

МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО СПЕЦИАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН
ТАШКЕНТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ВОСТОКОВЕДЕНИЯ
ФАКУЛЬТЕТ «ЭКОНОМИКА ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН И СТРАНОВЕДЕНИЕ»
КАФЕДРА «ЭКОНОМИКА СТРАН АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКОГО
РЕГИОНА И ЮЖНОЙ АЗИИ И СТРАНОВЕДЕНИЕ»

На правах рукописи

ШАКИРОВА ПРОДАХОН КАХРАМОН КИЗИ

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА
РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА
(НА ПРИМЕРЕ СТРАН ВОСТОЧНОЙ АЗИИ)**

5231000 – «Экономика зарубежных стран и страноведение»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

Научный руководитель:
к.э.н., доц. Алимов А.М.

Ташкент – 2015

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА I. НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА.....	10
1.1. Сущность, функции и значение малого и среднего бизнеса для национальной экономики.....	10
1.2. Факторы, влияющие на деятельность малого и среднего бизнеса	19
1.3. Зарубежная практика развития малого и среднего бизнеса в условиях глобализации мирохозяйственных отношений.....	23
ГЛАВА II. АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В ЯПОНИИ И РЕСПУБЛИКЕ КОРЕЯ.....	38
2.1. Сравнительный анализ развития малого и среднего бизнеса в Японии и Республике Корея.....	38
2.2. Особенности государственной поддержки развития малого и среднего бизнеса в Японии и Республике Корея	47
2.3. Перспективы развития малого бизнеса и частного предпринимательства в Республике Узбекистан с учетом опыта Японии и Республики Корея	62
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	68
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	72

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. В течение последней трети XX века в правительственных и академических кругах промышленно развитых и развивающихся стран наблюдается возрождение интереса к проблематике малого и среднего бизнеса (МСБ), что обуславливается значительным ростом его роли в структуре экономики.

В настоящее время на малый и средний бизнес в промышленно развитых странах приходится более 95% общей численности предприятий, до 3/4 занятых в экономике и от 1/3 до 2/3 промышленного производства¹.

Значительна роль малого и среднего бизнеса в стремительно растущей сфере услуг. Особенно, в настоящее время, роль малого и среднего бизнеса усиливается в сфере научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок (НИОКР), разработке инновационных технологий, информационно-коммуникационных технологиях и системе Интернет-экономики.

Переход национальной экономики Республики Узбекистан на рыночные отношения, необходимость активного вхождения хозяйства страны в мировую экономическую систему и создания внутри нее благоприятного климата, повышения экономической стабильности и безопасности, а также благосостояния граждан – все это связывается с решением вопросов, связанных с повышением конкурентоспособности экономики Узбекистана, в том числе предприятий малого бизнеса и частного предпринимательства (МЧБ).

Говоря о развитии малого бизнеса и частного предпринимательства в Узбекистане, необходимо отметить продолжающиеся государством меры, направленные на улучшение деловой среды и созданию еще более благоприятных условий для развития МЧБ.

В докладе Президента Республики Узбекистан на заседании Кабинета Министров, посвященном итогам социально-экономического развития страны

¹ «Научная электронная библиотека» г. Санкт-Петербург (www.library.spbu.ru)

в 2014 году и важнейшим приоритетным направлениям экономической программы на 2015 год, было отмечено о ведущей роли малого бизнеса и частного предпринимательства в экономике, необходимости создания дополнительных благоприятных условий и устранения всяческих преград для эффективного развития МЧБ в республике².

В частности, широкое распространение получает внедрение принципа «одно окно» для решения разрешительных процедур малого бизнеса и частного предпринимательства.

Значительно упрощен механизм предоставления субъектами малого бизнеса статистической и налоговой отчетности. В настоящее время субъектами предпринимательства до 98 процентов налоговой и статистической отчетности, таможенные декларации оформляются в бесконтактной форме – в электронном виде.

Важным решением в системе мер по стимулированию развития малого бизнеса в трудоемких отраслях промышленности, таких, как легкая, пищевая и производство строительных материалов, стало увеличение предельной численности работников со 100 до 200 человек. В зарубежных странах также происходит качественное преобразование программ государственной поддержки малого бизнеса.

В этой связи, в работе проведено исследование процессов развития малого и среднего бизнеса в Республике Корея и Японии с целью изучения опыта указанных передовых промышленных стран и возможного его адаптации в условиях стремительно развивающейся экономики Республики Узбекистан.

В целом, проведенный анализ показывает, что в качестве первоочередных задач как в Узбекистане, так и в Республике Корея и Японии разрабатываются масштабные программы, направленные на формирование

² Доклад Президента Республики Узбекистан на заседании Кабинета Министров, посвященном итогам социально-экономического развития страны в 2014 году и важнейшим приоритетным направлениям экономической программы на 2015 год (uza.uz/ru)

благоприятной экономической среды для создания и функционирования малых и средних предприятий.

В данном процессе необходимо отметить, что основной акцент делается не на ограждении малых предприятий от конкурентного давления со стороны крупных компаний, а на усилении их позиций в конкурентной борьбе. На первый план выходят меры, направленные на усиление технического и технологического вооружения, улучшения качества менеджмента и трудовых ресурсов, обеспечение предпринимателей необходимой информацией по самому широкому кругу вопросов (законодательство, система господдержки, доступ к финансовым источникам, маркетинговые исследования, новейшие технологии, оборудование и др.), упрощение налоговой системы, устранение барьеров, препятствующих развитию малого и среднего бизнеса.

В этой связи, обеспечение конкурентоспособности продукции МЧБ, требует дальнейшей разработки современной теории конкурентного преимущества, как на национальном, так и на международном уровнях.

Все выше сказанное обуславливает актуальность темы настоящей выпускной квалификационной работы.

Степень изученности проблемы. Теоретические и практические вопросы развития малого и среднего бизнеса освещены в работах Ж.Веттон, Л.Кора, Р.Коуза³, К.Макконела⁴, Д.Ройя, Ф.Хайека, Р.Хизрича, и др. Много трудов появилось за последнее десятилетие в странах СНГ, частности, в России, Украине, а также в Прибалтийских странах. Это труды Абалкина Л.И., Алехина В.И., Баймуратова У., Бузгалина А.В., Осипова Ю.М.⁵, Радаева В.В. и др.

В Узбекистане также накоплен определённый научный опыт, рассмотрены различные аспекты малого бизнеса и частного предпринимательства в экономике Узбекистана. В диссертационных работах

³ Коуз Р. “Природа фирмы”, “Проблема социальных издержек”.

⁴ Макконнелл К.Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика: учебник: пер. с англ. / К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю. – 16-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2002. – XXXV – 945

⁵ Осипова Ю.М. Экономическая свобода и социализм – М.:изд-во МГУ,1991.-112с.:13р.

Валиджановой У.Р., Гулямовой Г.П., Салаева С.К., Турсунова Ф.У., Турсунова И.Э., Эргашевой Э.М.⁶ и др. исследованы особенности развития малого и среднего бизнеса и их технико-экономические характеристики в условиях переходного периода по отдельным регионам. Широкий спектр теоретических и практических проблем рыночного реформирования экономики, в том числе связанных со становлением предпринимательского сектора, исследованы в трудах Бедринцева А.К., Гулямова С.С., Гафурова У., Досумова Р.Е., Зайнутдинова Ш., Икрамова М.А., Искандарова И.И., Кадырова А., Косимова С.М., Саматова Г.А., Соколовой Л.А., Турсунходжаева М.Л., Хикматова А.Х., Чжена В.А., Шарифходжаева М.Ш., Шепелева В.М. и др.

Целью исследования является изучение опыта и развития малого и среднего бизнеса в странах Восточной Азии, а также на основе сравнительного анализа процессов развития малого и среднего бизнеса в Японии и Республике Корея, разработка рекомендаций и предложений для дальнейшего развития и повышения конкурентоспособности данного сектора в Республике Узбекистан.

Для достижения цели в работе были поставлены и решены следующие **задачи**:

- выявлена сущность и значение малого и среднего бизнеса в национальной экономике;
- определены основные факторы, повлиявшие на изменения в регулировании государством малого бизнеса в последние десятилетия XX века;
- дан анализ мирового опыта развития малого и среднего бизнеса;
- выявлены место и роль малого бизнеса в современной экономике Японии и Республики Корея;
- осуществлен анализ особенностей государственного регулирования и поддержки малого бизнеса в Японии и Республике Корея;

⁶ Эргашева Э.М. Развитие малого бизнеса в переходной период к рыночной экономике, Т; 1999 – 166с.

- с учетом опыта Японии и Республики Корея разработаны предложения и рекомендации, направленные на дальнейшее развитие малого бизнеса и частного предпринимательства в Республике Узбекистан.

Объектом исследования является малый и средний бизнес Японии и Республики Корея.

Сравнительный анализ особенностей развития и государственного регулирования малого и среднего бизнеса в Японии и Республике Корея дал возможность сформулировать общее и частное в **предмете исследования**, выделить определенные закономерности, механизмы, проблемы и пути их решения.

Научная новизна выпускной квалификационной работы определяется, прежде всего, выбором для анализа малого бизнеса двух азиатских стран, объединенных во многом сходной культурой, традициями, социально-этическими ценностями, сравнительно сходными путями экономического развития во второй половине XX века.

Методологической и теоретической основой исследования являются труды Президента Республики Узбекистан И.А.Каримова, в которых разработана концепция становления рыночно ориентированной экономики, нашедшая отражение в законодательных актах и постановлениях государственных органов управления по вопросам регулирования и стимулирования развития малого бизнеса и частного предпринимательства. Также изучены работы ученых-экономистов стран дальнего и ближнего зарубежья, Узбекистана, внесших большой вклад для развития МСБ в конкретной экономике анализируемых стран. В выпускной квалификационной работе использованы статистические данные Министерства экономики Республики Узбекистан, Государственного комитета по приватизации, демонополизации и развитию конкуренции, Палаты товаропроизводителей и предпринимателей, а также Министерства экономики, торговли и промышленности Японии, Агентства по развитию малых и средний предприятий Японии, Комитета по развитию малого и среднего бизнеса при

Президенте Республики Корея, Администрации по поддержке малого и среднего бизнеса Республики Корея. В процессе исследования применены методы экономического анализа, группировок, сравнения.

Научная и практическая значимость результатов исследования выпускной квалификационной работы определяется возможностью использования научно- практических рекомендаций при реализации как государственных, так и региональных программ поддержки и развития малого бизнеса и частного предпринимательства, а также в учебном процессе при подготовке кадров для малого бизнеса и частного предпринимательства.

Структура выпускной квалификационной работы состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы.

В первой главе рассматриваются научно-теоретические основы развития малого и среднего бизнеса, его сущность, функции и значение для национальной экономики, а также факторы, влияющие на его деятельность. Кроме того, дается обзор зарубежного опыта развития малого и среднего бизнеса.

Вторая глава посвящена сравнительному анализу развития малого и среднего бизнеса в Японии и Республике Корея, и особенностям государственной поддержки в данных странах. Даны рекомендации для развития малого бизнеса и частного предпринимательства в Республике Узбекистан с учетом опыта Японии и Республики Корея.

ГЛАВА 1. НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

1.1. Сущность, функции и значение малого бизнеса и частного предпринимательства

Малый и средний бизнес играет важную роль в экономике любой страны. В мировой практике предприятия малого бизнеса это малые предприятия различной организационно-правовой формы; фермерские хозяйства; индивидуальное предпринимательство; малый семейный бизнес; формы не формальной занятости. Каждую из этих форм характеризует относительно небольшой объем используемых ресурсов труда и капитала. Такие понятия как «малый и средний бизнес», «малые и средние предприятия» и т.п., за прошедшие годы стали широко использоваться в специализированной литературе и в деловой среде.

Развитие малого и среднего предпринимательства представляет собой весьма сложный и неоднозначный процесс. Его последствия ощущаются не только в чисто хозяйственной сфере, но и в области социальных отношений.

Малые и средние предприятия — это не организационно-правовая форма, термин «малое» или «среднее» характеризует лишь размер предприятия, а критериями отнесения предприятия к малым или средним являются численность работающих и доля государственной, муниципальной собственности и собственности общественных объединений в уставном капитале этих предприятий.

Малый бизнес - это базовая составляющая рыночного хозяйства, которая является наиболее совершенной формой производственно-экономических отношений, при которых предприниматель, работая в условиях полной хозяйственной самостоятельности и имущественной ответственности, становится подлинным хозяином.

Значение малого и среднего бизнеса в рыночной экономике, очень велико. Без малого и среднего бизнеса рыночная экономика ни функционировать, ни развиваться не в состоянии. Становление и развитие их

является одной из основных проблем экономической политики в условиях перехода от административно-командной экономики к нормальной рыночной экономике. Малый и средний бизнес в рыночной экономике - ведущий сектор, определяющий темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта; во всех развитых странах на долю малого бизнеса приходится 60-70 процентов ВВП⁷. Поэтому абсолютное большинство развитых государств всемерно поощряет деятельность малого и среднего бизнеса.

В мировой экономике функционирует огромное количество малых и средних фирм, компаний и предприятий. Но дело не только в этом. Малое и среднее предпринимательство, оперативно реагируя на изменение конъюнктуры рынка, придает рыночной экономике необходимую гибкость.

Существенный вклад вносит малый и средний бизнес в формирование конкурентной среды, что для нашей высокомонополизированной экономики имеет первостепенное значение.

Нельзя также забывать, что малые и средние предприятия оказывают меньше воздействие и на экологическую обстановку.

Немаловажна роль малого бизнеса в осуществление прорыва по ряду важнейших направлений научно-техническом прогрессе, прежде всего в области электроники, кибернетики и информатики.

Во всех зарубежных странах с развитой рыночной экономикой существует мощная государственная поддержка малого и среднего бизнеса. Например, в Германии субсидии малым и средним предприятиям составляют около 4 млрд. марок ежегодно⁸.

В конгрессе США проблемами малого и среднего бизнеса заняты два комитета. Во главе стоит Администрация по делам малого и среднего бизнеса. В каждом штате есть региональные отделения по 30-40 человек. Цель

⁷ Государственный комитет по приватизации, демонополизации и развитию конкуренции (<http://www.gki.uz>)

⁸ Организации экономического сотрудничества и развития (www.oecd.org)

Администрации поддержка малого и среднего бизнеса на государственном уровне.

В Японии, где особенно высоко количество малых предприятий, специально выделены те из них, которые в условиях рыночной экономики без помощи государства развиваться не могут.

Все малые и средние предприятия довольно быстро реагируют на внешние условия и видоизменяют конечную продукцию, следуя за спросом, осваивая новую продукцию. Например, малые и средние предприятия в Японии способны завершить опытное производство в течение недели, в то время как на крупных предприятиях это заняло бы гораздо больше времени. Малые предприятия специализируются и на выпуске конечной продукции, ориентированной в основном на местные рынки сбыта. В основном, это скоропортящиеся продукты, ювелирные изделия, одежда, обувь и т.д. и т.п.

Малые и средние предприятия различаются по форме собственности, организационно-правовой форме, отраслевой и территориальной принадлежности, по размерам, по характеру деятельности, по структуре деятельности и отношению к происхождению капитала.

Главными особенностями малого и среднего бизнеса являются: деятельность в хозяйственной сфере с целью получения прибыли, экономическая свобода, инновационный характер, реализация товаров и услуг на рынке, гибкость. А так же ограниченность его масштабов вызывает особый, личностный характер отношений между хозяином и работником, что позволяет добиваться действительной мотивации работы персонала и более высокой степени его удовлетворенности трудом. Относительно небольшие рынки ресурсов и сбыта не позволяют фирме оказывать сколько-нибудь серьезное влияние на цены и общий отраслевой объем реализации товара. В малом бизнесе присутствует персонифицированный характер отношений между предпринимателем и клиентами, т.е. малое предприятие рассчитано на обслуживание сравнительно узкого круга потребителей. Малые предприятия в основном полагаются на сравнительно небольшие кредиты банков,

собственные средства и неформальный рынок капиталов (деньги друзей, родственников и т.д.). Также в малом бизнесе высока доля оборотного капитала по сравнению с основным фондом. За частую в малом бизнесе можно встретить семейное ведение дела: оно наследуется родственниками хозяина, чем диктуется прямая вовлеченность последних во всю деятельность предприятия.

