

## Политэкономическое значение малого бизнеса

© 2011 А.А. Вдовенко

кандидат экономических наук

Тверской государственный университет

E-mail: A-Vdovenko@yandex.ru

Малый бизнес оказывает влияние на различные процессы в обществе. Многочисленный слой мелких собственников служит основой для развития среднего класса, способного оказывать влияние на политические процессы в обществе. Поэтому политическое значение малого бизнеса велико и его необходимо учитывать для формирования устойчивой социальной и экономической среды.

*Ключевые слова:* малый бизнес, социальная среда, политика, средний класс.

В современной рыночной экономике малый бизнес, кроме всего прочего, существует и по политическим причинам. Взаимодействие малого бизнеса и политики связано во многом с социальной ролью данного сектора экономики, а также с числом вовлеченных в него людей.

Политическое влияние малого бизнеса в различных странах достаточно велико, поскольку эта социальная группа давно стала основой сформировавшегося среднего класса, наиболее представительного по своей численности и являющегося выразителем политических представлений значительной части населения. В условиях устойчивого социально-экономического и политического развития общества мелкие предприниматели отличаются наибольшей приверженностью принципам демократии, политической стабильности и экономической свободы. Слой мелких собственников проявляет наибольшую активность и даже агрессивность при возникновении угрозы в отношении собственности, так как, в отличие от крупных и средних собственников, для владельцев малых предприятий их собственность зачастую служит единственным средством к существованию и важнейшим способом самовыражения. Средний класс либо сам формирует свои политические движения, либо становится объектом борьбы различных политических сил за голоса избирателей<sup>1</sup>.

Данный фактор определяет неразрывность связи малых предпринимателей с интересами местных и региональных сообществ, что обуславливает их зависимость от национальной основы и составляет питательную среду для их патриотических настроений. При этом, как свидетельствует исторический опыт России, Германии и ряда других стран, патриотические настроения в среде мелких собственников в условиях экономического спада и политической нестабильности могут принимать крайние формы и подталки-

вать их к поддержке наиболее экстремистских политических сил.

Развитие малого предпринимательства способствует постепенному созданию широкого слоя мелких собственников (среднего класса), самостоятельно обеспечивающих собственное благосостояние и достойный уровень жизни, являющихся основой социально-экономических реформ, гарантом политической стабильности и демократического развития общества.

По нашему мнению, социальная дифференциация в рыночном обществе является причиной активного вовлечения малого бизнеса (его представителей) в политику. Обычно сектор малого бизнеса находится в постоянной динамике. Неустойчивость и незащищенность этого сектора экономики, особенно в конкурентной и монополизированной рыночной среде, при значительной численности людей представляет собой постоянную потенциальную угрозу не только экономической, но и политической стабильности. Данное обстоятельство усугубляется тем, что в секторе малого бизнеса присутствуют социально незащищенные и уязвимые слои населения (учащиеся, домохозяйки, имеющие малолетних детей, пенсионеры и лица с ограниченной трудоспособностью). Учитывая данные обстоятельства, государство стремится контролировать и всячески поддерживать этот сектор экономики. Взвешенная политика государства в малом бизнесе способна сформировать политическую основу существующего государственного строя среди значительной части населения.

По мнению Б.Н. Ичитовкина, говоря о функции монополистического производства в системе современного капитализма, необходимо отметить ее двойственность. С одной стороны, мелкое и среднее предпринимательство является специфическим материальным носителем отношений основы капитализма, с другой - моно-

полистический капитал играет существенную роль в образовании и реализации монопольной сверхприбыли. Данное обстоятельство приводит к тому, что он является атрибутом, своеобразной функцией монополистического капитала<sup>2</sup>.

Немонополистический сектор - такой структурный элемент в экономике монополистического капитализма, функционирование и расположение которого не только связано с воспроизводством капиталистических отношений в целом, но и обеспечивает воспроизводство условий для экономического и политического господства монополий<sup>3</sup>.

Серьезные структурные народнохозяйственные изменения происходят тем быстрее и эффективнее, чем выше мера их социальной бесконфликтности. И здесь велика роль малых предприятий, которые способны мобильно обеспечивать новые рабочие места поглощения людей, высвобождаемых при закрытии или перепрофилировании крупных предприятий<sup>4</sup>. Это является важной функцией малого бизнеса в современной рыночной монополизированной экономике. Например в США за период с 1976 по 1990 г. крупные и средние предприятия потеряли, соответственно, 500 тыс. и 850 тыс. рабочих мест, а сектор малого предпринимательства за тот же период создал 4,1 млн. рабочих мест<sup>5</sup>.

