

2. Филатова И.И. Налоговые отношения в гражданском обществе // Социально-экономические явления и процессы. – 2011. – № 12. – С. 261–266.
3. Порядок предоставления и расходования субсидий бюджетам муниципальных образований Красноярского края на развитие и модернизацию улично-дорожной сети городских округов, городских и сельских поселений и порядок представления отчетности об их использовании: Постановление Правительства Красноярского края от 21 февраля 2011 г. № 89-п (в ред. от 10.01.2013. № 1-п). – Красноярск, 2011.
4. Об утверждении Порядка предоставления и расходования субсидий бюджетам муниципальных образований Красноярского края для реализации проектов по благоустройству территорий поселений, городских округов, критериев отбора и порядка представления отчетности об их использовании: Постановление Правительства Красноярского края от 28.01.2011 г. № 52-п (ред. от 14.12.2012). – Красноярск, 2011.
5. Гордеева Г.П., Макарова С.Н. Программно-целевое управление расходами бюджетов муниципальных районов // Вестн. КрасГАУ. – 2013. – № 6. – С. 3–8.



УДК 336

О.В. Конева

ВЛИЯНИЕ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА

В статье рассматриваются вопросы о влиянии внешней среды на развитие малого бизнеса. Выявлены ключевые параметры данного процесса с учетом специфических характеристик. Определены роль и место государственной поддержки в данном взаимодействии.

Ключевые слова: малый бизнес, внешняя среда, взаимодействие, государственная поддержка.

O.V. Koneva

THE EXTERNAL ENVIRONMENT INFLUENCE ON THE SMALL BUSINESS DEVELOPMENT

The issues of the external environment influence on the small business development are considered in the article. The key parameters of this process with regard to the specific characteristics are revealed. The role and place of the state support in this interaction are determined.

Key words: small business, external environment, interaction, state support.

Введение. В последнее десятилетие развитие малого бизнеса в России привлекает пристальное внимание ученых, политиков, бизнесменов, поскольку общепризнана возможность влияния данного сектора экономики на позитивное и оперативное решение широкого спектра экономических и социальных проблем как в целом стране, так и в отдельно взятых регионах. Помимо этого, как показывает мировой опыт, малый бизнес в высокоразвитых странах выступает и мощным элементом национальных инновационных систем, так как на его долю приходится максимальное количество успешно внедренных собственных изобретений, продуктов. К тому же зарубежный малый бизнес характеризуется высокой концентрацией инновационной составляющей в системе менеджмента и маркетинга.

Вместе с тем статистические наблюдения говорят о том, что роль малого бизнеса в основных параметрах развития нашей страны значительно ниже, чем за рубежом [8, с. 47–53; 12, с. 8–20]. Так, по числу малых предприятий Россия отстает от США в 93 раза, Японии – в 7,7; Италии – в 4,7 раза. По доле вклада малых предприятий в ВВП отстает от Франции в 5,6 раза, США – в 4,7 раза, а по доле занятых в малом бизнесе отличается в меньшую сторону от Японии в 8,1 раза, Италии – в 7,6; США и Франции – в 5,6 раза. В Германии и странах Бенилюкса инновационную активность проявляют в совокупности около 63 % малых предприятий, в России же в 15 раз меньше [1; 3, с. 59; 7, с. 17; 5, с. 51; 9, с. 7–12; 11, с. 10].

Основными причинами сложившейся ситуации, на наш взгляд, являются наличие отрицательного воздействия внешней среды; неполное соответствие инструментов управления малым бизнесом его специфике; отсутствие или неэффективное использование инструментов государственной поддержки малого бизнеса; нечеткое установление границ малого бизнеса, что в итоге приводит к стагнации в развитии малого бизнеса в стране и, как следствие, отсутствию возможности его использования в полной мере в рамках инновационной системы в качестве элемента.

Цель исследований. Выявление причин сложившейся негативной ситуации в развитии малого бизнеса в России и его незначительной инновационной активности.

Задачи исследований. Обобщить и классифицировать сложившиеся устойчивые характеристики малого бизнеса; выявить существующие подходы к изучению малого бизнеса, сложившиеся на сегодняшний день в экономической мысли, и дать их обобщенную характеристику; обосновать наличие взаимобратной связи при взаимодействии малого бизнеса и внешней среды с учетом специфических характеристик малого бизнеса в рамках сложившихся макро- и микроэкономических подходов к его изучению.