Функциями малого предприятия являются экономические, определяемые его ролью как, во-первых, работодателя; во-вторых - производителя продукции и услуг, в-третьих - катализатора научно-технического прогресса, в четвертых - налогоплательщика, в пятых - агента рыночных отношений.

Не менее значимой функцией является социальная. Так через малые формы предпринимательской деятельности многие люди раскрывают и реализуют свой творческий потенциал. В основном здесь используется труд социально уязвимых групп населения (женщин, учащихся, инвалидов, пенсионеров, беженцев и т.д.), которые не могут найти себе применение на крупных предприятиях. Малые предприятия являются главным местом производственного обучения и своеобразным полигоном для обкатки молодых кадров⁹.

Сфера деятельности малого и среднего бизнеса весьма обширна. Основными сферами деятельности малых предприятий являются торговля и общественное питание, сельское хозяйство, промышленность и строительство. Однако следует отметить, что самым распространенным видом является торговля и посредническая деятельность .

Производственной деятельностью занимается примерно каждый десятый предприниматель, примерно столько же предоставляют населению транспортные, строительные и бытовые услуги, занимаются переработкой

⁹ Брагина Е.А. Малый бизнес в развивающихся странах на фоне глобализации.//М. Мировая экономика и международные отношения. – М., 1998.- №6. с.126-134

сельскохозяйственной продукцией. На рынке информационных, медицинских и риэлтерских услуг занято незначительное число малых предприятий.



Источник: составлено автором на основе статьи Брагина Е.А. *Малый бизнес в развивающихся странах на фоне глобализации.*//М. *Мировая экономика и международные отношения.* – М., 1998.- №6. с.126-134.

Рис 1.1.1. Функции малого бизнеса и частного предпринимательства

Основными потребителями продукции и услуг малого и среднего бизнеса является местное население, а также жители ближайших городов и населенных пунктов. Помимо этого их продукцией и услугами пользуются частные фирмы и предприниматели, государственные учреждения и организации, торгово-посреднические организации.

Средний бизнес зависит от внутренней экономической конъюнктуры и вынужден вести конкурентную борьбу внутри своей группы, а так же с

крупным отечественным и иностранным капиталом. Сектор малого бизнеса образует самую разветвленную сеть предприятий. Действующих в основном на местных рынках и непосредственно связанных с массовым потреблением товаров и услуг.

Важная роль малого и среднего бизнеса заключается в том, что он обеспечивает значительное количество новых рабочих мест, насыщает рынок новыми товарами и услугами, удовлетворяет многочисленные нужды крупных предприятий, а так же выпускает специальные товары и услуги.

По данным Мирового банка, общее число показателей, по которым предприятия относятся к субъектам малого предпринимательства (бизнеса), превышает 50¹⁰. Однако наиболее часто применяемыми критериями на основе которых предприятия относятся к малому бизнесу является:

- численность персонала;
- размер уставного капитала;
- величина активов;
- объем оборота (прибыли, дохода).

Практически во всех странах определяющим критерием является численность работников за отчетный период. В последствии критерии отнесения предприятий к малому бизнесу неоднократно менялись в соответствии с принятием новых законов о малом предпринимательстве.

Во-первых, предприятия малого бизнеса обеспечивают необходимую мобильность в условиях рынка, создает глубокую специализацию и кооперацию, без которых немислима их высокая эффективность. Во-вторых, они способны не только быстро заполнять ниши, образующиеся в потребительской сфере, но и сравнительно быстро окупаться. В-третьих, - создавать атмосферу конкуренции. В-четвертых (и это, пожалуй, самое главное), они создают ту среду и дух предпринимательства, без которых рыночная экономика невозможна¹¹.

¹⁰ Мировой банк (www.worldbank.org)

¹¹ Экономической библиотеки (www.eclib.net)

Мелкие и средние предприятия играют заметную роль в занятости, производстве отдельных товаров, исследовательских и научно-производственных разработках.

Таблица 1.1.1. Преимущества и недостатки малого бизнеса и частного предпринимательства

Преимущества	Недостатки
<ul style="list-style-type: none"> • быстрая адаптация к местным условиям хозяйствования; • большая свобода действий субъектов малого предпринимательства; • гибкость и оперативность в принятии и выполнении принимаемых решений; • относительно невысокие расходы при осуществлении деятельности, особенно затраты на управление; • большая возможность для индивидуума реализовать свои идеи, проявить свои способности; • более низкая потребность в первоначальном капитале; • способность быстро вводить изменения в продукцию и процесс производства; • высокая оборачиваемость собственного капитала 	<ul style="list-style-type: none"> • высокий уровень риска; • проблема нехватки оборотного капитала; • трудности в заимствовании дополнительных финансовых средств и получения кредитов; • малый темп развития; • трудности привлечения квалифицированных кадров; • высокая степень неустойчивости положения на рынке; • зависимость от крупных компаний; • недостатки в управлении делом; • слабая компетентность руководителей; • повышенная чувствительность к изменениям условий хозяйствования; • неуверенность и осторожность хозяйствующих субъектов при заключении договоров и контрактов

Источник: Составлено автором на основе работ «Плюсы и минусы малого предприятия» [Электронный ресурс].-/plusy-i-minusy-malogo-predpriyatija u <http://be5.biz/ekonomika/biz02/32.htm>

Несмотря на то, что большая часть научного потенциала сосредоточена на крупных компаниях, малые и средние фирмы по широкому кругу продукции чаще начинают коммерциализацию новых товаров. Исследование 500 значительных технологических нововведений и изобретений, зарегистрированных на протяжении последнего двадцатилетия в Германии и США, обнаружило важную роль небольших фирм даже в воплощении в жизнь существенных технологических нововведений.

Успех малого и среднего бизнеса в этой области можно объяснить следующими причинами. Углубление специализации в научных разработках привело к тому, что во многих случаях небольшие фирмы идут по более простому или рискованному пути, работают в неперспективных отраслях.

Мелкие и средние фирмы также охотно берутся за освоение оригинальных нововведений, поскольку при выпуске принципиально нового изделия снижается значение крупных лабораторий с устоявшимися направлениями исследований. К тому же малые и средние фирмы стремятся как можно скорее наладить массовое производство. Тем самым, значение разработок, проводимых мелкими предприятиями достаточно важно, прежде всего, с точки зрения расширения рынка предлагаемых товаров и услуг, что в свою очередь активно стимулирует процесс производства с целью наиболее быстрого удовлетворения (вновь рожденного) спроса, мотивируемого разработками, проводимыми фирмами малого и среднего предпринимательства.

Отношение нововведений к затратам на научные исследования и разработки малых предприятий в 3-4 раза выше, чем в крупных¹². Если проследить путь изобретения, использованного крупными монополиями, то нередко оно оказывается результатом работы отдельных ученых или мелких фирм. Однако последующее внедрение осуществляется компаниями, обладающими необходимыми для этого финансовыми и материальными ресурсами.

Обобщая все вышесказанное, хотелось бы обратить внимание на то, что малый и средний бизнес воздействует на структуру рынка и расширение рыночных отношений прежде всего в результате изменения количества субъектов рынка, повышения квалификации и степени приобщенности все более и более широких слоев населения к системе предпринимательства и делового администрирования.

Развитие специализации и кооперации вовлекает мелких и средних предпринимателей в сферу влияния крупных объединений.

Фактически они теряют свою независимость и превращаются в отдельные звенья более крупных монополий, хотя официальная статистика

¹² Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики», статьи А.Ю. Божко «Систематизация и классификация факторов развития малого бизнеса» (<http://www.nauteh-journal.ru/index.php/---ep13-07/907-a>)

учитывает их как самостоятельные единицы. Крупные предприятия привлекают узкоспециализированные мелкие фирмы, производящие для них отдельные детали и узлы. Вокруг монополий, особенно в отраслях машиностроения, электронной промышленности, группируются обычно по несколько десятков тысяч мелких предприятий, которые пользуются финансовой и технической помощью монополий. Для хозяев монополистических объединений также мелкие субподрядчики удобны и выгодны: они поставляют свою продукцию по достаточно низким ценам. Их производственные, социальные и другие проблемы мало заботят руководителей монополий. В периоды неблагоприятной конъюнктуры и других осложнений, монополии (хозяева) рвут связи со своими мелкими поставщиками, бросая их на произвол судьбы. В последнее десятилетие во многих странах усилилась тенденция к объединению мелких предприятий на основе специализации и кооперации производства, в крупные отраслевые структуры, которые сейчас производят большие объемы разнообразной продукции, в том числе высокого технического и технологического уровня, и довольно успешно конкурируют на рынках с крупными компаниями и монополиями.

Важность малых и средних предприятий еще и в том, что ведя ожесточенную конкурентную борьбу за выживание, они вынуждены постоянно развиваться и адаптироваться к текущим условиям рынка, ведь чтобы существовать надо получать средства к существованию, а значит быть лучше других, чтобы прибыль доставалась именно им.

Массовый выпуск промышленных изделий длительного потребления (автомобилей, холодильников, телевизоров и т. п.) крупными предприятиями вызывает потребность в соответствующих промышленных услугах по ремонту и обслуживанию, которые часто осуществляют мелкие и средние предприятия, так как монополии из-за своей громоздкости вынуждены затрачивать много усилий в этом направлении или создавать разветвленную сеть маленьких

филиалов, что само по себе тоже достаточно дорогостоящее занятие, служащее в основном для поддержания престижа крупной фирмы.

Деятельность малых и средних предприятий в менее развитых районах западноевропейских стран - это основа всей их социальной и экономической жизни и решающая предпосылка их дальнейшего хозяйственного развития.

В то же время, на мелких и средних предприятиях отмечается более высокая эффективность труда, малые фирмы с меньшими затратами удовлетворяют потребности в дефицитных видах товаров и услуг на основе разработки местных источников (сырья) и обеспечивает при этом большую занятость. Они увеличивают размеры поступлений в муниципальные бюджеты, стимулируют НТП, выполняют другие важные для хозяйства функции. На современном этапе повышение роли предприятий малого и среднего бизнеса в экономике Германии, США и других развитых странах - не случайность, а необходимая закономерность, вызванная самим ходом истории, и потребностями, которые возникали в процессе развития производительных сил и технологий.

1.2. Факторы, влияющие на деятельность малого и среднего предпринимательства

На деятельность малых и средних предприятий оказывают влияние сразу несколько факторов. Их можно разделить на две группы: факторы внутренней среды, обусловленные особенностями предприятия, и факторы внешней среды (рис.1.2.1.).

Под внутренней средой предприятия понимается совокупность всех внутренних факторов, которые определяют процессы его жизнедеятельности. Многочисленные исследования подтверждают зависимость внутренней среды от внешних условий.

Внешняя среда подразумевает собой совокупность внешних по отношению к данному предприятию факторов, изменение значений которых существенно влияет на его состояние и результаты деятельности.

Внешняя среда для предприятий имеет важное значение: как источник ресурсов; как потребитель результатов деятельности предприятия и место общественного признания и оценки этих результатов; как фактор, определяющий поведение, образ действий предприятия, отражающихся в установлении целей и осуществлении тех или иных стратегий.

Факторы внешней среды разделяются на две группы. Первая - это создающие угрозы, риски для деятельности предприятия; вторая - формирующие условия, возможности для их развития. Определяя стратегию развития предприятия, руководители стремятся выбирать такой образ действий, который позволит максимально использовать открывающиеся возможности и устранить риски¹³.

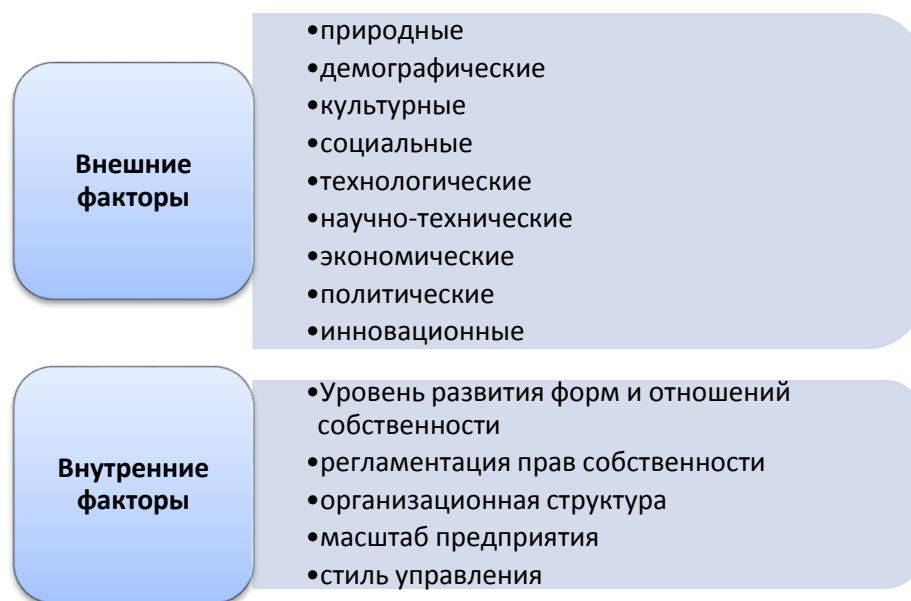
Одной из самых существенных черт предпринимательства является его рисковый характер.

Ключевой особенностью внешней среды малого бизнеса является, его объективно подчиненная роль в системе отношений с государством, крупным бизнесом, финансово-кредитными институтами. А также имеется специфическая черта, которая связана именно с периодом радикальных реформ - это исключительная подвижность внешней среды, возрастание скорости, с которой в окружении малого бизнеса происходят изменения. И все это серьезно затрудняет для предприятия возможности адекватного на них реагирования.

Кроме негативных изменений внешней среды на возрастание неопределенности и степени рисков в деятельности малых предприятий влияет и внутренняя среда предприятия, во многом зависящая от размера малого предприятия. Внутренняя среда малого бизнеса, как и внешняя, имеет ряд отличий: в способах разделения труда; расстановке кадров; распределения прав и ответственности; проведения маркетинговой политики; налаживания финансовых потоков на предприятии; получении информации и т.д.

¹³ Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики», статьи А.Ю. Божко «Систематизация и классификация факторов развития малого бизнеса» (<http://www.nauteh-journal.ru/index.php/---ep13-07/907-a>)

В настоящее время, по оценкам самих предпринимателей, в своей деятельности они сталкиваются с проблемами, такими как высокие налоги, дороговизна материально-технических средств, отсутствие кредитных ресурсов, что негативно сказывается на финансовом состоянии их предприятий. Серьезным сдерживающим фактором является низкий платежеспособный спрос населения, которое является основным потребителем продукции услуг малого бизнеса.



Источник: составлено автором на основе журнала «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики», статьи А.Ю. Божко «Систематизация и классификация факторов развития малого бизнеса» (<http://www.nauteh-journal.ru/index.php/---ep13-07/907-a>)

Рис.1.2.1. Факторы, влияющие на развитие малого бизнеса

Мелкие и средние предприятия играют заметную роль в занятости, производстве отдельных товаров, исследовательских и научно-производственных разработках. Углубление специализации в научных разработках привело к тому, что во многих случаях небольшие фирмы идут по более простому или рискованному пути, работают в неперспективных отраслях. Мелкие фирмы охотнее берутся за освоение оригинальных нововведений. Малые предприятия стремятся как можно скорее наладить массовое производство. Что приводит к расширению рынка предлагаемых товаров и услуг, что в свою очередь активно стимулирует процесс

производства с целью наиболее быстрого удовлетворения спроса, мотивируемого разработками, проводимыми фирмами малого и среднего предпринимательства.

Основные факторы, способствующие развитию малого предпринимательства в мире, приведены в таблице 1.2.1.

