

## Малое предпринимательство как предмет анализа экономической науки

© 2011 Н.И. Краскова

Самарский государственный технический университет

E-mail: nkraskova@mail.ru

Анализируется предпринимательская функция в экономических концепциях, рассматривается категория “малое предпринимательство” на основе идеи Р. Коуза о центральном агенте, выделяются качественные и количественные признаки малого предприятия.

*Ключевые слова:* малое предпринимательство, малые предприятия, предпринимательская функция, предпринимательские способности.

Малое предпринимательство - это особая сфера предпринимательства, являющаяся специфической общественной формой небольшого (относительно других) производства. Для анализа теоретических аспектов малого предпринимательства требуется раскрыть содержание категории “предпринимательство”. Общепринятого определения содержания предпринимательской деятельности в экономической науке нет по сегодняшний день. Ученые XVIII-XIX вв. видели в предпринимателе как собственника капитала (владелец собственного дела), так и лицо, управляющее капиталом, часто совмещающего функции собственности и организации деятельности с производственным трудом, особенно на первой стадии формирования собственного капитала. Мотивом предпринимательской деятельности в трудах классиков выдвигается получение прибыли (дохода) на основе получения продуктов (выполнения работ) и их реализации конкретным потребителям в соответствии со спросом последних.

Анализ существующих определений, в основе которых лежит категория “предпринимательство”, позволил выявить, что у ряда исследователей содержится характеристика одной или нескольких черт предпринимательской деятельности (качеств, аспектов). У некоторых исследователей одни и те же черты названы по-разному: к примеру, инновации или поиск новых возможностей, или нововведения (Шумпетер, Хайек, Зомбарт, Друкер и др.). Ряд исследователей сводят роль предпринимателя только к одной функции, например, к функциям менеджера (Маркс, Санто).

В отличие от названных ученых, Ю.М. Осипов считает, что “капиталист неотделим от предпринимателя”. Во-первых, предприниматель - лицо, не сводимое только к одной функции (капиталист, собственник, менеджер и т.д.). Он может быть любым из них, если они готовы в сво-

ей деятельности реализовывать аспекты предпринимательства - риск, новая комбинация факторов производства и др. Во-вторых, предприниматель - это лицо, которое для осуществления своих целей (а эти цели могут быть не только экономическими - производство в широком смысле) создает, сохраняет и развивает предприятие - особую организацию в минимальном виде (форму, представленную индивидуальным предпринимателем). В трудах профессора Ю.М. Осипова отмечается: “Предприятие предстало перед нами как создаваемое и приводимое в действие кем-то. ...этот кто-то, т.е. предприниматель хозяйственное дело, не только неотделим от своего дела, своего предприятия, но и сам оказывается в ходе предпринятого дела составным элементом этого дела...”<sup>1</sup>

В начале XX в. предпринимательство, по мнению представителей новоавстрийской школы, сводилось к созидательной деятельности по реализации новых возможностей удовлетворения потенциала платежеспособного спроса в условиях неравновесного состояния экономической системы. “Начиная с 70-х годов в странах с рыночной экономикой исследования ученых были связаны с анализом роли предпринимателя как регулирующего субъекта в экономической структуре и исследованием механизма предпринимательства в конкретных институциональных формах”<sup>2</sup>.

Основоположники развития теории предпринимательства наших дней (П. Друкер<sup>3</sup>, Б. Карлоф, Б. Санто) связывают предпринимательство с особым типом менеджмента - менеджмента предпринимательского типа (предпринимательского стиля управления). Современный предприниматель идентифицируется с менеджером-инноватором.

На наш взгляд, разные этапы предпринимательской деятельности (этапы жизненного цикла предприятия) требуют разных ее проявлений:

1. Этап создания фирмы - комбинация факторов, готовность идти на риск, поиск потребителей, конкурентных преимуществ.

2. Этап сохранения предприятия - риск противопоказан. Здесь предприниматель выполняет работу менеджера по наращиванию конкурентных преимуществ, рыночной устойчивости и т.п. Это рутинная работа. Далее кризис в развитии предприятия заставляет искать новый продукт, новые рынки сбыта, модернизировать имеющийся продукт.

3. Этап развития - этап качественного преобразования, на котором вновь востребованы черты деятельности предпринимателя подобно этапу создания. Но не все предприятия проходят этап развития.

Второй и третий этапы связаны с экономическими циклами: в период спада идет внутреннее совершенствование, подготавливается будущий бросок на рынок, реализуются ресурсосберегающие технологии, готовятся и накапливаются к освоению ресурсы и технологии (на втором этапе). На третьем этапе происходит широкое привлечение новых факторов (кредиты, инвестиции) с целью максимального выброса продукта на рынок в период бума.

Предприниматель в широком смысле слова должен функционировать на всех трех этапах. Однако наблюдается специализация: венчурные капиталисты специализируются на стадии создания, для двух других стадий предпринимательская деятельность принимает форму деятельности по управлению. Наконец, на этапе ликвидации предприятия, прежде всего, по причине его несостоятельности, возникает особая деятельность, несущая черты предпринимательства, которую осуществляют внешние управляющие.