Объекты и методы исследований. Объектом исследований является малый бизнес Российской Федерации. В качестве методов использованы теоретико-методологические положения и принципы системного анализа и синтеза, аналогия, абстрагирование, методы социологических исследований, математической статистики, эвристического моделирования, в частности наблюдение, анкетирование, экспертные оценки, показатели вариации, табличного и графического изображения, компьютерные технологии и др.

Результаты исследований и их обсуждение. Анализ научных работ ряда экономистов позволяет сделать выводы, что практически все ученые, независимо от того, под каким углом они подходили к изучению малого бизнеса, приписывают ему одни и те же устойчивые черты, которые автором данного исследования были обобщены, дополнены с учетом результатов авторских исследований и сгруппированы в разрезе четырех групп признаков, выделенных ранее А.А. Шулуком в работе «Становление системы поддержки малого предпринимательства в России» [10, с. 87] с разделением их внутри каждой группы на составляющие, образующие сильные и слабые его стороны. Результаты систематизации изученного материала наглядно представлены в таблице.

Совокупность устойчивых характеристик малого бизнеса, представленная в таблице, а также результаты научных работ Е. Балацкого, А. Блинова, А. Виленского, А. Колесникова, Л. Колесниковой, А. Орлова, М.С. Сапре, В. Фадеева, И. Царева и других авторов говорят о дуализме его сущности, порождающем двойственность подходов при изучении вопроса. Предметом первого подхода являются закономерности малого бизнеса как чего-то целостного (макроэкономический подход). В рамках данного подхода изучается способность влияния малого бизнеса на внешнюю среду его функционирования, а также общие тенденции и протекающие во внутренней среде, которая включает в себя все хозяйствующие субъекты. Второй подход связан с изучением малого бизнеса в рамках отдельно взятого хозяйствующего субъекта (микроэкономический подход).

Классификация устойчивых характеристик малого бизнеса (составлено автором)

Показатель	Сильная сторона	Слабая сторона
1	2	3
Характеристика малого бизнеса, сформированного спецификой собственности, управления и руководства	Отсутствие громоздких управленческих структур	Неограниченная имущественная ответственность за долги в случае банкротства
	Непосредственная включенность руководителя практически во все функциональные области	Интенсификация труда, так как владелец обычно является управляющим по всем вопросам: кадровым, экономическим, финансовым, маркетинговым и т.д.
	Полная самостоятельность, свобода и оперативность действий, не требующая согласия партнеров	
	Быстрота принятия управленческих решений	
	Максимум побудительных мотивов, так как все доходы поступают к единому владельцу, поэтому он заинтересован в упорной работе, тщательном личном контроле над делами, в принятии обдуманных решений, увеличении оборотов	
	Конфиденциальность деятельности, так как единоличное владение дает возможность сохранить в тайне секреты хозяйствующего субъекта	
	Относительно невысокие затраты на управление	
	Большая возможность для индивида реализовать свои идеи, проявить свои способности	

Окончание табл.

1	2	3
Характеристика малого бизнеса, сформированного характером производственного процесса	Упрощенная система сбыта	Небольшая номенклатура выпускаемых изделий, т.е. узкая специализация
	Способность быстро вводить изменения в производство в ответ на требования местных рынков	Ограниченность масштабов применяемых средств производства и технологических процессов
	Малые партии выпускаемой продукции	
	Функционирование преимущественно на местной сырьевой базе	
	Невысокие накладные расходы на производство	
Состояние отдельных компонентов	Минимальный стартовый капитал	
	Гибкость, восприимчивость к нововведениям	Невозможность самостоятельного решения капиталоемких задач
	Небольшой масштаб используемых финансовых ресурсов	Более высокий уровень риска и, как следствие, высокая степень неустойчивости на рынке
	Высокая степень оборачиваемости капитала	Низкая капитализация, означающая, что владельцы пускают на расширение основного капитала лишь малую часть доходов
	Существенное влияние на кадровую политику, принятие стратегических решений, выбор правовых форм и другие параметры хозяйственной ориентированности системных и родственных связей	
	Неформальность взаимоотношений с узким кругом поставщиков и покупателей	
Особенности внешнего воздействия	Локальность ресурсов и сбытовых рынков	Недоверие со стороны государственных учреждений и крупных предприятий ввиду неустойчивости на рынке
	Более быстрая адаптация к местным условиям хозяйствования	Положение «ведомого» в системе кооперационных связей с крупными и средними предприятиями
	Сверхчувствительность к колебаниям экономической конъюнктуры, политической обстановке, изменениям законодательства	
	Ориентация на региональную специфику	Большая степень зависимости от системы поддержки малого бизнеса