Таблица 1.2.1. Основные факторы, способствующие развитию малого предпринимательства в зарубежных странах

Факторы	Содержание
<p>1. Финансово-кредитная и инвестиционная поддержка</p>	<p>1. Предоставление государством финансовой помощи при расширении и модернизации действующих фирм (для покупки недвижимости, оборудования, технологий) начинающим предпринимателям, безработным, женщинам, молодежи, представителям национальных меньшинств, инвалидам и т.п.</p> <p>2. Выплата премий преуспевающими бизнесменами молодежи по созданию бизнеса, безвозмездная финансовая помощь крупных компаний на цели поддержки мелких бизнесменов.</p> <p>3. Фиксированные низкие процентные ставки по кредитам на весь срок кредитования, длительные сроки кредитования (до 10-20 лет).</p> <p>4. Гарантирование государством или специализированными финансовыми институтами о 60-80 % кредитов малых фирм.</p> <p>5. Создание обществ взаимных гарантий (поручительства), касс взаимопомощи и компаний коллективных действий.</p> <p>6. Предоставление венчурного капитала молодым предпринимателям и студентам</p>
<p>2. Налоговая поддержка</p>	<p>1. Освобождение от ряда налогов в первые 2-4 года работы предпринимателей.</p> <p>2. Снижение налоговых ставок для малых предприятий в 2 раза по сравнению с другими субъектами предпринимательской деятельности.</p>
<p>3. Привлечение малых фирм к выполнению государственных заказов.</p>	<p>1. законодательное резервирование производства определенного перечня товаров и объема работ для малых предприятий.</p> <p>2. Привлечение малых фирм к выполнению госзаказов в оборонной промышленности.</p>

4. Поддержка экспортной деятельности малых фирм	<ol style="list-style-type: none"> 1. содействие продвижению продукции малых предприятий на рынки других стран. 2. Льготы и скидки для предприятий, выходящих на мировой рынок. 3. Финансирование внедрений малыми фирмами современных информационных технологий для выхода на мировой рынок.
5. Поддержка научных исследований малых фирм	<ol style="list-style-type: none"> 1. Принятие специальных программ поддержки научных исследований малых предприятий, предоставление льгот на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, низкие проценты кредитования, длительные сроки. 2. Предоставление наукоемким малым предприятиям производственных, служебных, торговых помещений. 3. Создание «технопарков», «бизнес-инкубаторов», «промышленных ульев».
6. Кадровая поддержка малого бизнеса	<ol style="list-style-type: none"> 1. Государственные премии малым предприятиям, увеличивающим число работников, в том числе молодых. 2. Развитая сеть бизнес-образования. 3. Действие программ подготовки, переподготовки и повышения квалификации работников, специалистов и руководителей в области малого предпринимательства на всех уровнях государственного и частного образования. 4. Обеспечение профессионального обучения, связанного с освоением новых технологий.
7. Региональное развитие малого бизнеса	<ol style="list-style-type: none"> 1. Инвестиционная поддержка депрессивных регионов. 2. Предоставление налоговых льгот малому бизнесу в депрессивных регионах и освобождение от некоторых налогов в первые годы работы. 3. Финансирование государством затрат предпринимателей при их переезде в провинцию. 4. Региональные премии за создание предприятия, новых рабочих мест, при найме безработных.

Источник: составлено автором на основе данных Экономической библиотеки (www.eclib.net)

Развитие малого предпринимательства способствует постепенному созданию широкого слоя мелких собственников, так называемого среднего класса, самостоятельно обеспечивающих собственное благосостояние и достойный уровень жизни, являющихся основой социально-экономических реформ, гарантом политической стабильности и демократического развития общества. Однако, занятие малым бизнесом является не только источником средств к существованию, но и способом раскрытия внутреннего потенциала личности.

1.3. Зарубежная практика развития малого и среднего бизнеса в условиях глобализации мирохозяйственных отношений

Исторический подход к анализу закономерности динамики малого бизнеса можно соотнести с крупными сдвигами в производительных силах, которые вызывали изменения в производственных отношениях в конце XVIII-IX веков.

Так, на первом этапе (1873-1929 гг.) главный вектор динамики мелкого и среднего предпринимательства выражался в его вытеснении из хозяйства, когда оно было конкурентом монополии. Однако и тогда продолжали функционировать «острова» малого бизнеса, где оставались в силе общие предпосылки существования мелкомасштабного производства. Малые предприятия смогли приспособиться к конкуренции с крупным бизнесом и уже на этом этапе стали работать в рамках зарождающейся субподрядной системы.

Второй этап (1929-1974 гг.) совпал по времени с этапом научно-технической революции, под воздействием которой произошло многократное расширение ассортимента и дифференциации продукции. Изменения в технике и технологии способствовали эффективной деятельности небольших предприятий, ориентированных на узкие рынки и на постоянную смену номенклатуры продукции и высокий уровень специализации. Начало компьютеризации, появление новых видов деловых и научно-технических услуг, формирование венчурного капитала, появление лизинга, научно-технологических парков и т. д. - все это способствовало развитию малого и, в частности, малого инновационного бизнеса¹⁴.

Сильнейший мировой экономический кризис 1974-1975 гг. дал мощный толчок в развитии малого предпринимательства, который из придатка крупного бизнеса постепенно превратился в его союзника и партнера.

Первой причиной такого положения явилось изменение парадигмы развития экономики, переход приоритета от количественных показателей

¹⁴ Ровенский Ю.А. Эволюция малого бизнеса в мировой экономике/ Автореф. дисс. док. эк. наук. М., 1996. - 39 с.

деятельности предприятия к качественным, характеризующим продукт, услугу, новшество. В этих условиях жесткие структуры индустриальных гигантов оказались в проигрыше по сравнению с гибкостью небольших фирм, способных мгновенно реагировать на малейшие изменения конъюнктуры, потребительского спроса.

Следующей причиной бума развития малого бизнеса в 70-80-х годах стало развертывание следующего этапа научно-технической революции. Произошел переворот в производительных силах, который связан в первую очередь с развитием индустрии информации, созданием информационного комплекса. Появилась техника, адекватная размерам малой фирмы, - микропроцессоры, миниоборудование, мини-ЭВМ и т. д. Появились отрасли, в которых существенную роль стали играть малые и средние фирмы, - биотехнология, аквакультура, освоение альтернативных источников энергии и т. д.

Третья важнейшая причина роста малых предприятий - изменение психологии потребителя, что явилось причиной переориентации экономики в сторону сферы услуг, перехода от удовлетворения потребностей в товарах и услугах массового характера к товарам и услугам индивидуального свойства. И, наконец, говоря о возможностях, связанных с функционированием мелких и средних предприятий, следует отметить, что их небольшие размеры с отсутствием бюрократических структур управления предоставляют оптимальные возможности для использования человеческого потенциала. Возрастание роли человеческого фактора в условиях ориентации хозяйственных единиц на нововведения, организационные новшества открывают особые перспективы для небольших компаний.

На вопрос о влиянии размера предприятия на эффективность или способность к научным исследованиям нельзя дать однозначного ответа, однако, то, что малый бизнес работает очень эффективно в области научных исследований и разработок, очевидно.

По оценке Организации экономического сотрудничества и развития (OECD), на долю мелких и средних предприятий приходится 10-20 % всех новинок, хотя известно, что их удельный вес в расходах на нововведения составляет 4-5 %. Крупные предприятия используют примерно половину сделанных ими изобретений, тогда как предприятия малого бизнеса - более 70 %¹⁵.

На сегодняшний день в мире нет единого и четкого определения малого бизнеса. У каждой страны, например, свои понятия о малом бизнесе. Например, во Франции малой компанией считается любая фирма с общей численностью персонала до 50 человек. А в Германии у предпринимателя подчиненных значительно меньше - от 1 до 9 человек, при этом введены дополнительные ограничения годового оборота малой компании - до 700 тысяч евро. Швейцария понимает под малым предприятием фирму с численностью от 1 до 200 человек и годовым оборотом не более 20 млн. евро.

В США, Канаде, Японии и Китае критерии малых компаний устанавливаются для каждой отрасли индивидуально. Американский магазин имеет право именовать себя малым предприятием, если его штат не превышает 50 сотрудников. В то же время промышленная компания может также считаться малой при численности персонала до 500 человек. Зато в Японии магазинчик является малым, только если в нем работают до 5 человек. В Китае оптовая компания получает статус малого предприятия при обороте до 30 млн. иен и численности персонала до 100 человек.

При этом подавляющее большинство – более 90% малых компаний в ЕС, США, Китае, Индии и Бразилии – это мелкие предприятия с численностью не более 5 человек. А их основная форма юридической организации – это частные предприниматели (индивидуальный предприниматель)¹⁶.

В странах Европы 87% действующих предприятий, а это более 21 миллиона фирм – малые компании. Та же картина наблюдается и в

¹⁵ Организации Экономического Сотрудничества и Развития (www.oecd.org)

¹⁶ Организации Экономического Сотрудничества и Развития (www.oecd.org)

корпоративных США, где каждая третья семья трудится на благо малого бизнеса. От развитых государств не отстают и развивающиеся рынки. Экономические чудеса Китая и Индии, Бразилии и Южной Кореи на 80, а то и все 90% строятся на малом бизнесе.

В развитых странах на 100 тыс. человек приходится не менее 3000 малых компаний. Во Франции на поприще малых фирм трудится 54% трудоспособного населения, в Италии - 73%, а в США - 70%, а численность занятых в малом бизнесе в России составляет примерно 12 млн. человек - или 17% от общей массы работающего населения.

На сегодняшний день в США зарегистрировано более 20 млн. малых компаний, причем ежегодно открывается еще не менее 1 млн. новых. Каждая третья американская семья занята в малом бизнесе. В целом же компании со штатом до 100 человек обеспечивают рабочими местами более половины трудоспособного населения США. Некоторые американские учебники по предпринимательству утверждают, что до 20% малых фирм США начинают с 1000-5000 долл. США. И более половины из них менее чем за 2-3 года перемещаются в строки компаний с ежегодным доходом более 1 млн. долл. США¹⁷.

Американские предприниматели предпочитают организовывать бизнес исключительно на собственные средства. Только 10% малых компаний стартует на базе заемного капитала. 90% малых фирм организуется на сбережения владельца, его семьи, дальних родственников и близких друзей. Согласно ежегодным статистическим данным, предоставляемым ассоциацией малого бизнеса США, более половины успешно и быстро развивающихся компаний создавались на базе офиса на дому, при этом их стартовые затраты не превышали 25 000 долл. США.

Те же, кто решается открыть собственное дело на чужие средства, тоже стараются особо не рисковать. Средний размер максимального кредита на

¹⁷ Кирчегина Н.Н. Государственное регулирование малого бизнеса (на примере США и Южной Кореи): Дисс. канд. эк. наук. М., 1992.

открытие малой компании в США не превышает 100 000 долл. США. Любопытно, что возвращать долги американские предприниматели не любят. В погоне за американской мечтой очень большой процент компаний – до половины – терпит неудачу и, как следствие, - крах и банкротство. На этом и «горят» местные банки.

Ежегодно коммерческие банки и кредитные бюро США, выдавшие займы и кредиты на открытие малого бизнеса, не получают обратно от 300 долл. США до 400 млн. Зато в Америке процветают венчурные фонды - компании, которые на собственный страх и риск, без вероятности вернуть вложения финансируют новые, в том числе сомнительные проекты. Ежегодно американские венчурные фонды обеспечивают местных предпринимателей не менее 36 млрд. долл. США.

Еще одна специфика малого бизнеса Америки - стремительное увлечение франчайзингов. США – родина франчайзинга, в нем главная сила американской экономики. Еще в середине XIX века здесь развернули свои франчайзинговые сети такие компании, как «Зингер» и «Дженерал моторс». На сегодняшний день, согласно оценкам Международной ассоциации франчайзинга, в США действуют более 2000 франчайзеров и приблизительно 600 000 получателей франшизы.

Благодаря крупным и успешным франшизодателям входной билет в малый бизнес для начинающего предпринимателя весьма дешев. Например, для открытия ресторана быстрого питания McDonald`s площадью 150 кв. м. или не менее популярной среди американцев закусочной Subway аналогичного размера в США потребуется всего 100 тысяч долл. США. В России для открытия McDonald`s необходимо иметь не менее 500 тысяч долл. США, а порой и 1 млн.

При этом от начинающего предпринимателя франшизодатель потребует сразу внести только 50% стоимости готового бизнеса. Оставшиеся 50% можно гасить в течение 20 лет. За 45-50 тыс. долл. США предпринимателю подберут идеальное для открытия нового ресторана или

закусочной место, наберут и обучат сотрудников, предоставят рецептуру приготовления блюд, а также продукты. Специальные менеджеры будут курировать новый бизнес очень бдительно в течение первого года, а как только новое предприятие встанет на ноги, станут приезжать с нечастыми проверками. Ежемесячные отчисления на аренду предоставленного головной компанией оборудования и рекламу составят всего 8% от общей выручки. Можно договориться, чтобы за минимальный процент от выручки франшизодатель вел весь учет и отчетность на предприятии.

В США созданы все условия для ведения женского бизнеса. Официально зарегистрировано более 9,1 млн. женщин, управляющих компаниями. При этом женщины-руководительницы ежегодно зарабатывают более 3,6 трлн. долл. США. От американок стараются не отставать и представительницы национальных меньшинств. Их ежегодные заработки находятся в пределах от 180 до 200 млрд. долл. США.

В США МСП производят почти 30 % всей экспортируемой продукции. Федеральное финансирование экспортной деятельности МСП осуществляется в рамках программы «City/State program» Экспортно-импортного банка США, в которой участвуют 29 штатов.

В современной экономической реальности Канады малому бизнесу отведено одно из важнейших мест. Его значение стремительно росло в последней трети XX века, когда ориентация на крупные предприятия как основных носителей экономического и научно-технического прогресса сменилась пониманием возможностей малых предприятий, интересом к возрождению культуры предпринимательства.

К началу 90-х годов в Канаде насчитывалось 885 тыс. фирм, из которых 99 % составляли малые предприятия. Малыми считаются в Канаде предприятия с числом занятых не более 100 человек и с годовым оборотом не выше 2 млн. долл. США. На малых фирмах работают 37 % занятых, а в отраслях первичной обработки, строительстве, сфере услуг, торговле до 80 % всех занятых.

Развитие мелкого предпринимательства в Канаде значительно облегчается помощью, которую ему оказывают федеральные структуры. Для оказания малым предприятиям финансовой помощи, предоставления займов и их гарантий, а также услуг менеджмента, консультаций, обучения, информации был создан Федеральный банк развития бизнеса (ФБРБ). Для малых предприятий сохраняется низкая ставка федерального налога на прибыль: 15 % против 36 % для остальных фирм. Провинциальный налог на прибыль для малых предприятий также примерно в 2 раза ниже.

На федеральном уровне принята Программа помощи научным исследованиям малых фирм в промышленности с целью повышения национальной и международной конкурентоспособности канадских компаний. Размер предоставляемой помощи - от 15 до 350 тыс. долл. США сроком на 36 месяцев.

Региональное многообразие Канады накладывает отпечаток на все стороны жизни страны и на развитие предпринимательства в частности. В каждой провинции есть свои отличительные особенности формирования и деятельности малых предприятий и свои программы помощи. Существует определенная специфика на городском и микро территориальном уровнях¹⁸.

Малые и средние предприятия - это 99 % общего числа предприятий, зарегистрированных в Бельгии. Доля занятых на малых и средних предприятиях достигает 55 %, доля сектора в производстве ВВП составляет 46 %.

В бельгийском законодательстве существует несколько определений сектора малого и среднего бизнеса, различающихся, прежде всего, в зависимости от территории. Общим остается ограничение на число работающих - не более 50 человек для малых фирм и не более 250 для средних.

Малые и средние предприятия являются наиболее динамичным сектором бельгийской экономики, их значение постоянно возрастает, вместе с

¹⁸ Минаев С.В. Глобальная экономика: 2000 год. М. РАН ИНИОН, 2001. -92 с.

тем, они постоянно сталкиваются с рядом проблем. Для улучшения ситуации бельгийские экономисты разработали план, состоящий из 50 предложений по восьми направлениям, который имеет целью облегчить налоговое бремя малых и средних фирм, упростить административные процедуры при образовании предприятий, изменить социальный статус независимых предпринимателей, облегчить доступ к рисковому капиталу.

В Великобритании на долю малого бизнеса в настоящее время приходится 21 % товарооборота и 36 % рабочей силы страны. Каждый восьмой взрослый занят индивидуальным бизнесом. На долю малого бизнеса приходится около 50 % прироста новых рабочих мест.

Хотя мелкие фирмы функционируют почти во всех отраслях английской экономики, особую роль они играют в наукоемких и высокотехнологичных отраслях (электронике, биотехнологии, химии, приборостроении). В данной сфере малый бизнес Великобритании значительно опережает другие европейские страны.

В Великобритании отсутствует единое определение сектора малого и среднего бизнеса. Чаще всего к нему относят предприятия с числом работающих не более 250 человек.