Сектор малого предпринимательства имеет большой потенциал для создания новых рабочих мест, а следовательно, может способствовать снижению уровня безработицы и социальной напряженности в целом по стране и в отдельных регионах<sup>6</sup>.

Трудно переоценить значение малого предпринимательства в создании новых рабочих мест в условиях экономического кризиса и безработицы. По данным ООН, малые и средние предприятия во всем мире обеспечивают работой более 50 % занятого населения, производя от 30 до 60 % всей продукции<sup>7</sup>.

Трудопоглощающая способность малого бизнеса достаточно велика, так как данный сектор экономики способен в достаточно короткие сроки создавать дополнительную основу занятости. Это, в свою очередь, служит основой социальной стабилизации. Социальная роль малого бизнеса в этом плане весьма велика, так как в социальном плане малое и среднее предпринимательство увеличивает занятость. В промышленно развитых странах до 80 % прироста новых рабочих мест обеспечивается этим сектором экономики<sup>8</sup>.

В начале третьего тысячелетия малое предпринимательство превратилось в важный элемент общественной стабильности. Результатом этого

является нормализация политических процессов, уменьшение крайних экстремистских форм политической борьбы, социальный мир<sup>9</sup>.

Значение данных функций немонополистического сектора особенно возрастает в периоды резкого ослабления позиций капитализма. В условиях, когда обостряются многочисленные социально-экономические конфликты капиталистического способа производства, государство вынуждено пойти на известное сглаживание противоречий между крупнейшими корпорациями и небольшими фирмами, все чаще разрабатывать такие формы экономического сотрудничества, которые способствовали бы политическому единству различных отрядов национальной буржуазии<sup>10</sup>.

По мнению Б.Н. Ичитовкина, определенные монополистические круги уже неоднократно использовали некоторую часть мелкой буржуазии как массовую социальную опору в достижении своих целей. Так было, например, во время прихода к власти фашистов в Италии в 1920-х гг., в Германии в 1930-х, при установлении диктатуры Пиночета в Чили в 1973 г.<sup>11</sup>

Завоевание голосов мелкобуржуазных хозяйчиков является одним из важных факторов, позволяющим удерживаться у власти правящим партиям во многих капиталистических странах. Познав частнособственническую природу мелких предпринимателей, большой бизнес и выражающие их интересы политики используют представителей мелкобуржуазных слоев для давления на правительства. Так, во Франции после национализации ряда крупных промышленных компаний и банков, проведенной в 1982 г. администрацией президента Ф. Миттерана, реакционным кругам удалось инспирировать несколько выступлений мелкобуржуазных кругов против национализации. В начале 1983 г. в Париже прошло факельное шествие 20 тыс. владельцев средних, мелких и мельчайших заведений. В Великобритании правительству М. Тэтчер, проводящему политику частной денационализации крупных предприятий, удалось заручиться поддержкой мелкобуржуазных слоев<sup>12</sup>.

Раньше всего новые тенденции в регулировании мелкого и среднего предпринимательства проявились в США. Обе буржуазные политические партии этой страны пытаются использовать программы поддержки малого бизнеса в качестве средства для завоевания довольно многочисленных голосов избирателей средних слоев.

Необходимость поддержки малого бизнеса не вызывает разногласий у обеих партий. Расхождения имеются только в вопросах, касающихся способов государственного регулирования.

Если демократы делают упор на прямую поддержку мелких и средних фирм - увеличение различного рода субсидий, расширение закупок и т.п., то республиканцы считают, что главным в регулировании является создание общих условий для нормального функционирования таких фирм (политика равных условий в торговле, кредитовании и т.п.).

Вопрос о поддержке малого бизнеса был одним из значительных в предвыборных программах (1980 и 1984 гг.) Р. Рейгана, в которых всемерная поддержка "великого среднего класса" объявлялась главной целью экономической политики<sup>13</sup>.

Правящие круги пытаются использовать частнобуржуазные предрассудки мелкобуржуазных кругов, их консерватизм и политическую неразвитость. Взять хотя бы движение "новых правых", которое развернулось в США со второй половины 1970-х гг. Характерно, что Р. Рейган публично неоднократно выражал свою солидарность с движением "новых правых". И это принесло определенные плоды. В ходе предвыборных кампаний он использовал некоторые традиционные лозунги мелких хозяйчиков. В своих предвыборных речах Рейган объявлял себя защитником мелкой частной собственности. И хотя он не собирался выполнять свои предвыборные обещания по облегчению положения мелких частных собственников (это традиционное явление в американской политической практике), ему удалось получить голоса многих мелких предпринимателей.