Предпринимательское управление в основном ориентировано на динамический рост для мелких, вновь образуемых фирм, что связано с условиями их выживания и развития, а для крупных - на преодоление стагнационных процессов, рациональное управление, нацеленное на долгосрочное развитие.

Вместе с тем можно провести различия между менеджером и предпринимателем: менеджер (в классическом смысле) поддерживает рыночное равновесие (на 2-м этапе - сохранение). В этом случае нет никакого предпринимательского дохода и нет самого предпринимательства, так как нет ни риска, ни инноваций. Предприятие следует устойчивому тренду экономического цикла. Собственно предприниматель - это фигура, взрывающая равновесие через создание, изменение предприятия.

Проведенный анализ работ о предпринимательстве позволил уточнить данную категорию.

Предпринимательство в широком смысле слова будем рассматривать как интеллектуальную деятельность, основанную на личном интересе, которая направлена на достижение стоящей перед субъектом цели, реализующейся при его непосредственном участии на основе использования его личных факторов (собственность, способности, знание, опыт, положение в социальной среде, личные действия в пределах предвидения их последствий), и отличается от сугубо исполнительской деятельности инициативностью, связанной с направленностью на достижение нового лучшего из возможных результатов, который может быть получен в различных сферах: политической, экономической, благотворительной и др.<sup>4</sup>

Предпринимательство в узком смысле слова - это интеллектуальная деятельность собственника предпринимательских способностей, основанная на личном интересе и направленная на создание и развитие предприятия на основе использования его личных факторов и предоставления недостающих факторов производства их собственниками предпринимателю при безубыточности хозяйствования.

Субъект предпринимательской деятельности - это собственник предпринимательских способностей, который становится предпринимателем в процессе создания и изменения предприятия. По мнению А. Каминка, предприниматель - это лицо, которое является владельцем собственного предприятия, содержит его за свой счет, руководит его деятельностью в целях получения прибыли.

Деятельность предпринимателя целенаправленна, ее цель - существование и развитие предприятия. Условием такого существования и развития становятся:

1) удовлетворение потребностей внешних потребителей;

2) получение эффекта, а для хозяйственных предприятий этот эффект достигается при заинтересованности в предоставлении собственниками факторов производства (ресурсов) данных факторов предпринимателю, что предполагает безубыточность хозяйствования. Причем доход служит сохранению "верности" предпринимателю собственниками факторов производства и возможностям развития.

Подтверждением нашему выводу служит идея о центральном агенте в теории фирмы Р. Коуза. Опираясь на его теорию, А.Е. Шаститко дает следующее определение: "Фирма может быть рассмотрена как коалиция собственников ресурсов, позволяющих использовать их услуги для производства благ с целью извлечения прибыли"<sup>5</sup>. С другой стороны, фирма может быть

определена как сеть долгосрочных двусторонних контрактов между собственниками ресурсов (факторов производства) и центральным агентом, которые замещают рынок продуктов и ресурсов и в которых ценовые сигналы играют второстепенную роль ввиду обеспечения координации посредством команд центрального агента. Речь идет о том, что из-за невозможности произвести данное благо с помощью одного собственника ресурса потребитель этих ресурсов вынужден заключать контракт с множеством собственников, которые также должны взаимодействовать между собой и с потребителем. Это вызывает необходимость координировать и согласовывать действия собственников ресурсов через услуги посредника, который выполняет функцию центрального агента. «Центральным агентом может быть один из собственников ресурсов, который обладает сравнительным преимуществом в реализации функций посредника по отношению к другим собственникам (место в технологическом процессе... способность брать на себя бремя риска и т.п.)»<sup>6</sup>. Способность брать на себя бремя риска характерна для предпринимателя, который является собственником фактора производства - предпринимательских способностей. Следовательно, центральный агент - это и есть предприниматель. И цель предпринимателя - не увеличение прибыли (дохода). Предприниматель должен обеспечить условия для получения прибыли, чтобы вовлечь в фирму собственников капитала, земли, арендодателей, инвесторов, заинтересованных в росте стоимости предоставляемых ими в фирму факторов, а отсюда, и дохода. Цель предпринимателя - сохранение и использование имеющегося у него фактора - способностей, перевод их из потенциала в действительность посредством создания предприятия. Это вклад предпринимателя в комбинацию факторов производства. Предпринимательский доход - плата за участие в фирме, условие воспроизводства способностей, свидетельство успешного результата предпринимательской деятельности.

Раскрыв содержание категории «предпринимательство», определим значение термина «малое предпринимательство». Малое предпринимательство - это интеллектуальная деятельность собственника предпринимательских способностей, основанная на личном интересе и направленная на создание и развитие предприятия, небольшого по масштабу, на основе использования его личных факторов и предоставления недостающих факторов производства их собственниками предпринимателю при безубыточности хозяйствования.