Значительная роль в стимулировании развития мелких фирм принадлежит бюджетно - налоговой и кредитной политике государства. К мерам общего характера относятся: установление для мелких фирм пониженных ставок налогов, отложенная оплата счетов, составление баланса для расчета налога на добавленную стоимость только после оплаты своих счетов, эффективная система скидок при уплате просроченных ссуд, льготы при взимании местного налога на имущество.

По правительственной «Программе гарантирования кредитов» большая часть (70-80 %) кредитов, предоставляемых банками мелкому бизнесу, гарантируется правительством.

Активное участие в становлении мелких фирм принимают крупные компании, практикующие командирование квалифицированных управляющих своих предприятий на мелкие фирмы сроком до 2-х лет.

В 80-е годы получила развитие интеграция мелких предприятий в структуру крупных компаний, в том числе система франчайзинга¹⁹. Развитию подобных связей между крупным и мелким бизнесом способствуют ведущие английские банки. Национальный совет экономического развития подготовил специализированный каталог мелких фирм, с помощью которого крупные компании могут выбрать потенциальных партнеров. Создан специальный центр, способствующий контактам между крупными и мелкими фирмами.

В Германии наряду с 5800 крупными предприятиями существуют более 3,3 млн малых и средних предприятий и индивидуальных предпринимателей. Они составляют более 99 % предприятий-налогоплательщиков, обеспечивают почти 70 % всех рабочих мест, обучают около 80 % молодых специалистов, обеспечивают почти 45 % поступлений налога с оборота, осуществляют 30 % немецкого экспорта.

Особенностью немецких малых и средних предприятий является их роль «кузницы» высококвалифицированных кадров. На этих фирмах 4/5 всей молодежи получают квалификацию, а подавляющее большинство (65-70 %) выпускников высшей школы предпочитают начинать свою трудовую деятельность на мелких и средних фирмах. Еще одна особенность Германии - развитие инновационного малого бизнеса на региональном уровне. Речь идет о стимулировании технологического перевооружения среднего звена. Для этого созданы консультационные пункты при Палате промышленности и торговли и комиссия по стимулированию технологического трансфера, которая планирует деятельность 16 высших учебных заведений и оказывает помощь мелким предприятиям в данном районе.

В Германии решения в сфере политики в отношении МСП принимают органы власти на уровне федерации, федеральных земель, городских и

¹⁹ Экономической библиотеки (www.eclib.net)

земельных округов, общин. Важные функции по оказанию поддержки малому и среднему бизнесу были переданы ряду институтов публичного права, в частности специализированным банкам, осуществляющим программы по поддержке малого и среднего предпринимательства (МСП) в федеральном масштабе, а также саморегулируемым организациям частного бизнеса, как, например, торгово-промышленным палатам и др.

В испанской экономике преобладают малые и средние фирмы: более 1 млн предприятий, на 98 % которых занято менее 100 человек, на 77 % - до 10 человек. Наиболее распространенной формой предпринимательской деятельности остаются индивидуальные и семейные предприятия.

Определение МСП в Испании:

- число работающих на малых предприятиях - не более 50 человек;
- число работающих на средних предприятиях - не более 250 человек;
- доля участия в капитале других предприятий - не более 35 %.

В системе исполнительных органов общенационального уровня Испании разработка и реализация политики в области государственной поддержки малого бизнеса возложена на Министерство промышленности и энергетики, которое реализует специальные программы в области диагностики малых предприятий, подготовки руководящих кадров, содействия кооперированию, адаптации к нормам и требованиям ЕС. Ведущей государственной организацией, которая реализует политику в отношении малого бизнеса, обеспечивает координацию деятельности в данной области других государственных и полугосударственных организаций, анализирует применение мер господдержки предпринимателей и готовит предложения по их совершенствованию, является Институт малых и средних промышленных предприятий (IMPI) - автономная организация в системе Министерства промышленности и энергетики Испании.

Одна из ведущих специализированных организаций, обеспечивающая реализацию государственной научно-технической политики Испании и участие в ней малых предприятий, - Центр развития промышленных

технологий (CDTI), находящийся в ведении Министерства промышленности и энергетики. Задачи CDTI: отбор, финансирование, контроль реализации и координации прикладных исследований и опытно-конструкторских работ, исходя из приоритетных направлений государственной научно-технической политики, определенных Национальным планом развития науки и техники. Центр оказывает финансовую поддержку не научным организациям, а непосредственно предприятиям, которые, в свою очередь, выступают заказчиками необходимых им НИОКР в научных организациях и финансируют их на договорной основе либо проводят работы собственными силами.

В экономике Италии малые и средние предприятия стали играть весьма заметную роль с начала 50-х годов XX века. В отличие от большинства развитых капиталистических стран в Италии малые, средние и ремесленные предприятия всегда играли важную роль, что объясняется спецификой развития страны, которая вплоть до 50-х годов сохраняла преимущественно аграрную структуру экономики.

Определение критериев МСБ в Италии:

- микро предприятие - число работающих не более 19 человек;
- малое предприятие - число работающих от 20 до 99 человек;
- среднее (малое) предприятие - число работающих от 100 до 199 человек;
- среднее (большое) предприятие - число работающих от 200 до 499 человек²⁰.

В современной Италии эффективно функционирует общенациональная система кредитования малого и среднего бизнеса, осуществляемая «Mediocredito Centrale» и Министерством промышленности. Сегодня льготное кредитование осуществляется также государственными учреждениями среднесрочного кредита на условиях льготного процента - на сумму до 40 % предполагаемых затрат. Срок кредитования установлен в 15 лет для новых

²⁰ Организации Экономического Сотрудничества и Развития (www.oecd.org)

инициатив и 10 лет для модернизации и расширения уже существующих предприятий. При этом процентные ставки обычно составляют 36-60 % от рыночных в зависимости от объема инвестиций.

Политика ЕС в отношении малого и среднего бизнеса базируется на вертикальном и горизонтальном подходах к решению проблем его создания и функционирования. Вертикальный подход выражается в непосредственных мероприятиях, ориентированных исключительно на малые и средние предприятия. Эти мероприятия подготавливаются и осуществляются Генеральным директором Европейской комиссии (политика в отношении предпринимательства, коммерции, туризма и социальной экономической деятельности) в сотрудничестве с Европейским парламентом, Экономическим и социальным советом, представительскими организациями малых и средних предприятий в органах ЕС и другими службами Комиссии ЕС. Горизонтальный подход базируется на защите интересов МСП в таких сферах деятельности Евросоюза, как политика в области исследований и технических разработок, региональная политика, международные отношения и т. д., и укреплении позиций малого и среднего бизнеса в соответствующем виде деятельности.

Главными целями надгосударственного регулирования и поддержки малого и среднего бизнеса являются: укрепление единого внутреннего рынка, интернационализация предпринимательской деятельности на уровне предприятий, устранение административных барьеров и создание единого экономического пространства в ЕС путем унификации законодательной базы по малому бизнесу.

Национальная политика в странах-членах ЕС имеет своей целью предоставление лучших условий для бизнес-деятельности, увеличения конкурентоспособности и роста. При этом заметен уход от «тяжелой» поддержки в форме займов и дотаций и переход к «мягкой» поддержке в форме консультационных услуг.

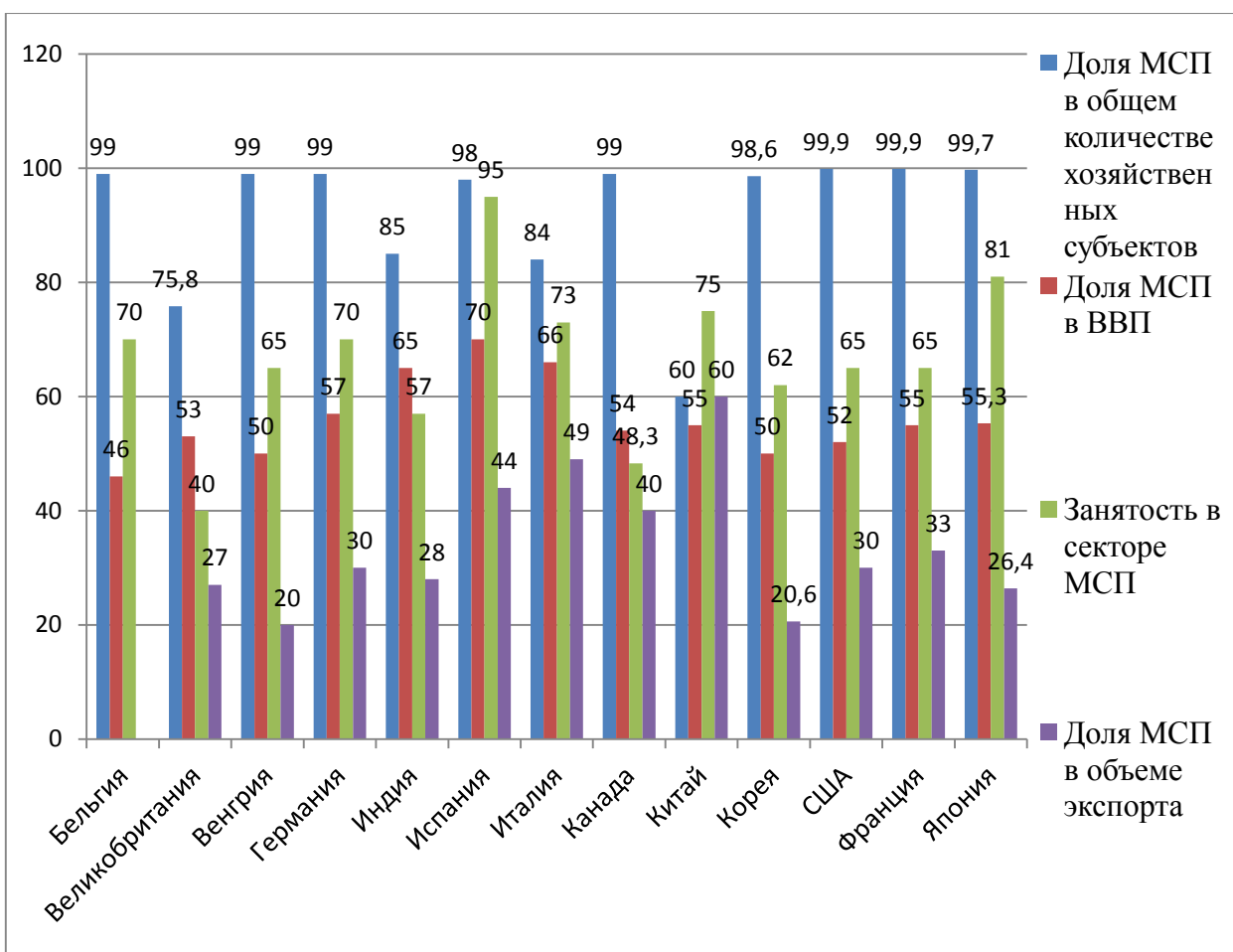
Таким образом, в ЕС проводится активное регулирование малого и среднего бизнеса и оказывается широкое содействие его развитию с использованием форм и методов, учитывающих потребности европейской интеграции.

В диаграмме 1.3.1. приведены сравнительная характеристика развития малого и среднего предпринимательства в 2014г.

Как показывает диаграмма, доля малых и средних предприятий в общем количестве хозяйствующих единиц составляет в различных странах от 40 % до 99,9 %. Вклад малого и среднего бизнеса в валовой внутренний продукт также весом - от 12 % до 60 %. Занято в этом секторе до 80 % трудоспособного населения, доля в товарообороте колеблется от 20 до 80 %, на малые фирмы приходится примерно треть экспорта. Тем не менее, по мировым регионам существуют различия в масштабах развития малого и среднего бизнеса. Наиболее он развит в Северной Америке и Западной Европе. Эта тенденция связана с историческими, культурными, природными, демографическими особенностями регионов. Малый и средний бизнес доминирует в экономике стран с протестантской и католической религией, а также в некоторых странах конфуцианской культуры (Япония, Китай).

Ислам и буддизм, по-видимому, наложили отпечаток на развитие предпринимательства в странах Востока и большинства стран Африки. Данные о малом и среднем бизнесе в этих регионах практически не встречаются в информационных источниках. Особенности климатических условий, неразвитость промышленности и экономической инфраструктуры из-за длительной колонизации, преобладание отсталого сельского хозяйства, политическая нестабильность - все это в той или иной степени тормозит развитие малого бизнеса в некоторых странах Востока и Африки.

Диаграмма 1.3.1. Динамика развития малого и среднего предпринимательства в зарубежных странах (2014г.), в %



Источник: составлено автором на основе данных Организации Экономического Сотрудничества и Развития (www.oecd.org), официальные сайты государственных организаций указанных стран.

Исходя из проведенного выше анализа, а также действующих программ по поддержке МЧБ в различных странах мира, можно предложить рассмотреть следующие механизмы и программы для их последующей адаптации в реалиях Узбекистана:

- 1) Выделение государственных премий малым предприятиям, увеличивающим число работников, в том числе молодых.
- 2) Финансирование государством затрат предпринимателей при их переезде в провинцию.
- 3) Региональные премии за создание предприятия, новых рабочих мест, при найме безработных.
- 4) Выплата премий преуспевающими бизнесменами молодежи по созданию бизнеса, безвозмездная финансовая помощь крупных компаний на цели поддержки мелких бизнесменов.

5) Создание обществ взаимных гарантий (поручительства), касс взаимопомощи и компаний коллективных действий.

6) Законодательное резервирование производства определенного перечня товаров и объема работ для малых предприятий.

7) Привлечение малых фирм к выполнению государственных заказов в различных отраслях промышленности.

8) Предоставление наукоемким малым предприятиям производственных, служебных, торговых помещений.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В ЯПОНИИ И РЕСПУБЛИКЕ КОРЕЯ

2.1. Сравнительный анализ развития малого и среднего бизнеса в Японии и Республике Корея

Южная Корея является примером страны с активно развивающимся, эффективным сектором МСП, что в значительной мере обусловлено проводимой государством политикой и наличием действенной структуры поддержки малого и среднего бизнеса. В настоящее время в Южной Корее действует более 3 млн малых и средних предприятий²¹.

Согласно ст.2 Основного закона о малом бизнесе к категории малые и средние предприятия относятся:

- к категории «малое предприятие» - предприятие в обрабатывающей и добывающей промышленности, на транспорте и в строительстве с 20 и менее работников; в торговле или сфере услуг - 5 и менее работниками;

- к категории «среднее предприятие» - предприятие в обрабатывающей и добывающей промышленности, на транспорте с численностью от 21 до 300 работников, в строительстве – от 20 до 300; в сфере торговли и услуг – от 20 до 200²².

Сегодня в Республике Корея насчитывается 1 миллион восемьдесят девять тысяч малых и средних предприятий - 98,6% всех предприятий страны. Крупных - чуть больше пятнадцати тысяч.

В малом и среднем бизнесе занято - 62% всего трудоспособного населения страны. Такая расстановка сил позволила включить всех жителей страны в интенсивную экономическую жизнь²³.

²¹ Аналитический центр МСП Банк (MSB_int-new.pdf)

²² Основной закон «О Малом бизнесе» Республики Корея, ст2

²³Корея Справочник. – Сеул: Изд. Национальной организации туризма Кореи 2004 (<http://choson2005.narod.ru/rk.htm>)

Таблица 2.1.1. Критерии отнесения предприятий к критерии МСБ

Отрасль	Малый и средний бизнес		Малые предприятия	Микро-предприятия
	Численность работников	Выручка/Капитал	Численность работников	
Промышленное производство	<300	Капитал ≤8 млн долл. США	<50	<10
Добывающая промышленность, строительство и перевозки	<300	Капитал ≤3 млн долл. США	<50	<10
Различные отрасли сектора услуг	<300	Выручка ≤30 млн долл. США	<10	<5
Сельское хозяйство, Медицина, Наука, Электроэнергетика, Топливная энергетика и иное	<200	Выручка ≤20 млн долл. США	<10	<5
Другие отрасли	<50	Выручка ≤5 млн долл.США	<10	<5

Источник: Администрация малого и среднего бизнеса (The Small & Medium Business Administration (www.smba.go.krty))

На долю малым средним предприятиям приходится более 46% промышленной продукции Кореи. Совокупная добавленная стоимость по предприятиям данного сегмента составляет около 50% от ВВП страны.

Объем инвестиций корейских малых и средних предприятий за рубеж составил по итогам 2012 года более 57 млрд. долл., что превышает 26% от общего объема прямых иностранных инвестиций Кореи. По числу инвестиционных сделок доля МСБ составляет 54,3%.