В рамках первого подхода внутренняя среда малого бизнеса рассматривается как совокупность внутренних ресурсов и возможностей малого бизнеса, составляющих его слабую и сильную стороны. В свою очередь внешняя среда – это совокупность активно действующих субъектов и сил, которые находятся вне сферы непосредственного контроля со стороны руководства субъектов малого бизнеса и могут оказывать влияние на его стратегию, а следовательно, и на тенденции развития.

По степени воздействия на процессы, протекающие в рамках любого предприятия, выделяют две группы внешних факторов:

-отдаленного воздействия, представляющие макросреду (экономические, политические, социальные, технологические);

- непосредственного влияния ближнего окружения, или отраслевые факторы, представляющие микросреду (потребители, конкуренты, поставщики, рынок рабочей силы).

Ближнее окружение (микросреда) включает в себя все заинтересованные группы, которые прямо влияют на основную деятельность хозяйствующего субъекта или зависят от ее результатов.

Макросреда включает общие факторы, которые не оказывают влияние на краткосрочную деятельность хозяйствующего субъекта, но могут влиять на долгосрочные решения.

В рамках макроэкономического подхода исключительную важность приобретает изучение взаимосвязи малого бизнеса с внешней средой, так как сущностные характеристики, образующие его слабую сторону, свидетельствуют о неустойчивости к ее воздействию. В свою очередь, сама по себе внешняя среда малого бизнеса отличается особой неопределенностью, что объясняется следующими обстоятельствами:

1) субъекты малого бизнеса, как правило, действуют на локальном рынке, который в отличие от рынков крупных корпораций характеризуется высокой степенью неопределенности и стихийности;

2) объективной подчиненной ролью в системе отношений с государством, крупным и средним бизнесом, финансово-кредитными институтами.

