являются коллективным врагом для крупной корпорации, действующей в этом же сегменте. Любое упущение в производственной программе ведущей корпорации грозит безжалостным нападением, сходным с атакой пираний. Прочность позиций крупных фирм, таким образом, непрерывно проверяется множеством мелких компаний, подавляющее большинство которых ожидает поражение, но на смену им приходят новые. В целом действия мелкого бизнеса эффективно сдерживают свойственную гигантам тенденцию к застою.

Мелкие предприятия представляют самый крупный сектор экономики, создающий, по разным оценкам, более 60% ВВП. В начале XXI в. в большинстве капиталистических стран не менее половины всех занятых работали на мелких и мельчайших предприятиях (см. табл. 1). Для некоторых стран эта доля значительно выше. Так, в современной Японии половина всех трудящихся занята на одних только мельчайших фирмах, а мелкие и мельчайшие предприятия вместе дают работу трем четвертям японцев [5, с. 18].

Таблица 1

**Распределение занятых по предприятиям разных размеров
(в % ко всем занятым в экономике)**

Страна	Размер предприятия			
	мельчайшее	мелкое	среднее	крупное
Австрия	23,1	33,6	15,4	27,9
Бельгия	26,0	22,1	29,0	22,6
Великобритания	26,1	26,1	25,2	22,6
Италия	14,2	43,4	12,1	30,4
Франция	23,4	32,1	16,5	28,0
США	24,0	26,1	21,5	28,4
Япония	14,6	49,4	8,2	27,7

Мелкая фирма в современных условиях становится крупной не в ходе постепенного расширения производства традиционной продукции. Такой «эволюционный» путь для нее закрыт. Ведь само существование малой фирмы означает, что в избранной ею сфере деятельности крупное производство не имеет решающих преимуществ. При попытке механически расширить выпуск товаров

она столкнется и с противодействием других мелких производителей, и с давлением гигантов. Только инновации открывают возможность роста, а новые, еще не занятые сегменты рынка могут служить его долговременной базой.

Крупные фирмы зачастую организуют управление таким образом, что некоторые их подразделения можно назвать имитацией структур мелкой фирмы. Это политика осуществляется путем автономизации подразделений, приобретающих таким образом известную самостоятельность. Хрестоматийным примером является выделение десяти параллельных исследовательских групп, независимо работавших над проектом видеоманитофона в фирме «Sony».

14 мая 2008 г. Президент РФ Д. А. Медведев провел в Кремле совещание, на котором поставил задачу к 2020 г. довести число занятых предпринимательской деятельностью до 60–70% от всего активного населения страны. Для решения этой задачи необходимо существенно облегчить условия, в которых сегодня выживает малый бизнес, превратив его из полукриминального и по этой причине оцениваемого обществом не вполне должным образом, в уважаемую социально значимую деятельность, основу для формирования среднего класса.

На наш взгляд, существуют серьезные, в том числе и объективные, препятствия для развития малого предпринимательства в России. Одним из них является крайняя неравномерность распределения человеческих ресурсов по территории России. До 70% населения проживают на 10% территории. Безумный рост мегаполисов, в первую очередь Москвы, приводит к запустению некогда оживленных регионов. Уже сейчас в Московском мегаполисе проживает около 20 млн человек, т. е. приблизительно столько же, сколько на всей территории за Уралом. Не случайно раздаются голоса, что Сибирь и Дальний Восток — «ресурсная кладовая всего человечества, а не одной России» (Мадлен Олбрайт). Согласно геополитической концепции США, территория, на которой проживает менее 5 человек на 1 кв. км, считается «terra nullus» (с латинского — ничья земля). При запросах Москвы на строительство жилья и реконструкцию дорожной сети вопрос «Есть ли жизнь за МКАД?» из риторического скоро превратится в самую настоящую страшную реальность. Уже сегодня каждый седьмой россиянин проживает в Москве и Московской области. Как образно выразился декан социологического факультета МГУ, профессор, доктор социологических наук Анатолий Антонов, сейчас плотность населения на Урале и Дальнем Востоке такая же, какой была в каменном веке.

Запустение сельских районов ведет ко все большим проблемам с обеспечением населения продовольствием за счет собственного производства. Наряду с позитивными последствиями глобализации Россия обретает и болезни, к которым не имеет иммунитета, а потому они протекают в более острой форме. Новым фактором, оказывающим все более негативное давление на макроэкономическую ситуацию в стране, является инфляция [3]. В 2006 г. рост цен на продовольствие в мире составил в среднем 26%, в 2007 г. — уже 41%.