Следует отметить, что в 2013 году малые и средние предприятия Южной Кореи экспортировали продукцию в 227 стран. Из всех предприятий МСБ самая большая доля, около 31%, заняты в сфере оптовой и розничной торговли, тогда как 21.4% в гостиничном и ресторанном бизнесе, 11.5% в сфере производства, 10% в сфере транспорта, 3.9% в оказании различного рода культурно-развлекательных и спортивных услуг, 3% в сфере обучения, 2.9% в сфере недвижимости, 2.5% в строительном секторе, 2.4% в оказании

консалтинговых бизнес услуг и 1.9% в сфере здравоохранения и социальной защиты населения²⁴.

Таблица 2.1.2. Динамика числа предприятий и занятости по сектору МСБ Республики Корея, 2000-2014 гг.

Год	МСБ		Доля МСБ по отношению к общеэкономическим показателям, %	
	Число, млн. ед	Занятые, млн. чел	Число	Занятые
2000	2,708	8,681	99,2	80,6
2007	2,974	11,149	99,9	88,4
2010	3,044	11,468	99,9	87,7
2014	3,2	19,6	99,9	77,8

Источник: Национальное статистическое ведомство Кореи (Korea National Statistical Office (KNSO))

Общее число МСБ, экспортирующих продукцию, составило в 2014 году 83 тыс. ед., увеличившись по сравнению с 2008 на 10% (75,5 тыс. предприятий) – это 3% от общего числа МСБ в стране²⁵.

В развитии малого и среднего предпринимательства можно выделить три основных этапа: становление, развитие и обретение самостоятельности. В 1966 году принятием Закона о малых и средних предприятиях закладывается правовая основа малого предпринимательства. В 80-е годы оно быстро развивается при целенаправленной поддержке государства, создававшего специализированные фонды и программы. В 90-х годах политика государства была ориентирована на то, чтобы малые и средние предприятия стали более конкурентоспособными и автономными. Правительство направляло реформы, а в роли ведомого выступал малый и средний бизнес.

В настоящее время в стране действует 10-летняя программа развития малого и среднего бизнеса. Основные ее цели - повышение доли малых и средних компаний в экспорте промышленной продукции с 37% до 50%, при этом производство товаров с высокой добавленной стоимостью

²⁴ Аналитический центр МСП Банк (MSB_int-new.pdf)

²⁵ Национальное Статистическое Ведомство Кореи (KNSO): kor.ved.gov.ru/meropr

предполагается увеличить с 50 до 56%, а занятость населения в сфере малого и среднего бизнеса с 62% до 78%²⁶.

Обеспечение низких процентных ставок по заемному капиталу, стимулирование наиболее конкурентоспособных компаний – характерные черты этой программы.

Поддержку в реализации этой программы осуществляет специальный Комитет по развитию малого бизнеса при Президенте Республики Корея. С этой целью Комитет подготавливает законодательную базу и вырабатывает государственную политику в области малого и среднего предпринимательства.

С февраля 1996 года Администрация малого и среднего бизнеса (АМСБ), будучи государственным органом, является постоянно действующим секретариатом этого Комитета. Сотрудники одиннадцати региональных представительств и шести основных подразделений АМСБ отвечают за реализацию государственных программ.

Ключевыми направлениями работы этих подразделений являются: анализ тенденций в промышленности и реформы по реструктуризации бизнеса; содействие в области менеджмента, кредитования, информационных услуг; развитие и передача новых технологий.

Основным административным органом МСП Японии является Агентство малых и средних предприятий при Министерстве экономики, торговли и промышленности Японии. Данным агентством образованы три вида Центров по поддержке МСП: префектурные, региональные и центры по поддержке венчурного бизнеса.

Японское правительство при разработке мер в отношении МСП, отталкивается от следующих основополагающих политик:

- продвижение деловых инноваций, быстрый запуск МСП и продвижение креативности между субъектами МСП;

²⁶ Администрация малого и среднего бизнеса Республики Корея (www.smba.go.kr)

- усиление основ МСП, посредством облегчения приобретения различных ресурсов со стороны МСП и улучшения транспарентности транзакций, в которые вовлечены МСП;

- легкое адаптирование МСП к изменяющимся экономическим и социальным условиям, посредством обеспечения финансовой стабильности МСП;

- облегчение механизмов финансирования МСП и расширение уставного фонда МСП.

В Японии статус малых и средних предприятий утвержден Основным законом «О малых и средних предприятиях» (МСП) от 1963г., с поправками от 199г. В соответствии с данным законом, МСП классифицируются «малыми предприятиями», в которые входят малые и микро предприятия, соответствующие следующим критериям (таблица 2.1.3.)²⁷.

Таблица 2.1.3. Критерии малых и средних предприятий Японии

Промышленность	Малые и средние предприятия		Малые предприятия
	Капитал	Кол-во служащих	Кол-во служащих
1. Производство, строительство, транспорт и другие промышленные отрасли (за исключением 2-4)	до 300 млн.йен (2,9млн. долл.США)	до 300 чел.	до 20 чел.
2. Оптовые продажи	до 100 млн.йен (0,9 млн. долл.США)	до 100 чел.	до 5 чел.
3. Услуги	до 50 млн.йен (0,48 млн. долл.США)	до 100 чел.	до 5 чел.
4. Розничная торговля	до 50 млн.йен (0,48 млн. долл.США)	до 50 чел.	до 5 чел.

Источник: Министерство экономики, торговли и промышленности Японии (www.meti.go.jp)

Эффективность деятельности МСП и МП по сравнению с крупными корпорациями также отражается на положительных социальных и финансовых статистических результатах (таблица 2.1..4.).

Из общего числа японских компаний, малый и средний бизнес составляет 99,7%, из которых 87% - это малые компании со штатом

²⁷ Основной закон Японии «О малых и средних предприятиях»

сотрудников менее 20 работников, где работают 70,0% занятого населения страны. В целом в МСП Японии трудятся более 81% трудового населения. В этом секторе производится более 51,0% всей промышленной продукции. На него приходится более 62% оптового и 78,5% розничного товарооборота.

Таблица 2.1.4. Сравнительные характеристики крупных, малых и средних и малых предприятий в Японии

	Количество предприятий (млн.)	Количество занятых (млн.чел)	Продукция с добавленной стоимостью		Продажи (трлн.йен)
			Занятые в производственном секторе (трлн.йен)	Занятые в не производственном секторе (трлн.йен)	
Крупные предприятия	0,011	13,97	45,1	80,0	764,9
Малые и средние предприятия	3,853	32,17	26,2	121,0	609,6
Малые предприятия	3,343	11,92	–	–	–

Источник: Министерство экономики, торговли и промышленности Японии (www/kantei.go.jp)

Больше всего предприятий малого бизнеса действует в сфере розничной торговли, общественного питания, сфере услуг, строительстве и машиностроении. По формам собственности половина малых японских предприятий - индивидуальные, семейные.

Так называемая «японская модель» взаимодействия крупного и малого бизнеса предполагает структуру – «ситаукэ», где на вершине расположено крупное предприятие, а в основании лежат малые фирмы, выступающие в качестве субподрядчиков.

По мере насыщения рынка и удовлетворения первичного спроса у значительной категории японских потребителей падает интерес к массовой продукции. На первый план выходит товар уникальный, производимый мелкими сериями. Малая кредитоспособность, отсутствие первоклассных инженерных и рабочих кадров из-за малых зарплат в секторе МСП, ставят

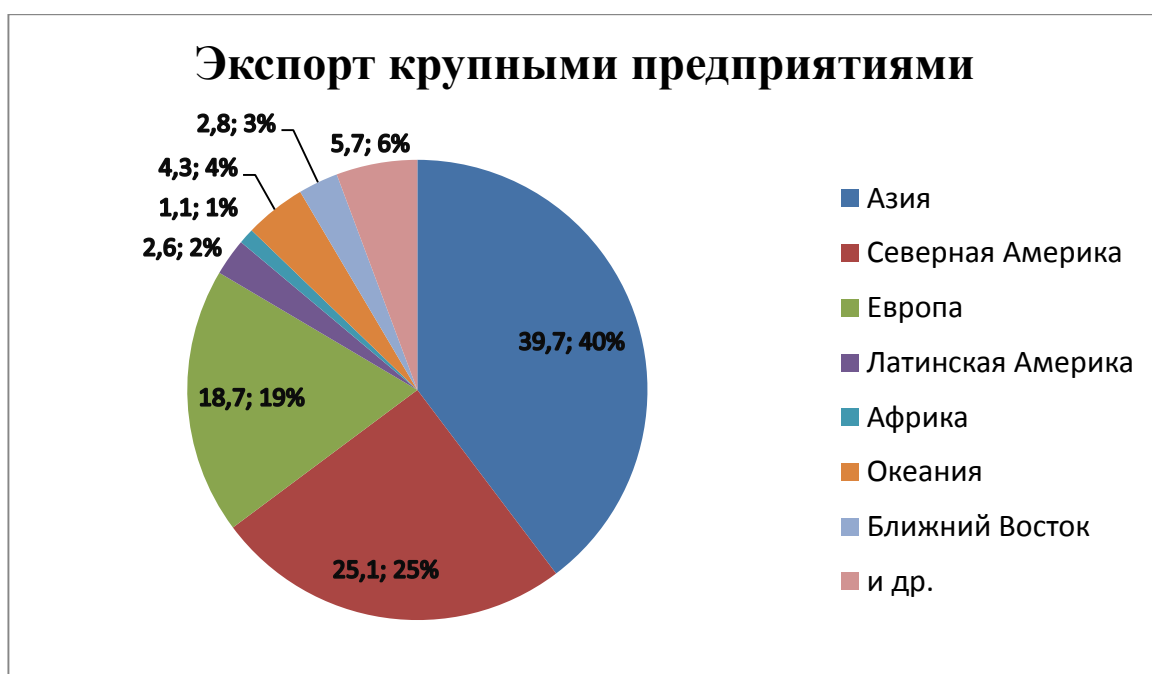
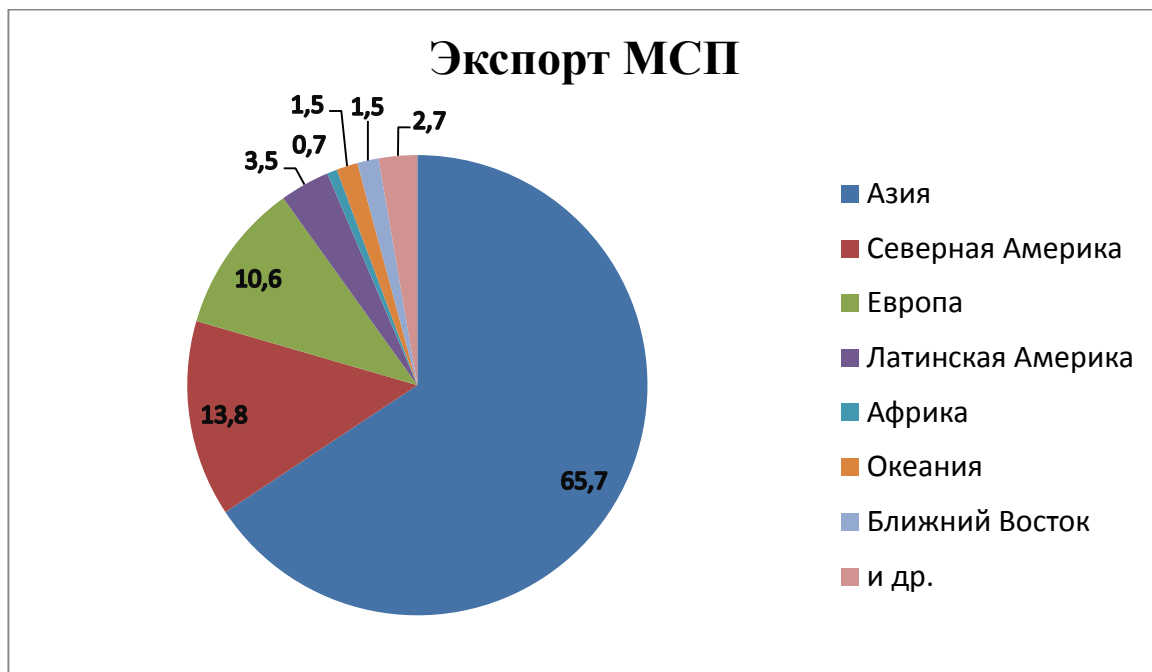
малые и средние предприятия в сложные конкурентные условия. В этом плане действенной представляется помощь правительства, которое, разрабатывает различные программы содействия МСП, включающие облегченный доступ к финансовым источникам, а также льготные налоговые режимы. В частности, ставки налогов с доходов малого бизнеса и кооперативов Японии составляют 19–22% по сравнению с 25,5% для крупных фирм.

Существенную помощь МСП получают и от Торгово-промышленных палат, которые через своих представителей в более чем в 3 тыс. городах и поселках, предоставляют содействие в вопросах совершенствования менеджмента. Преследуя цели укрепления финансового положения МСП, японское правительство стимулирует объединение мелких и средних предприятий в кооперативы — производственные, кредитные, распределительные. Это в свою очередь обеспечивает предотвращение конкуренции, координацию вопросов закупки товаров у оптовиков, содействие между МСП в периоды финансовых затруднений, а также возможность выхода продукции МСП на внешние рынки.

В последние годы, тенденция деятельности МЧБ Японии свидетельствует о постепенном расширении МСП экспорта в быстроразвивающиеся рынки и, в особенности в Китай, АСЕАН-4 (Таиланд, Малайзия, Филиппины и Индонезию) и Индию.

Согласно отчету Министерства экономики, торговли и промышленности (МЭТП) за 2013г., сравнительные показатели экспорта товаров и услуг в такие азиатские страны, как Китай и АСЕАН-10 между МСП и крупными предприятиями составляет 65,7% – 39,7% соответственно. Если из общих объемов производства МСП, 26,4% приходится на экспортоориентированную продукцию, то более половины указанного объема в 14,1% экспортируется через местные сборочные компании (диаграмма 2.1.5.).

Диаграмма 2.1.5. Сравнительные показатели долей экспорта Японии между МСП и крупными предприятиями за 2013г.



Источник: Японская организация внешней торговли (jetro.co.go.jp)

Соотношение косвенного экспорта превалирует среди МСП, производящих, компоненты для автомобилей и транспортных средств. В этой связи, даже незначительное уменьшение производства в автомобильной промышленности моментально негативно отражается на положении МСП.

В результате увеличения угроз от последствий глобализации, некоторыми МСП Японии, в качестве стратегии на выживание, рассматриваются планы по переносу производств в зарубежные страны, а также вхождения на зарубежные рынки посредством вхождения в альянсы с

иностранными компаниями, применяя так называемую модель «out-in-out». Данная модель предусматривает партнерство в совместном управлении иностранной компанией капиталами в Японии и использование деловых каналов и связей инопартнера в зарубежной стране.

Согласно последних данных МЭТП, опубликованных в 2013г., общее количество МСП Японии, оперирующих зарубежом через собственные представительства или доверенные фирмы-компаньоны составило свыше 7,5ед. МЭТП отмечает, что основной движущей силой для японских МСП в размещении производств в зарубежных странах выступает фактор необходимости снижения производственных затрат за счет дешевой рабочей силы и закупкой более дешевого сырья и материалов.

Сравнительный анализ зарубежного присутствия между МСП производственного характера, МСП в сфере торговли и услуг и крупных японских предприятий показывает о превалировании последних. В месте с тем, в последнее время, наблюдается тенденция роста производственных МСП в зарубежных странах (Таблица 2.1.6.).

Таблица 2.1.6. Сравнительная таблица присутствия между предприятиями Японии зарубежом, в %

МСП производственного направления	МСП в сфере торговли и услуг	Крупные предприятия
17,1	12,1	28,2

Источник: Министерство экономики, торговли и промышленности Японии

Официальные данные также свидетельствуют, что деятельность японских МСП различается своей направленностью, где, к примеру, на рынках Китая и АСЕАН они больше вовлечены в производственные отношения, тогда как в Северной Америке и Европе они занимаются в основном торговлей (таблица 2.1.7.)²⁸.