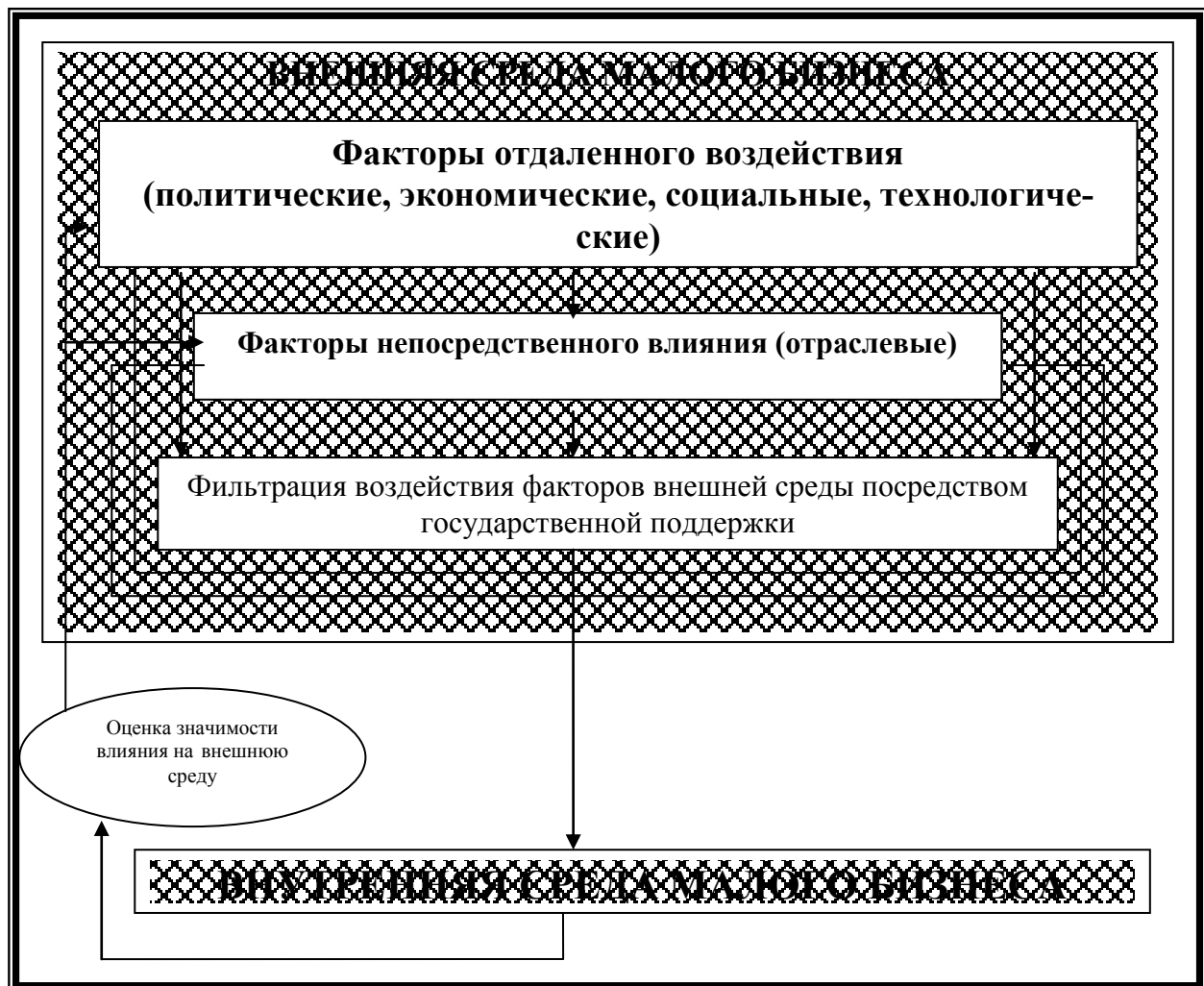
Отрицательное воздействие внешних факторов на малый бизнес в той или иной степени «поражает» определенные функциональные области. В результате возникает та или иная локальная проблема, понимаемая как неудовлетворительное (несоответствующее нормальному) состояние какой-либо функциональной области. Очевидно, что локальные проблемы каждого малого предприятия становятся внутренними факторами его развития и всей внутренней среды, ибо каждая из них активно влияет на функционирование иных, прежде всего смежных областей жизнедеятельности. Кроме того, происходит взаимное проникновение и переплетение внутренних и внешних факторов. Негативным оказывается состояние все большего числа функциональных областей, а следовательно, и всей внутренней среды, в результате чего возникает угроза самому существованию малого бизнеса.

Негативные воздействия внешней среды вызывают со стороны внутренней среды защитные реакции. Однако возможности противостояния деструктивным факторам объективно ограничены спецификой, присущей малому бизнесу, а именно небольшими масштабами конкретного малого хозяйствующего субъекта как элемента внутренней среды, незначительными объемами используемых ресурсов и финансовой базы, сильной зависимостью от местного рынка и т. д.

В этом случае особую значимость приобретает роль государства, способная нейтрализовать негативное воздействие факторов внешней среды и создать организационно-экономические предпосылки для развития малого бизнеса посредством организации поддержки, что, как показывает мировой опыт, приводит к колоссальным результатам. Поэтому применительно к малому бизнесу ее следует рассматривать в качестве специфического элемента внешней среды. Так как в зависимости от целесообразности и рациональности позиционирования органов государственной поддержки будет определяться состояние его внутренней среды, а следовательно, и значимость малого бизнеса в социальном, экономическом и инновационном развитии страны, так как общепризнано, что малый бизнес способен смягчать последствия структурных изменений в экономике, быстро адаптироваться к изменяющимся требованиям рынка, вносить существенный вклад в региональное развитие, генерировать и использовать технические и организационные нововведения и другие, в том числе в условиях спада экономики. Возможность такого позитивного влияния обусловлена специфической сущностью малого бизнеса, которая составляет его сильную сторону и позволяет ему реализовать следующие функции [2, с. 83–93; 4; 10, с. 91–92]:

- ускорять динамизм развития экономики;
- обеспечивать занятость работоспособного населения (по данным ООН, малые бизнес-структуры выступают работодателями почти для 50 % трудового населения всего мира, в том числе наиболее уязвимых слоев: женщин, иммигрантов, инвалидов и т. д.);
- являться важным потребителем, осуществляющим широкие закупки для собственных нужд;
- являться гибким производителем товаров, работ и услуг, оперативно реагирующим на изменения конъюнктуры рынка;
- амортизировать негативное воздействие на корпорации неблагоприятной экономической, социальной, политической конъюнктуры;
- заполнять рыночные ниши, не используемые крупными фирмами;
- обеспечивать производство товаров и услуг, используя наименее выгодные ресурсы (ограниченные масштабами, качеством содержания полезных элементов и т. д.);
- обеспечивать самовыражение новой высокообразованной рабочей силы;
- обеспечивать удовлетворение дифференцированного спроса на товары, работы и услуги;
- выступать одним из главных субъектов инноваций, т.е. способствовать развитию научно-технического прогресса и формированию среднего класса как важнейшего фактора социальной и политической стабильности общества и др.

Авторское видение взаимосвязи внутренней и внешней среды малого бизнеса, основанное на вышеизложенных фактах, представлено на рисунке.



Взаимосвязь внутренней и внешней среды малого бизнеса в рамках макроэкономического подхода к его изучению (составлено автором)

Заключение. Представленный на рисунке процесс взаимодействия внутренней и внешней среды четко выявляет взаимообратную связь, что позволяет утверждать, что малый бизнес способен оказывать влияние на внешнюю среду функционирования, выражающуюся в первую очередь в развитии инновационной среды, что в итоге приводит к подъему экономики в целом.

Специфическая сущность малого бизнеса, наделенного сильными и слабыми сторонами, предопределяет необходимость в государственной поддержке, так как последняя хоть и является фактором внешней среды, но выполняет фильтрационную функцию, направленную на нейтрализацию негативного воздействия одних факторов внешней среды и усиление положительного воздействия других. В этой связи проявляется четкая причинно-следственная зависимость результативности малого бизнеса от целесообразности, сущности и рациональности государственной поддержки.

Вышеизложенное предопределяет необходимость выявления наиболее существенных факторов внешней среды, оказывающих негативное влияние на состояние и развитие малого бизнеса, и оценки адекватности мероприятий государственной поддержки, направленных на их нивелирование. Логическое продолжение данного исследования будет представлено в статье «Внешняя среда и оценка ее влияния на развитие малого бизнеса» в очередном номере журнала «Вестник КрасГАУ».

Литература

1. Баженов Ю.К., Баженова А.Ю. Малое предпринимательство: практическое руководство по организации и ведению малого бизнеса. – М.: Маркетинг, 1999. – 104 с.
2. Блинов А.О., Шапкин И.Н. Малое предпринимательство: теория и практика. – М.: Дашков и К, 2003. – 356 с.
3. Брюмер К. Система поддержки предприятий малого и среднего бизнеса в Германии // Проблемы теории и практики управления. – 2002. – № 2. – С. 58–63.
4. Зангеева С.Б. Польза и преимущества зарубежного опыта поддержки и развития малого и среднего бизнеса применительно к России // Финансы и кредит. – 2004. – № 14. – С. 63–71.
5. Колесников А., Колесникова Л. Малый и средний бизнес: эволюция понятий и проблема определения // Вопросы экономики. – 1996. – № 7. – С. 54–58.
6. Конева О.В. Воздействие малого бизнеса на развитие сферы услуг: теоретический аспект // Инновационное развитие экономики. – 2012. – № 6. – С. 34–37.
7. Костенко А. Поддержка государством малого бизнеса в Японии // Человек и труд. – 1994. – № 2. – С. 17.
8. Сацук Т.П., Игнатова Т.В. Система показателей оценки деятельности торговых организаций Красноярского края // Региональная экономика: теория и практика. – 2008. – № 14. – С. 47–53.
9. Сергеев И.В., Волошина А.Н. Налогообложение малых предприятий. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 255 с.
10. Шурус А. Становление системы поддержки малого предпринимательства в России // Вопросы экономики. – 1997. – № 5/6. – С. 84–100.
11. Шуровский М. Малый бизнес в экономике США // Бизнес и политика. – 1996. – № 4. – С. 10–14.
12. Суглобов Л.Е., Черкасова Ю.Л. Анализ налогового потенциала муниципальных образований в целях совершенствования механизма внутри регионального бюджетного выравнивания // Экономический анализ: теория и практика. – 2009. – № 5. – С. 8–20.