По разным оценкам, наша страна владеет 10–13% мировых запасов пахотных земель в целом, и в том числе от 40 до 60% самых продуктивных — черноземных. При этом население России составляет не более 2% от численности населения Земли. Эта диспропорция не может оставаться вечной. Либо россияне займут территорию своей страны, либо это сделают другие.

Вызывает тревогу отсутствие сколько-нибудь внятной государственной политики по решению демографической проблемы. Указанная проблема не решается отдельными, пускай и очень эффективными, мерами (типа так называемого «материнского капитала»). Между тем решения, которые предлагаются как способ преодолеть демографический тупик, многим исследователям представляются по меньшей мере скоропалительными и непродуманными. Нынешнюю демографическую ситуацию в значительной мере определяет прошлое, а будущую, текущее состояние воспроизводства человеческих ресурсов (и в плане воспроизводства человека, как существа биологического, и воспроизводство человека социального). Таким образом, воспроизводство человеческих ресурсов представляет собой систему с высокой инерционностью действия, в которой результаты казалось бы, оправданных шагов по прошествии лет могут оказаться ошибочными.

Исследование процессов, сопутствующих бесконтрольному росту городов, приводит к следующим выводам. Во-первых, растет люмпенизация значительной части городского населения, вызванная в первую очередь невостребованностью рынком труда внушительной доли граждан РФ трудоспособного возраста, особенно молодежи. Город не в состоянии обеспечить всех нуждающихся рабочими местами, причем парадоксальной является общая для всего так называемого «развитого» мира тенденция: местное население предпочитает оставаться безработным, чем занимать «непрестижные» рабочие места. Наличие низкооплачиваемых вакансий ведет к притоку рабочей силы из бедных стран. Во-вторых, относительно новым фактором в экономической жизни России является трудовая миграция. Мы идем не по самому лучшему пути, повторяя ошибки Европы, завозя «некультурную» рабочую силу. В ближайшей перспективе есть вероятность получения всех «прелестей» связанных с последствиями подобной слепоты. Во всех разрушительных социальных потрясениях разных эпох не нашедшая себе применения молодежь с ее обостренным чувством справедливости, легковерностью, скороподъемностью и способностью действовать, не задумываясь о последствиях, становилась средством достижения целей для политиканов и авантюристов [1]. Безработица среди молодежи выше, чем среди других возрастных групп, поскольку наиболее интенсивный поиск работы, соответствующей не только запросам, но возможностям индивида, сопровождающийся неизбежными пробами и ошибками, приходится на начальный этап трудовой активности человека. В 90-х гг. XX в. безработица среди молодежи почти вдвое превышала средний уровень по России. В 1997–2000 гг. она достигала 20–25%. Рост безработицы среди молодежи происходил в несколько раз активнее, чем среди лиц старшего возраста.

Специфика развития России в полной мере отразилась на социальной обстановке в обществе. После начала реформ в стране на улице оказалась целое поколение молодых людей. В результате миллионы человек оказались с двух сторон прилавка — одни торговали, другие грабили тех, кто торговал.

Еще одно не менее важное обстоятельство требует государственного осмысления. Предприимчивость населения России подавлялась веками. Трудно переоценить последствия тоталитаризма, но еще больше на менталитет народа повлияло крепостное право, просуществовавшее до второй половины XIX в. В результате «законопослушность» т. е. практически безоговорочное подчине-

ние власти снизило конкурентоспособность россиян (в первую очередь, русских) и не обеспечивает выживание в условиях экономической конкуренции. Именно здесь кроются корни бытовой нетерпимости, проявляющейся и в форме национализма, выплескивающегося кровью «иногородцев» на улицы наших городов.

Строительство «доступного» жилья в мегаполисах будет стимулировать дальнейший ускоренный отток населения из районов с трудными климатическими условиями и низким качеством жизни, особенно из сельской местности. Не требует доказательств факт того, что житель крупного города обходится государству в разы дороже, чем селянин или житель небольшого города. В ближайшей перспективе вследствие фатального обветшания инфраструктуры большие города, в том числе Москва, окончательно станут источниками непрерывных техногенных аварий и катастроф [2].