Таблица 2.1.7. Деятельность японских МСП на международных рынках, в %

²⁸ Официальный сайт Ассоциации государств Юго-Восточной Азии (www.asean.org)

Регионы мира	Производство	Исследовательская деятельность	Продажи	Логистика и закупки	Другие виды деятельности
Китай	72,8	2,8	39,8	10,9	3,9
АСЕАН	70,6	2,3	40,3	8,1	3,2
Северная Америка	35,6	3,3	65,6	10,0	7,8
Европа	32,4	11,8	70,6	14,7	5,9

Источник: Японская организация внешней торговли (jetro.co.go.jp)

Необходимо отметить, что при изучении перспективных рынков сбыта или разработки планов по размещению новых производств, японские МСП могут формировать так называемые альянсы - «партнерства капиталов» с иностранными компаниями. Согласно проведенным исследованиям и опросам МЭТП, популярными направлениями ведения бизнеса для МСП Японии по-прежнему остаются рынки Китая и Таиланда.

2.2. Особенности государственной поддержки развития малого и среднего бизнеса в Японии и Республике Корея

Немаловажную роль в развитии МСБ сыграла поддержка, оказываемая правительством Кореи. Особенностью развития хозяйственного механизма Южной Кореи является всеохватывающая роль государства.

Правительственный контроль над развитием хозяйственной сферы предусмотрен основным законом страны. Такие отношения насаждались сверху и органично согласовывались с менталитетом народа.

Одним из факторов, объясняющих стремительный рост экономики Южной Кореи, явилось авторитарное правительство, отложившее демократические и политические преобразования в пользу экономических.

Правительство принимало новые законы и тщательно пересматривало уже существующие, а также осуществляло множество мер политического характера с целью увеличения накоплений, расширения экспорта, содействия вложению как национального, так и иностранного частного капитала, привлечения инвестиций и технологий из-за рубежа.

Правительство сделало максимум возможного для создания социальной инфраструктуры: дороги, дамбы, порты, железные дороги и школы.

К правительству часто обращались с просьбой взять на себя риск, связанный с инвестиционной деятельностью частных предпринимателей, предоставляя гарантии по внешним займам, используемым для покрытия расходов на крупномасштабные проекты.

Политика правительства Республики Корея по поддержке МСБ берет свое начало с 1966 года, когда был принят основополагающий закон «О малых и средних предприятиях». Однако промышленная политика правительства в этот период времени была обращена в основном в сторону крупных корпораций, чем МСБ²⁹.

С внедрением в середине 1970-х годов политики, направленной на развитие тяжелой и химической промышленности, в сторону МСБ было обращено уже более пристальное внимание, как к сектору, оказывающему поддержку в развитии более крупных компаний. В этот период времени основная политика была направлена на защиту сфер деятельности МСБ, посредством выявления определенных отраслей промышленности, куда доступ для крупных корпораций был закрыт.

В 1980-ые годы политика по защите МСБ была еще более усилена. В этот период времени был образован специальный Фонд по продвижению МСБ и принята долгосрочная 10-летняя программа по поддержке МСБ.

С ускорением открытия рынка Южной Кореи и соответствующим усилением конкуренции, после вступления Республики Корея в 1990 году в ВТО, структура политики по поддержке МСБ была пересмотрена и сфокусирована на автономности и конкурентоспособности. В этот период времени правительство сузило свою политику на сферах деятельности МСБ, сконцентрировав свое внимание на поддержке развития технологий. Также были приняты специальные меры, направленные на усиление

²⁹ Сотрудничество Малого и среднего бизнеса Кореи (SMBC): www.sbc.or.kr

конкурентоспособности МСБ посредством инициирования проектов по структурным преобразованиям в компаниях, включая инвестиции, направленные на автоматизацию процесса производства.

В дополнение была значительно сокращена политика, предусматривающая различного рода механизмы поддержки МСБ, наподобие определения и поддержки определенных отраслей промышленности для МСБ, система договорных контрактов между государственными агентствами и Федерацией МСБ Кореи по закупу определенных видов товаров произведенных МСБ.

В развитие малого бизнеса и частного предпринимательства основную роль сыграла 10-летняя программа развития правительства Республики Корея, принятая в 2000 году. Основные ее цели: повышение доли малых и средних компаний в экспорте промышленной продукции с 37% до 50%, при этом производство товаров с высокой добавленной стоимостью увеличить с 50 до 56%, трудоустройство населения с 70 до 78%. Обеспечение низких процентных ставок по заемному капиталу, стимулирование наиболее конкурентоспособных компаний – характерные черты этой программы³⁰.

Поддержку в реализации указанной программы осуществляет специальный Комитет по развитию малого бизнеса при Президенте Республики Корея. С этой целью он подготавливает законодательную базу и вырабатывает государственную политику в области малого и среднего предпринимательства.

В Республике Корея имеется пятнадцать организаций, большей частью правительственных, которые занимаются поддержкой МСБ. В Министерстве экономики знаний Кореи есть Бюро малого бизнеса, которое инициирует создание мелких предприятий, помогает этому процессу, выступая гарантом перед банками, оказывает содействие в выдаче безвозвратных субсидий и осуществляет разнообразную административную поддержку - помогает зарегистрироваться, обучает специалистов.

³⁰ Korea Federation of SMEs: Businessman, www.kbiz.or.kr

Необходимо отметить, что для предотвращения негативных влияний мирового финансового кризиса на экономику Правительство Республики Корея начало еще больше активно продвигать интересы малого бизнеса и частного предпринимательства.

В рамках программы создан инвестиционный фонд для поддержки малого и среднего бизнеса за счет приватизации ряда государственных компаний, запуск целой сети социальных программ по поддержке незащищенных слоев населения. Программа предусматривает увеличение финансовой поддержки государством местных администраций. Инвестиции на развитие индустрии и инфраструктуры в провинциях запланированы в сумме 37,7 млрд. долл.США, которые распределены между 30 проектами и рассчитаны на 5 лет. В рамках программы правительство ожидает создания около 880 тыс. новых рабочих мест в течение 5 лет. Инвестиции в частный сектор, а также в новую схему его развития в рамках данной антикризисной программы составят соответственно 68,4 млрд. долл.США и 74,7 млрд. долл.США, что по расчетам должно увеличить объем выпускаемой продукции в частном секторе экономики, что составило 253 млрд. долл.США в 2013 году³¹.

Функционируют также внешнеторговые организации, которые стимулируют экспорт продукции малого бизнеса, добиваясь уменьшения налогов, снижения таможенных тарифов, льготных кредитов. Они также облегчают вывоз прибыли из других стран в Республику Корея, проводят исследования рынков, обеспечивают предпринимателей информацией и отыскивают контрагентов, помогают выйти на мировой рынок.

Государственные средства для поддержки малого бизнеса расходуются по трем основным направлениям: предоставление льготных кредитов (срок до 8 лет и процентная ставка на 2,5-3% ниже банковской), разработка и внедрение новых технологий и пополнение оборотных средств.

³¹ Венчурноефинансирование: мировой опыт. - М. ИНИОН РАН. 2001.-с. 5-13

Действующие программы поддержки инновационных стартапов Южной Кореи, реализуемые Корейской администрацией малого и среднего бизнеса (Small and Medium Business Administration, SMBA):

1) финансовые и образовательные услуги непосредственно предпринимателям;

2) поддержка бизнес-инкубаторов при вузах и научно-исследовательских институтах. МСБ выделяют земельные участки, оказывают экспертные консультации, образовательные, маркетинговые и прочие услуги;

3) мероприятия в сфере образования и устройства выпускников вузов;

4) иные программы прямого и непрямого финансирования.

Основные направления государственной поддержки МСБ Южной Кореи в 2014 году:

- создание системы кризис-менеджмента, предусматривающей предоставление денежных средств малым и средним предприятиям и развитие системы оздоровления МСБ (финансирование системы составит 62 млрд. долл США);

- объем средств для страхования дебиторской задолженности будет увеличен до 6 млрд. долл США;

- формирование правительственной группы экстренного реагирования;

- усиление сотрудничества специализированных высших учебных заведений и малых и средних предприятий;

- участие венчурных и инновационных компаний в совместных с ВУЗаи образовательных программах с последующим трудоустройством выпускников.

Таблица 2.2.1. Финансирование предприятий в Корее (включая МСБ), 2007-2013гг

Показатель	Единица измерения	2007	2008	2009	2010	2013
Кредиты МСБ	Трлн.корейских вон	369	422	443	441	455
Кредиты бизнесу в целом	Трлн.корейских вон	425	511	531	541	586
Кредиты МСБ	В % от кредитов всем предприятиям	86,8	82,6	83,5	81,5	77,7
Краткосрочные кредиты МСБ	Трлн.корейских вон	319	375	373	-	-
Краткосрочные кредиты МСБ	%	86,4	88,8	84,2	-	-
Объем кредитов, обеспеченных гарантиями	Трлн.корейских вон	39,7	42,9	56,3	56,1	55,46
Прямые государственные кредиты МСБ	Трлн.корейских вон	2,5	2,6	4,8	3,1	3,0
Процентная ставка (по кредитам)	%	6,95	7,08	7,2	7,37	7,49
Спред по процентной ставке	%	0,76	0,79	0,56	0,54	0,55

Источник: Financial Supervisory Service (FSS), Small and Medium Business Administration (SMBA),

Bank of Korea (BOK)

Государственные средства для поддержки малого бизнеса расходуются по трем основным направлениям:

- предоставление льготных кредитов (срок до 8 лет и процентная ставка на 2,5-3% ниже банковской),
- разработка и внедрение новых технологий
- пополнение оборотных средств.

Процентные ставки по кредитам МСБ довольно высоки (средняя ставка превышает 8%), однако государство оказывает малому и среднему бизнесу дополнительную поддержку в виде прямых займов на льготных условиях и гарантий по кредитам. Объем выделенных средств по обоим направлениям поддержки достиг своего пика в 2009 году, когда кризисные явления в мировой экономике были наиболее ощутимы. Результатом поддержки государства стала отрицательная динамика банкротств среди корейский предприятий, число которых неуклонно снижалось с 2009 по 2013г.

Таблица 4. Венчурное инвестирование в Корее, 2007-2013гг., млн к.в.

Стадии	2007	2008	2009	2010	2013
Ранняя	365	290,8	247,6	319,2	372,2
Расширение	377,4	255,3	260,1	290,4	329,6
Поздняя	249,3	178,6	359,4	481,4	559
Всего	991,7	724,7	867,1	1091	1260,8

Источник: Small and Medium Business Administration (SMBA)

Венчурный капитал был сконцентрирован на ранних стадиях и стадиях расширения в 2007 г. К 2013 году акценты были смещены и инвесторы старались вкладываться в предприятия на более поздних стадиях развития.

Таблица 2.2.2. Банкротства предприятий, в 2007-2013гг.

Показатель	Единица измерения	2007	2008	2009	2010	2013
Банкротства	Количество	2942	2735	1998	1570	1359
Банкротства (изменения за год)	%	-	19,2	-26,9	-21,4	-13,4

Источник: Small and Medium Business Administration (SMBA)

Совокупный объем предоставляемых займов в последние годы постоянно увеличивается, и достиг на конец 2012 г. более 1,4 млрд. долл.³².

Малым и средним предприятиям для осуществления своих программ и проектов Государством предоставляются следующие займы:

- Долгосрочные займы на корпоративную реструктуризацию (расширение основных фондов, приобретение оборудования и недвижимости).

- Стабилизирующие займы (управление производством, системой продаж и технологического развития).

- Торговые займы (выделяются малым предприятиям, которые испытывают трудности с получением кредитов в коммерческих банках из-за низких показателей товарооборота).

³² Small and Medium Business Administration (SMBA)

- Займы на коммерциализацию НИОКР (выделяются в течение 3 лет с момента получения патента на изобретение, получения трансферта технологии от местных исследовательских лабораторий или определены как инновационная компания).

- Займы на развитие малых и средних предприятий в провинциях.

Проводятся также мгновенные лотерей в поддержку малого и среднего предпринимательства.

Для малых предприятий - экспортеров расширяется финансовая поддержка при переходе их на мировые стандарты качества. Около 700 миллионов долларов правительство намерено затратить на эти цели до 2005 года. При АМСБ действует специальный Институт технологии и качества.

Для разработки передовых технологий для малого и среднего бизнеса привлекаются государственные исследовательские институты. Для получения средств компании необходимо иметь проект, после одобрения которого, АМСБ выделяет средства на его реализацию. Примерно 20% средств, направляемых для малого бизнеса, безвозмездно предоставляется инновационным венчурным компаниям, разрабатывающим и внедряющим новые технологии.

В Министерстве торговли и промышленности есть Бюро малого бизнеса, которое инициирует создание малых предприятий, помогает этому процессу, выступая гарантом перед банками, выдает безвозвратные субсидии и осуществляет разнообразную административную поддержку - помогает зарегистрироваться, обучает специалистов.

В области финансирования имеются четыре общенациональные организации ориентированные только на малый средний бизнес: Индустриальный банк Кореи, Гражданский национальный банк, Корейский кредитный гарантийный фонд (он дает гарантии по всем кредитам малого бизнеса, через него действует государство) и Корейский технологический кредитный фонд, который осуществляет поддержку малому бизнесу в использовании новых технологий.

Главным государственным финансовым институтом Кореи, через который осуществляется финансовая поддержка МСБ, является Промышленный банк Кореи, созданный специально в этих целях в 1961 году. Данный банк, являясь одним из крупнейших в Кореи, на сегодняшний день обладает капиталом более 3 млрд. долл.США. При этом его общие активы составляют около 60 млрд. долл.США³³.

Имеются также крупные внешнеторговые организации, которые стимулируют экспорт продукции малого бизнеса. Они добиваются для малых и средних предприятий уменьшения налогов, снижения таможенных тарифов, льготных кредитов, а также облегчают вывоз прибыли из других стран в Республику Корея, проводят исследования рынков, обеспечивают предпринимателей информацией и отыскивают контрагентов, помогают выйти на мировой рынок. Такими организациями являются: Корейская внешнеторговая ассоциация малого бизнеса, Корейская торговая корпорация и Корейская международная торговая корпорация малого бизнеса.

И, наконец, есть ряд организаций, стоящих на страже прав и интересов малого бизнеса - общенациональная Федерация малых и средних предприятий, Торгово-промышленная палата и Проектный центр. Эти организации, прежде всего, защищают патенты и лицензии, помогают малому и среднему бизнесу в технологических разработках

Малому и среднему предпринимательству (МСП) в Японии оказывается помощь не только со стороны правительства и созданных им специализированных организаций, но и со стороны префектур, местных органов управления внешней торговли и промышленности и региональных торгово-промышленных палат.

Основными направлениями государственной политики содействия малым и средним предприятиям являются:

³³ Промышленный банк Кореи (www.eng.ibk.co.kr/)

- обеспечение конкурентоспособности путем выделения субсидий и кредитов (Японский банк развития выделяет их МСП, функционирующим в наиболее перспективных отраслях), гарантированных займов (кредитование со стороны коммерческих банков – около 60% всех кредитов приходится на долю МСП);

- поощрение переоснащения, модернизации производственной деятельности, улучшения условий труда, содействие торговле;

- сбор и анализ информации об экономических показателях и технической оснащенности МСП для оценки эффективности господдержки.

Существующая в Японии система финансирования малого бизнеса гарантирует предоставление субсидий и кредитов органами местной государственной власти, при необходимости — с привлечением частных кредитных учреждений.

Финансовая поддержка технического перевооружения производства осуществляется за счет выделения кредита из местного бюджета и реализации оборудования в рассрочку или предоставления его в наем арендодателями префектур.

Широкое распространение получило выделение субсидий, покрывающих до 50% затрат, на создание центров повышения технического уровня МСП, консультирование, повышение квалификации технических работников и т. п. Государство берет на себя расходы по диагностированию состояния малых предприятий.

Неотъемлемый элемент японской системы финансирования малого бизнеса — это компенсация затрат, связанных с подготовкой кадров, и 2/3 расходов на повышение квалификации работников.

Финансируется также анализ информации для разработки энергосберегающих и природоохранных мероприятий, консультирование предпринимателей по поводу эффективных методов ведения розничной торговли и программного обеспечения.