При освоении или создании нового рынка материальных благ в условиях высокой риско-

сти хозяйственной деятельности любые предприятия (за исключением работающих на крупные заказы государства, других экономических субъектов, предъявляющих достаточно крупномасштабный спрос), создаваемые инициативно с участием владельцев небольших по объему факторов производства, всегда имеют форму малого предприятия. В форме малого предприятия возникают и структуры, сформировавшиеся в условиях интрапредпринимательства. Ограничением для роста таких предприятий служит величина спроса и конкуренция со стороны крупных и средних товаропроизводителей. Владельцы крупных по объему факторов производства могут создавать сразу же средние и крупные предприятия, если существует достаточно высокая общественная потребность в продуктах таких предприятий.

Малое предпринимательство - особая сфера предпринимательства, характеризующаяся определенными критериями, которые различны для разных стран и разных этапов развития одной страны (региона). Эти характеристики различны, но есть основания. Во-первых, в этой сфере предпринимательская деятельность реализуется в рамках малого предприятия или в качестве индивидуального предпринимателя. Попробуем найти общие признаки, которые позволят объединить предприятия и назвать их малыми.

В научной литературе выделяют количественные и качественные признаки, по которым предприятия относят к числу малых. К количественным критериям наиболее часто относят среднесписочную численность работающих, годовой оборот (объем продаж), балансовую стоимость активов, размер уставного капитала, участие в капитале предприятия иных фирм и организаций и др. Малое предприятие в данном случае - это предприятие по каким-либо избранным показателям ниже статистически среднего.

Среди качественных признаков не меньше разнобоя. К ним относят: персонафицированный характер отношений между хозяином и работником; восприимчивость к нововведениям; небольшой масштаб используемых финансовых ресурсов и др. Ряд исследователей (А. Колесников, Л. Колесникова) предлагают качественные признаки малых предприятий выводить из основных особенностей их функционирования, на основе устойчивых, характерных черт типичного малого предприятия. Вместе с тем, как справедливо отмечено в научной литературе (А. Шулу), количественные признаки - относительно небольшие масштабы - порождают качественные особенности малого предпринимательства. Все качественные признаки - не самостоятельные признаки, а следствия количественных призна-

ков. Они еще более относительны, чем количественные, и не подлежат четкой количественной оценке, а значит, и оперированию (использованию в практике) вообще. К примеру, признак - "быстрота принятия решений" - порождение малой численности работников. Если бы работников было больше, то сложнее было бы и управление. В результате мы можем выделить главный признак малого предприятия, назовем его критерием, - малый масштаб, объем производства. Этот критерий дает основание рассматривать малое предприятие не как уменьшенный вариант большой компании, а как организацию, деятельность которой качественно отличается от крупных предприятий.

Малый объем производства обусловлен сформировавшимся платежеспособным спросом на продукцию предприятия. Величина спроса на продукцию предприятия не позволяет в настоящий момент этой группе предприятий вырасти в средние или крупные. В соответствии с этой причиной можно выделить три вида малых предприятий:

1. Предприятия, выпускающие традиционную продукцию, на которую есть устойчивый спрос. Но в большом объеме продукция не нужна (пекарня, фирма, выпускающая мясные продукты, гостиница с рестораном). Гарантией существования такого типа малых и средних предприятий выступают местные природные условия, предпочтения потребителей, традиционная специализация. Данный вид предпринимательства будет существовать и процветать всегда, так как ресурсы и спрос носят локальный и часто специфический характер, они не дают простора для массового производства.

2. Предприятия, продукция которых направлена на обеспечение узкого специализированно-

го спроса и может продаваться по всему миру, например, французские вина. Удовлетворение специализированного спроса невыгодно крупным предприятиям.

3. Вновь созданные предприятия, выходящие на рынок с предложением нового товара, спрос на который еще должен сформироваться. Они могут вырасти в крупные или средние предприятия.

Следовательно, есть устойчивая форма - малое предприятие, которое никогда не изменится (первый и второй случаи), и есть вновь созданные предприятия, находящиеся на этапе развития, которые потом выйдут за пределы малого предприятия. Ограничителем роста таких предприятий до более крупной формы является низкий спрос на их продукцию либо поглощение (слияние, объединение) более крупной организацией. В целом, малое предпринимательство включает в себя все три вида предприятий, а также индивидуальных предпринимателей и относится к особой сфере предпринимательства, являющейся специфической общественной формой небольшого (относительно других) производства и требующей особого отношения со стороны государственных структур.

<sup>1</sup> *Осинов Ю.М.* Теория хозяйства: учебник. В 3 т. Т. 2. М., 1997. С. 10.

<sup>2</sup> Основы предпринимательства: учеб. пособие / В.М. Шепелев [и др.]. Самара, 2009. С. 16.

<sup>3</sup> *Друкер П.* Задачи менеджмента в XXI веке. М.; СПб.; Киев, 2000. С. 56 - 63.

<sup>4</sup> Основы предпринимательства. С. 22.

<sup>5</sup> Теория переходной экономики: учеб. пособие. Т. 1. Микроэкономика / под ред. В.В. Герасименко. М., 1997. С. 178.

<sup>6</sup> Там же. С. 179.

*Поступила в редакцию 08.12.2010 г.*