Между тем создание сетей малых предприятий на основе домашних хозяйств в регионах позволит решить проблемы развития России в комплексе, в том числе и восстановит макроэкономические пропорции. Если направить средства на развитие небольших городов, поселков и современных хуторских хозяйств, за равные деньги можно радикально изменить качество жизни гораздо большего числа россиян. За те же деньги, в какие обходится строительство жилья и развитие инфраструктуры в крупных городах, в малонаселенных районах можно не только построить жилье, но и создать рабочие места в небольших (и потому высокоэффективных) агропредприятиях, производящих сырье и перерабатывающих его в конечный продукт. Помимо реального улучшения качества жизни миллионов людей, равномерное заселение территории Российской Федерации обеспечит более рациональное использование ресурсов и будет препятствовать захвату территорий нежелательными мигрантами (так называемым явочным порядком).

Правила использования бюджетных денег на поддержку малого предпринимательства должны измениться в первую очередь на региональном уровне. Деньги из бюджета не должны расплываться по программам, смысл которых — «освоение» денежных средств. Государство должно создавать бизнесы и передавать их в аренду на условиях тендера с правом последующего выкупа. Дождаться, пока малые предприятия эволюционным путем достигнут конкурентоспособного уровня, у России времени не остается. Все большая интеграция в мировую экономическую систему, особенно грядущее вступление в ВТО, не оставляет никаких шансов начинающим малый бизнес на свой страх и риск. Современное малое предприятие требует крупных инвестиций, иначе окажется неконкурентоспособным. Предоставление благоустроенного жилья и реального малого предприятия молодой семье (в лизинг, со списанием части платежей с рождением или усыновлением каждого последующего ребенка, начиная со второго) способно радикально изменить демографическую ситуацию.

Не менее важна роль государства в развитии малого предпринимательства путем интеграции интересов тех, кто производит товары, и тех, кто доводит их до конечного потребителя. Речь идет о координирующей функции государства в деле создания производственно-распределительных цепочек малых фирм.

Деньги, вкладываемые государством в развитие малого бизнеса, должны передаваться только на возвратной основе, лишь тогда будет результат. 26 июня

2003 г. в программе «Времена» с Владимиром Познером на первом канале из уст председателя общественной организации «Деловая Россия» Бориса Титова, прозвучала интересная информация: в конце 1990-х гг. правительство США приняло решение вложить в экономику России \$ 600 млн, но не через правительственные структуры, а через частную управляющую компанию. Деньги вернули с процентами, и управляющая компания хорошо заработала.

Подводя итог, отметим, что малое предпринимательство эффективно только на основе частной инициативы. Именно на поддержке инициативы, а не самих предприятий, которые, «подсев» на государственную помощь, заболевают «голландской болезнью» и становятся не производителями, а проедателями общественного продукта, необходимо развивать малое предпринимательство.

ПРИМЕЧАНИЯ

1. <http://slovari.yandex.ru/dict/krugosvet> — Подростки, почти дети, были главной ударной силой «красных кхмеров», которые триумфально вступили 17 апреля 1975 г. в Пномпень (Камбоджа). Установленный Пол Потом и его сподвижниками режим за четыре года своего правления уничтожил по разным оценкам от двух до трех миллионов сограждан. Инакомыслие, малейшее несогласие с начальством карались смертью, причем в целях экономии боеприпасов убивали ударом мотыги или хоронили заживо. История Пол Пота показала: возможны любые крайности. Для этого необходимы всего лишь несколько условий: слабость власти, образ внешнего врага (в данном случае — американцев), оригинальная революционная идея и «порох революций» (асоциальная молодежь от 14 до 25 лет).

2. <http://www.ppfo.ru/archive/3621147.html> — Последствия энергетической аварии в мае 2005 г. затронули 1,5–2 млн человек в Москве и ближайших регионах.

3. Lenta.ru <http://lenta.ru/news/2008/04/08/agflation/> — Экономисты из инвестбанка Goldman Sachs стали говорить о новом термине «агфляция» который обозначает резкий рост цен на аграрную продукцию.

4. Midland Bank Review, Spring 2004. 274 p.

5. Midland Bank Review, Spring 2004. 274 p.

6. *Morita A.* Sony: Сделано в Японии: Пер. с англ. М: АльпинаБизнесБукс, 2006. 290 с.