Таблица 2.2.3. Сравнительный анализ программ японского правительства для МСП

	Программа специальных гарантий (1998-2001гг.)	Программа чрезвычайных гарантий (2008-2011гг.)
Цели программы	Содействие МСП испытывающих трудности с увеличением капитала предприятия в связи с изменением финансовых условий на рынке	Содействие МСП, оперирующим в определенных отраслях и сертифицированных в муниципальных органах для возможности получения финансового содействия (в качестве критерия получения финансовой поддержки: предприятие с 3% снижением объемов продаж за последний год)
Направление использования фондов	Для оборотного капитала, закупки оборудования	Для оборотного капитала
Максимальный объем кредитов для одного предприятия	250млн.йен (50млн.йен для незастрахованных кредитов)	280млн.йен (80млн.йен для незастрахованных кредитов)
Ставки по кредитам	До 0,75%	До 0,8%
Срок кредита	До 5 лет по кредитам для рабочего капитала; До 7 лет по кредитам для рабочего капитала	До 10 лет
Льготный период по кредиту	До 1 года	До 2 лет

Источник: Министерство экономики, торговли и промышленности Японии

В целях поддержки МСП, испытавшего значительные негативные последствия финансового и экономического кризиса 2008г., японское правительство запустило 31 августа 2008г. «Программу чрезвычайных гарантий», охватывавшую на тот период содействие деятельности МСП в 545 отраслях промышленности.

Необходимо отметить, что «Программа чрезвычайных гарантий» от 2008ф.г. является очередным механизмом, применявшимся японским правительством. Так, в период 1998-2001 годы действовала предыдущая правительственная «Программа специальных гарантий», различие которой от текущей программы состоит в меньших объемах выделяемых средств, процентных ставках и льготному периоду возврата кредитов (Таблица 2.2.3.).

Таблица 2.2.4. Объем программ по выделению кредитов для содействия МСП

	Первый дополнительный бюджет на 2008ф.г. (общая чрезвычайная поддержка)	Второй дополнительный бюджет на 2008ф.г. (меры на поддержку ежедневной деятельности)	Первый дополнительный бюджет на 2009ф.г. (меры по противостоянию экономического кризиса)	Второй дополнительный бюджет на 2009ф.г. (чрезвычайные экономические меры)
Программа чрезвычайных гарантий (с 31 октября 2008ф.г.)	70,5млрд. долл.США (6 трлн.йен)	235,2 млрд. долл.США (20 трлн. йен)	352,9млрд. долл.США (30 трлн.йен)	423,5млрд долл.США 36 трлн.йен
Количество охваченных секторов промышленности и Программой чрезвычайных гарантий	545	698	781	от 793 до всех отраслей промышленности (с некоторыми исключениями)
Гарантированное кредитование (с 1 октября 2008ф.г.)	35,2млрд. долл.США (3 трлн.йен)	117,6млрд. долл.США (10 трлн.йен)	200млрд. долл.США (17трлн.йен)	247млрд. долл.США (21трлн.йен)
Всего финансовая поддержка МЧБ	105,7млрд. долл.США (9трлн.йен)	352,8млрд. долл.США (30трлн.йен)	552,9млрд. долл.США (47трлн.йен)	670,5млрд. долл.США (57трлн.йен)

Источник: Агентство Малого и среднего бизнеса Японии, SMEs Agency Japan

(www.chusho.meti.go.jp/sme_english)

С принятием в феврале 2010г. программы «дополнительных антикризисных мер», количество отраслей для содействия МСП было увеличено до 793 (практически все отрасли экономики). С 2010г. по 2014г. общий объем финансовых средств (гарантий по кредитам), доступных для МСП был увеличен с 70,5млрд. долл.США до 423млрд. долл.США. К 31 марту 2010г. было одобрено более 1,03 млн. гарантий на общую сумму более 237млрд. долл.США. (Таблица 2.2.4.).

Указанное свидетельствует, что в 2008 – 2010гг. значительно увеличены объемы кредитования МСП со стороны Банка развития Японии, «Шоко Чукин Банк» и Японской финансовой корпорацией и др., общий объем которых, в указанный период, вырос с 35млрд. долл.США до 262млрд. долл.США соответственно.

Таблица 2.2.5. Сравнительная таблица отраслевых компаний, получивших правительственные субсидии на сохранение рабочих мест в Японии, в процентах

Отрасли	Компании, использовавшие субсидии	Компании не использовавшие субсидии
Строительная	7,7%	92,3
Производственная	40,8%	59,2
Информационная и коммуникационная	20,3	79,7
Транспорт	16,3	83,7
Оптовая торговля	4,5	95,5
Розничная торговля	1,9	98,1
Недвижимое имущество и аренда	1,3	98,7
Профессиональные и технические услуги	9,5	90,5
Сфера услуг питания и напитков	3,4	96,6
Услуги, связанные с проживанием и развлечениями	2,0	98,0
Медицина, здравоохранение и благосостояние	0,9	99,1

Источник: Исследовательский институт «Мизухо»

Вышеизложенные меры сопровождались продлением периода и снижением процентных ставок по кредитам для МСП, предпринимающих усилия по возрождению финансового положения и сохранения рабочих мест. В частности, льготные периоды возврата 8 летних кредитов доведены до с 1 до 3 лет, а действующие ставки по кредитам от 1,75% (для предприятий МСП) до 2,25% (для микро бизнеса и физических лиц) уменьшены в пределах 0,1% - 0,3%. Средние периоды погашения долгов по кредитам, составлявших 10-12 лет, были продлены от 11,9 лет в 2008г. до 13,5 лет в 2010г.

В результате принятых мер, к 31 марту 2010г. выведено 400 тыс. кредитов на общую сумму 109млрд.долл.США. Вместе с тем, несмотря на

субсидии по сохранению рабочих мест (выплаты заработной платы, обучение, переводы в другие компании и др.), предоставленные правительством для компаний, испытывающих трудности в ведении бизнеса, статистика свидетельствует, что не все отрасли смогли эффективно использовать эти преимущества (Таблица 2.2.5.)

Таблица 2.2.6. Сравнительный анализ малого и среднего бизнеса Японии и Республики Корея

		Япония	Республика Корея
Административные органы по поддержке малого и среднего бизнеса		Агенство МСП при Министерстве экономики, торговли и промышленности Японии	Комитет по развитию МСБ при президенте Республики Корея
Исполнительные органы малого и среднего бизнеса		Префектурные, региональные центры по поддержке МСП и центры по поддержке венчурного бизнеса	Администрация малого и среднего бизнеса
Промышленное производство, строительство, транспортные перевозки и другие промышленные отрасли	Капитал (в млн. долларах США)	до 2,9	Промышленное производство: до 8 Другие отрасли: до 3
	Численность работников	до 300 чел	до 300 чел
Сектор услуг	Капитал (в млн. долларах США)	до 0,48	до 30
	Численность работников	до 100 чел	до 300 чел
Доля МСБ из общего числа предприятий		99,7%	99,9%
Доля занятых в МСБ		81%	62%
Доля МСБ в общем объеме экспорта		26,4%	20,6%
Финансирование МСБ (в % от кредитов всем предприятиям)		60%	77,7%
Налоговые ставки с доходов МСБ		19%	21%
Доля МСБ в ВВП		55,3%	50%

Источник: составлено автором на основе статистических данных правительственных ведомств Японии и Республики Корея.

Из таблицы 2.2.5. видно, что основными получателями государственных субсидий явились компании в производственной (40,8%), информационно-коммуникационной (20,3%) и транспортных отраслях (16,3%),

что является результатом переизбытка трудовых ресурсов в данных отраслях. Необходимо отметить доминирующую долю малого и среднего бизнеса в общем числе предприятий как в Японии (99,7%) так и в Республике Корея (99,9%), в которых занято до 81% и 62% трудящихся соответственно.

Вместе с тем, на долю малого и среднего бизнеса в Японии и Республике Корея приходится до 60% и 77,7% соответственно кредитов, от общего объема кредитов, выделяемых всем предприятиям.

Как видно из таблицы административная поддержка малого и среднего бизнеса в Республике Корея и Японии осуществляется на уровне правительства или через правительственные органы. Также в указанных странах установлены аналогичные условия определения принадлежности предприятий к числу малого и среднего бизнеса, занятых в промышленном производстве, строительстве, транспортных перевозках и других отраслях в количестве 300 человек. Однако принадлежность малого и среднего предпринимательства в секторе услуг имеет свои отличия в силу демографического характера стран. Так, если в Японии этот показатель равен 100 человек, то в Республике Корея – 300 человек.

2.3. Перспективы развития малого бизнеса и частного предпринимательства в Республике Узбекистан с учетом опыта Японии и Республики Корея

В настоящее время в развитии экономики Узбекистана малый бизнес играет важную роль. Формирование малых рыночных структур во всех без исключения отраслях и сферах экономики страны отвечает мирохозяйственным тенденциям экономических процессов, так как во всех странах мира в сфере малого бизнеса действует очень большое число небольших предприятий самого разнообразного профиля практически во всех отраслях. В настоящее время в экономике Узбекистана одновременно функционируют крупные и малые предприятия, а также осуществляется деятельность, базирующаяся на личном и семейном труде.

Для современной экономики характерна сложная комбинация различных по масштабам производств — крупных, с тенденцией к монопольным структурам, и небольших, — складывающаяся под влиянием многих факторов. С одной стороны, устойчивой тенденцией научно-технического прогресса является концентрация производства. Именно крупные фирмы располагают большими материальными, финансовыми, трудовыми ресурсами, квалифицированными кадрами. Они способны вести крупномасштабные научно-технические разработки, которые и определяют важнейшие технологические сдвиги.

С другой стороны, в последнее время выявился небывалый рост малого предпринимательства, особенно в сферах, где пока не требуется значительных капиталов, больших объемов оборудования и кооперации множества работников. Малых предприятий особенно много в наукоемких видах производства, а также в отраслях, связанных с производством потребительских товаров.

Возможность эффективного функционирования малых форм производства определяется рядом их преимуществ по сравнению с крупным производством; близость к местным рынкам и приспособление к запросам

клиентуры; производство малыми партиями, что невыгодно крупным фирмам; исключение лишних звеньев управления и т.д. Малому производству способствует дифференциация и индивидуализация спроса в сфере производственного и личного потребления.

В свою очередь развитие мелкого и среднего производства создает благоприятные условия для оздоровления экономики: развивается конкурентная среда; создаются дополнительные рабочие места; активнее идет структурная перестройка; расширяется потребительский сектор. Развитие малых предприятий ведет к насыщению рынка товарами и услугами, повышению экспортного потенциала, лучшему использованию местных сырьевых ресурсов.

Большое значение имеет способность малых предприятий расширять сферу приложения труда, создавать новые возможности не только для трудоустройства, но прежде всего для предпринимательской деятельности населения, развертывания его творческих сил и использования свободных производственных мощностей.

Согласно оценке мировых рейтинговых агентств, Узбекистан в 2014 году по рейтингу, характеризующему условия ведения бизнеса, поднялся на восемь позиций, а по налогообложению — на 61 позицию. По оценке ПРООН, Узбекистан вошел в первую десятку стран по количеству проведенных реформ в области облегчения ведения бизнеса за последний год³⁴.

Развитию малому предпринимательству будет способствовать дальнейшее совершенствование системы налогообложения, повышение контроля по выполнению региональных программ поддержки малого предпринимательства, совершенствование механизмов страхования рисков малого предпринимательства, самофинансирования (кредитные союзы, общества взаимного страхования и др.), широкий доступ малых предприятий к производственным мощностям и имуществу реструктуризируемых

³⁴ Доклад Президента Республики Узбекистан на заседании Кабинета Министров, посвященном итогам социально-экономического развития страны в 2014 году и важнейшим приоритетным направлениям экономической программы на 2015 год (www.uza.uz)

предприятий, решение организационных проблем взаимодействия малого бизнеса с рынком и государственными структурами, устранение административных барьеров на пути развития малого предпринимательства³⁵. Для решения данных проблем необходимо: совершенствование нормативно-правовых актов в сфере налогообложения, государственного контроля и использования государственной собственности, развитие рынка ценных бумаг малых предприятий, создание условий для дальнейшего удешевления кредитных ресурсов, обеспечение гарантийных механизмов кредитно-инвестиционной поддержки малых предприятий, предусматривающих организацию национальной системы гарантирования частных инвестиций в сферу малого бизнеса и их экономическую защиту, широкое участие малых предприятий в поставках продукции для государственных нужд и инвестиционных конкурсах, финансируемых из бюджета развития страны. Широкое распространение получает внедрение принципа «одно окно» при регистрации собственности, выделении земельных участков, получении лицензий на занятие отдельными видами деятельности, выдаче разрешений на строительство, подключении к сетям электроснабжения.

За годы независимости значительно упрощен механизм предоставления субъектами малого бизнеса статистической и налоговой отчетности. Важным решением в системе мер по стимулированию развития малого бизнеса в трудоемких отраслях промышленности, таких, как легкая, пищевая и производство строительных материалов, стало увеличение предельной численности работников со 100 до 200 человек.

Коммерческими банками в 2014 году выделено субъектам малого бизнеса и частного предпринимательства кредитов на сумму свыше 9 триллионов сумов, или в 1,3 раза больше, чем в предыдущем году, в том числе микрокредитов – в размере около 2 триллионов сумов, с ростом на 39

³⁵ Доклад Президента Республики Узбекистан на торжественном собрании, посвященном 22-й годовщине принятия Конституции Республики Узбекистан, 05.12.2014, <http://www.press-service.uz/ru/news/5049/>

процентов. За последние пять лет объем кредитования малого бизнеса увеличился почти в 5 раз.

Значительно расширен доступ частных предпринимателей к сырьевым ресурсам, прежде всего за счет увеличения объемов их реализации на биржевых и ярмарочных торгах. Так, в 2014 году ими было закуплено на Республиканской товарно-сырьевой бирже сырья и материалов почти на 3 триллиона сумов, или в 1,6 раза больше, чем в 2013 году. Наряду с этим через биржевые торги они реализовали собственную продукцию в объеме 1 триллион 500 миллиардов сумов, или с ростом к прошлому году в 1,7 раза.

В результате принятых мер по стимулированию развития малого бизнеса и частного предпринимательства в истекшем году создано свыше 20 тысяч новых субъектов малого бизнеса без учета фермерских и дехканских хозяйств, а их общее количество составило свыше 195 тысяч, что в 2 раза больше по сравнению с 2000 годом.

Тем не менее, отечественный малый бизнес имеет большие перспективы развития, хотя в сравнении с промышленно развитыми странами масштабы развития малого бизнеса, в нашей стране существенно ниже. Это не могло быть иначе, так как по существу на путь рыночных преобразований Узбекистан вступил лишь 23 года назад.

Как ведущий сектор рыночной экономики, предприятия малого бизнеса определяют темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта, благодаря чему абсолютное большинство развитых стран всемерно поощряют деятельность малого бизнеса. Данный факт подтверждает, что малый бизнес как новая форма организации общественно необходимого труда отвечает социально-экономическим интересам страны. Эта деятельность в равной степени полезна как для экономики страны в целом, так и для каждого гражданина в отдельности. Предприятия малого бизнеса включают в процесс общественного производства дополнительный труд, который создает новые ценности, приумножает национальный доход и национальное богатство.

Важнейшим приоритетом на протяжении всего независимого развития страны являлось создание благоприятных условий, оказание поддержки развитию малого бизнеса и частного предпринимательства. Малое предпринимательство на всем протяжении становления нового государства стало важным фактором обеспечения занятости и источником стабильных доходов населения.

Предпринятые правительством меры, направленные на дальнейшую поддержку и развитие малого бизнеса и частного предпринимательства позволили обеспечить рост доли МЧБ в формировании ВВП с 31 процента в 2000 году до 56 процентов в 2014 году, а в производстве промышленной продукции – с 12,9 до 31,1 процента.

Так, в 2014 году в сфере малого бизнеса и частного предпринимательства было создано более 480 тысяч новых рабочих мест, или каждое второе. В настоящее время в этой сфере экономики трудится более 76,5 процента всего занятого населения против 49,7 процента в 2000 году.

Созданные благоприятные правовые и финансовые условия также предопределили вовлечение в 2014 году в экспортную деятельность свыше 500 новых предприятий, прежде всего субъектов малого бизнеса, внешнеторговый баланс определился с положительным сальдо в 180 миллионов долларов, золотовалютные резервы возросли на 1,6 миллиарда долларов.

В дальнейшем развитии экспортного потенциала субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства все возрастающая роль отводится созданному в 2013 году при Национальном банке внешнеэкономической деятельности специальному Фонду поддержки экспорта субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства.