После прихода Рейгана в Белый дом многие государственные программы помощи малому бизнесу были сокращены. Экономическая политика Рейгана связана с государственной поддержкой именно большого бизнеса<sup>14</sup>.

Представители малого бизнеса, несмотря на кажущуюся малочисленность, способны быстро формировать общественное мнение. Малое предприятие - это *организованная* структурная единица общества и экономики. Малый бизнес - это, как правило, семейный бизнес, где, помимо самого предпринимателя, заняты члены его семьи, и его благополучие прямо зависит от деятельности их предприятия (жесткая социальная степень организации). Кроме того, микропредприятие - это предприятие с численностью до 15 чел., а малое - до 100 чел., согласно российскому законодательству. Таким образом, один малый предприниматель способен формировать мнение, как минимум, 15-100 чел. - своих подчиненных. Подчиненные, как правило, становятся на сторону своего начальника (малого предпринимателя), так как их финансовое положение и

членов их семей всецело зависит от положения малого предпринимателя. Малый предприниматель также оказывает влияние и на покупателей своих товаров, особенно в сфере торговли и услуг. Это влияние оказывается косвенным путем через цены продаваемых товаров и оказываемых услуг, особенно если предприниматель действует в узком сегменте рынка или на определенной ограниченной территории (маленький город "где все друг друга знают", сельское поселение, село и т.п.). Поэтому малые предприниматели способны в относительно короткий срок формировать мнение значительного числа населения и повлиять не только на экономические, но в конечном итоге и на политические процессы в обществе.

Несомненно, основное влияние на политэкономическую среду оказывает крупный бизнес. Он обладает значительным капиталом, способен формировать рынки и т.п. Однако малый бизнес, не обладая преимуществами крупного, является питательной средой для развития различного рода политэкономических течений вследствие своей неустойчивости. По мнению некоторых авторов, до 90 % малых фирм разоряются в течение первого года своего существования<sup>15</sup>. Во многом поэтому социальные функции малого бизнеса вызывают интерес в первую очередь у государства. Поглощение незанятой рабочей силы является важным направлением социальной стабильности. Социальная стабильность влияет на политическую стабильность государства. Поэтому социальная и политическая функции малого бизнеса важны для государства. Данные функции малого бизнеса также важны и для крупного бизнеса, поскольку интересы государства и крупного бизнеса в современной рыночной экономике тесно переплетены, и крупный бизнес заинтересован в устойчивой социальной среде. Политэкономическое значение малого бизнеса достаточно велико. Этот сектор экономики требует всемерной поддержки государства, крупного бизнеса и других организаций с целью сохранения устойчивой экономической среды.

<sup>1</sup> Малый бизнес в России: оценка ситуации // Общество и экономика. 1996. □ 9-10. С. 91-111.

<sup>2</sup> Ичитовкин Б.Н. Немонополистический сектор в условиях современного монополистического капитализма. Красноярск, 1988. С. 173-174.

<sup>3</sup> Там же. С. 177.

<sup>4</sup> Мягков П., Фесенко Е. Малое предпринимательство: государственная поддержка обязательна // Рос. экон. журн. 1993. □ 4. С. 49.

<sup>5</sup> Бекенева Л., Мельник С. Одно из условий создания конкурентной рыночной среды // Человек и труд. 1997. □ 12. С. 42.

<sup>6</sup> *Смирнов С.А.* Малое предпринимательство: государственная поддержка и содействие развитию. М., 1999. С. 22.

<sup>7</sup> Регионализация в развитии России: географические процессы и проблемы / под ред. А.И. Трейшвиша, С.С. Артоболевского. М., 2001. С. 164-165.

<sup>8</sup> *Блинов А.О., Шапкин И.Н.* Малое предпринимательство: Теория и практика: учебник. М., 2003. С. 92.

<sup>9</sup> Там же.

<sup>10</sup> *Ткаченко А.Н.* Немонополистический сектор в условиях современного капитализма. М., 1985. С. 11.

<sup>11</sup> *Ичитовкин Б.Н.* Под прессом большого бизнеса. Положение мелкого и среднего предпринимательства. М., 1985. С. 38.

<sup>12</sup> Там же. С. 39-40.

<sup>13</sup> Там же. С. 73-74.

<sup>14</sup> *Ичитовкин Б.Н.* Под прессом большого бизнеса. Положение мелкого и среднего предпринимательства. М., 1985. С. 93-94.

<sup>15</sup> *Омельченко Е.* К проблеме взаимодействия малого и крупнокорпоративного предпринимательства в современном общественном производстве // Рос. экон. журн. 2002. □ 8. С. 84-85.

*Поступила в редакцию 06.08.2011 г.*