В частности, в 2014 году данным Фондом оказаны юридические, финансовые и организационные услуги 2 тысячам 400 субъектам предпринимательства по продвижению их товаров и услуг на внешние рынки. При содействии фонда субъектами предпринимательства заключены

экспортные контракты в размере 1,25 миллиарда долларов, из которых в 2014 году осуществлен экспорт товаров на сумму более 840 миллионов долларов.

Отечественные предприниматели получают активную поддержку со стороны Фонда в изучении внешних рынков и поиске зарубежных партнеров, участии в международных тендерных торгах и выставках ярмарках, а также составлении экспортных контрактов, получении международных сертификатов, разрешительных документов и по таможенному оформлению.

Необходимо отметить о продолжении Правительством Узбекистана работы по разработке дополнительных механизмов поддержки малого бизнеса и частного предпринимательства и созданию для них благоприятных условий.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На сегодняшний день в мире нет единого и четкого определения малого бизнеса. У каждой страны свои понятия о малом бизнесе. В целом, согласно международной статистике, доля малых и средних предприятий в общем количестве хозяйствующих объединений составляет в различных странах от 40 % до 99,9 %. Вклад малого и среднего бизнеса в валовой внутренний продукт также значителен и варьируется в пределах 12 % - 60 %. Занято в этом секторе до 80 % трудоспособного населения, доля в товарообороте колеблется от 20 % до 80 %, на малые фирмы приходится примерно треть экспорта.

Немаловажную роль в развитии малого и среднего бизнеса в зарубежных странах играет государственная поддержка, механизмы и методы которой варьируются исходя из реалий развития национальных экономик отдельно взятой страны. В частности, одним из факторов, объясняющих стремительный рост экономики Республики Кореи, явилось авторитарное правительство, отложившее демократические и политические преобразования в пользу экономических. Государственные средства для поддержки малого бизнеса расходуются по трем основным направлениям: предоставление льготных кредитов (срок до 8 лет и процентная ставка на 2,5% - 3% ниже банковской), разработка и внедрение новых технологий и пополнение оборотных средств.

В Японии малому и среднему предпринимательству оказывается помощь не только со стороны правительства, но и со стороны префектур, местных органов управления внешней торговли и промышленности и региональных торгово-промышленных палат.

Существующая в Японии система финансирования малого бизнеса гарантирует предоставление субсидий и кредитов органами местной государственной власти, при необходимости — с привлечением частных кредитных учреждений. Широкое распространение получило выделение субсидий, покрывающих до 50% затрат, на создание центров повышения технического уровня малого и среднего предпринимательства,

консультирование, повышение квалификации технических работников и т.п. Государство также берет на себя расходы по диагностированию состояния малых предприятий.

Следует отметить о сходстве принципов поддержки МСБ в Японии и Корее. Это относится и к выбору объектов для государственной помощи, а также к акценту на встраивание малого бизнеса в производственные структуры, возглавляемые крупными корпорациями. В отличие от промышленно развитых стран Запада, для Японии и Республики Корея характерна сохраняющаяся высокая степень централизации политики стимулирования малого бизнеса. В обеих странах на первый план изначально выходило оказание помощи малым фирмам-субконтракторам крупных компаний.

Говоря о развитии МЧБ в Узбекистане, необходимо отметить, что за годы независимости произошли кардинальные изменения в структуре собственности. Доля негосударственного сектора возросла до 82% в валовом внутреннем продукте (ВВП). При этом вклад малого бизнеса, составляющего основу частного сектора, в экономический потенциал страны, только за последние десять лет увеличился с 31,5% до 54,0 %.

Целенаправленная политика по устойчивому развитию МЧБ дала возможность для существенного роста уровня и качества жизни населения. Прежде всего, это выражается в динамике изменения таких важнейших показателей уровня благосостояния населения, как доходы и занятость.

Активное развитие получили такие нетрадиционные формы занятости, как надомный труд и семейное предпринимательство. В результате роста экономической активности населения, обеспечения благоприятных условий для самозанятости создано более 300 тыс. рабочих мест в сфере семейного предпринимательства и ремесленничества. Более 1,4 млн. жителей села заняты выращиванием крупного рогатого скота, что способствует получению дополнительного дохода. Как и в текущий период, малый бизнес останется

важнейшим фактором повышения благосостояния населения, роста их доходов и занятости.

В целом, с учетом современной тенденции мирового уровня развития малого и среднего бизнеса, в данной выпускной квалификационной работе разработаны следующие рекомендации, применение которых будет способствовать процессам дальнейшего обеспечения поступательного развития МЧБ в Республике Узбекистан:

- создание финансовых и организационных условий для модернизации производства;
- стимулирование внутреннего спроса на отечественную продукцию, исходя из опыта становления частного сектора Республики Корея и Японии;
- дальнейшее снижение налоговой нагрузки хозяйствующим субъектам и упрощение унификации систем налогообложения;
- совершенствование механизмов страхования рисков (финансовые риски, предэкспортное страхование и др.) со стороны государства;
- дальнейшее совершенствование нормативно-правовых актов в сфере налогообложения, государственного контроля;
- дальнейшее устранение административных барьеров на пути решения вопросов малого предпринимательства;
- дальнейшее совершенствование логистической инфраструктуры в сельских местностях;
- дальнейшая активизация по налаживанию сотрудничества с иностранными партнерами, в частности с Республикой Корея и Японией, посредством содействия предприятиям МЧБ республики в участии в специализированных международных выставках и ярмарках, организуемых в указанных странах, а также посредством увеличения количества проведения бизнес-форумов и кооперационных бирж как в Узбекистане, так и в зарубежных странах.

Наряду с этим, исходя из проведенного выше анализа, а также действующих программ по поддержке МЧБ в различных странах мира,

предлагается рассмотреть следующие механизмы и программы для их последующей адаптации в реалиях Узбекистана:

- финансирование государством затрат предпринимателей при их переезде в сельскую местность;
- выделение премий за создание новых предприятий, новых рабочих мест при найме безработных в регионах, особенно в сфере инноваций;
- создание обществ взаимных гарантий (поручительства), касс взаимопомощи и компаний коллективных действий;
- законодательное резервирование производства определенного перечня товаров и объема работ для малых предприятий;
- привлечение малых фирм к выполнению государственных заказов в различных отраслях промышленности;
- предоставление наукоемким малым предприятиям производственных, служебных, торговых помещений на льготных условиях.

В целом можно сделать вывод о том, что малый бизнес будет оставаться неотъемлемой частью рыночной экономики в различных ее моделях. При этом объективно будет возрастать роль малого инновационного бизнеса, прежде всего в силу сущности "интеллектуального капитала" и потребностей развития "новой экономики". При этом вполне возможно нарастание, а в некоторых случаях даже преобладание в разработке новых технологий малого бизнеса, объединенного в единый инновационно-прикладной механизм через предпринимательские сети. Организационную и стимулирующую роль в этом процессе в странах Восточной Азии будет в ближайшей и средней перспективе играть государство.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Нормативно –правовые документы Республики Узбекистан

1.1. Закон Республики Узбекистан «О собственности » (1991г.)

1.2. Закон Республики Узбекистан «О разгосударствлении и приватизации» (1991г.)

1.3. Закон Республики Узбекистан «О предпринимательстве» (1991г.) с дополнениями 1993г.

1.4. Закон Республики Узбекистан «О Палате товаропроизводителей и предпринимателей» (1994г.)

1.5. Закон Республики Узбекистан «О стимулировании развития малого и частного предпринимательства» (1995г.)

1.6. Закон Республики Узбекистан «О создании фонда поддержки частного предпринимательства и малого бизнеса – Бизнес-фонда» (1995г.)

1.7. Закон Республики Узбекистан «О дополнительных мерах по стимулированию развития малого и частного предпринимательства» (1997г.)

Указы Президента Республики Узбекистан

1.8. «О мерах по дальнейшему ушлублиению экономических реформ, обеспечению защиты частной собственности и развитию предпринимательства» (1994г.)

1.9. «Об инициировании и стимулировании частного предпринимательства» (1995г.)

1.10.«О создании Агенства по страховой защите частного предпринимательства и малого бизнеса» (1995г.)

1.11.«О мерах по дальнейшему стимулированию развития частного предпринимательства, малого и среднего бизнеса» (1998г.)

1.12.«Государственная программа поддержки развития малого бизнеса и частного предпринимательства» (1995г.)

1.13.Каримов И.А. Узбекистан - государство с великим будущим. Т.: Узбекистан, 1992. - 62 с.

1.14.Каримов И.А. Узбекистан – собственная модель перехода на рыночные отношения. Т.:Узбекистан, 1993г., 115с.

1.15.Каримов И.А. Наш путь - путь независимой государственности и прогресса. - Т.: Узбекистан, 1994. - 36 с.

1.16.Каримов И.А. Основные принципы общественно - политического и экономического развития Узбекистана. Т.: Узбекистан, 1995. - 70 с.

1.17.Каримов И.А. Узбекистан по пути углубления экономических реформ. Т.: Узбекистан. 1995. - 248 с.

1.18.Каримов И.А. Узбекистан на пороге XXI века: угрозы безопасности, условия и гарантии прогресса. Т.: Узбекистан. 1997. - 315 с.

1.19.Каримов И.А. Узбекистан, устремленный в XXI век. Т.: Узбекистан, 1999. - 72 с.

1.20.Каримов И.А. Наша главная цель – демократизация и обновления общества, модернизация и реформирование государства. Т.: Узбекистан, 2005. – 96 с.

1.21.Каримов И.А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. Т.: Узбекистан, 2009. – 48 с.

1.22.Каримов И.А. Наша главная задача – дальнейшее развитие страны и повышение благосостояния народа. Т.: Узбекистан, 2010. – 72 с.

1.23.Каримов И.А. Концепция дальнейшего углубления демократических реформ и формирование гражданского общества в стране. Народное слово, 13 ноября 2010 г.

1.24.Каримов И.А. Все наши устремления и программы – во имя дальнейшего развития родины и повышения благосостояния народа. Т.: Узбекистан, 2011. – 48 с.

1.25.Доклад Президента Республики Узбекистан на торжественном собрании, посвященном 22-й годовщине принятия Конституции Республики Узбекистан, 05.12.2014.

1.26. Доклад Президента Республики Узбекистан на заседании Кабинета Министров, посвященном итогам социально-экономического развития страны в 2014 году и важнейшим приоритетным направлениям экономической программы на 2015 год.

Монографии, брошюры, статьи

1.27. Акрамов Ф. Основные проблемы развития и финансирования малого и среднего бизнеса. // Экономический вестник Узбекистана, 2000г., №4-5

1.28. Арипов О., Каримова М. Регулирование малого и среднего бизнеса // Рынок, деньги и кредит, июль 2001г.

1.29. Азимов Э. Ценообразование в малом бизнесе // Рынок, деньги и кредит, сентябрь 2001г.

1.30. Малый и средний бизнес в Узбекистане: современное состояние, проблемы и перспективы. // Экономическое обозрение, 2000г., №10.

1.31. Худойбердиев З. Развитие малого бизнеса как направление либерализации экономики. // Экономический вестник Узбекистана, 2000г., №11-12

1.32. Дадобоев К., Мухитдинов Д. Лизинг- взаимные выгоды партнеров // Журнал налогоплательщика, 2000г., №10

2. Учебная литература

На русском и узбекском языках

2.1. Гулямов С.С., Дотиль Л.Ф. Предпринимательство и малый бизнес. Т.ТГАУ, 1997, 221, 226, 131с.

2.2. Блинов А. Государственная политика **поддержки** малого предпринимательства в странах с развитой рыночной экономикой // **Маркетинг**. 1995. - №№ 2-4.

2.3. Андрианов В.Д. Новые индустриальные страны Азии: приоритет наукоемкой продукции // Проблемы Дальнего Востока. 1990. - №5. - с.25-34.

2.4. Бондаренко В. Малый и средний бизнес в крупнейших городах мира // Бизнес для всех. М. 1998. №15-16 - 1999. №8.

- 2.5. Борисов Ю.Ф. Роль мелкого бизнеса в рыночных отношениях в развитых капиталистических странах/Автореф. канд. эк. наук. М. 1997. - 24 с.
- 2.6. Брагина Е.А. Малый бизнес в развивающихся странах на фоне глобализации. М. Мировая экономика и международные отношения. -1998.- №6. с.126-134.
- 2.7. Брагина Е. А. Поддержка малого бизнеса в интересах расширения занятости (из опыта Индии и Республики Корея)// Человек и труд. М. 1994. - №1. - с. 41-51.
- 2.8. Брагина Е., Бурмистров Е. Индустриализация в постиндустриальную эпоху// Свободная мысль. М. 1998. - №4. - с. 61-76.
- 2.9. Венчурное финансирование: теория и практика/ Под ред. Фонштейн Н.М., Балабана А.М. М.: АНХ, 1998. - 271 с.
- 2.10. Восточная Азия на пороге XXI века/ Реф. сб. Отв. ред. Фурсов А.И. М. ИНИОН РАН, 2000. с. 63-130.
- 2.11. Государство и малый бизнес/ Сб. обзоров. Отв. ред. Осколкова О.Б. М. РАН ИНИОН, 1993. - 166 с.
- 2.12. Гэлбрейт Дж. К. Новое индустриальное общество. М.: Прогресс, 1969. -480 с.
- 2.13. Кирчегина Н.Н. Государственное регулирование малого бизнеса (на примере США и Южной Кореи): Дисс. канд. эк, наук. М., 1992.
- 2.14. Малый бизнес и региональное развитие в индустриальных странах/ Сб. обзоров. Отв. ред. Ажаева В.С. М. ИНИОН РАН, 1998. - 168 с.
- 2.15. Минаев С.В. Глобальная экономика: 2000 год. М. РАН ИНИОН, 2001. -92 с.
- 2.16. Минаев С.В. Инновационный бизнес в развивающихся странах Азии. М. ИНИОН РАН. 1994,-32 с.
- 2.17. Минервин И.Г. Венчурный капитал эффективная форма инвестиционной активности. / Венчурное финансирование: мировой опыт. - М. ИНИОН РАН. 2001.-с. 5-13.

2.18. Республика Корея: опыт модернизации/ Отв. ред. Мазуров В.М. М.: РАЯ Институт востоковедения, 1996. - 212 с.

2.19. Ровенский Ю.А. Эволюция малого бизнеса в мировой экономике/ Автореф. дисс. док. эк. наук. М., 1996. - 39 с.

2.20. Ряшенцев В.А. Социально экономические условия развития венчурного бизнеса (на примере Республики Корея): Дисс. кан. эк. наук. - Владивосток, 1999. - 187 с.

2.21. Суслина С.С. Республика Корея на постиндустриальной стадии развития (конец 80-х начало 90-х гг.) М.: МГУ, Институт востоковедения РАН. 1997.-224 с.

2.22. Толорая Г.Д. Проблемы становления южнокорейской экономической модели и ее трансформация на пороге XXI века: Дисс. док. эк. наук. М. 1993.

2.23. Толорая Т.Д. Дийков С.А. Войтоловский Г.К. Республика Корея. М.: Международные отношения, 1991.- 191 с.

2.24. Уляхин В.Н. Страны Азии: политика государства в отношении мелкого бизнеса// Народы Азии и Африки. 1989. - №4. - с.5-13.

2.25. Лебедева И.П. Венчурный бизнес в Японии: достижения и проблемы. 1997. Вып 4. с. 23-33.

2.26. Лебедева И.П. Финансовые проблемы малого бизнеса в Японии// Япония: ежегодник. М. РАН, 1999/2000. - с. 92-110.

3. Зарубежная литература

3.1. Ли Чже Ен. Роль государства в экономическом развитии Республики Корея// Менеджмент. 1995, №1. -с. 87-93.

3.2. Aoyama Y., Teitz M.B. Small business policy in Japan and the United States: a comparative analysis of objectives and outcomes. Berkley, 1996. - X, 63pp.

3.3. Bass S.J, Japanese research parks: national policy and local development. -Regional studies. Oxford etc, 1998. - Vol.32. No 5, - p.391-403.

3.4. Castaellano M. Japan: leading or following Asia into the information age. -Japan Economic Institute report. [www.jei.org/Archive /JEIR00/0030f.html#Heading3](http://www.jei.org/Archive/JEIR00/0030f.html#Heading3)

3.5. Lall S. Strengthening SMEs for international competitiveness. Cairo.: ECES, 2000. - 33 p.

3.6. Malott J.R. What role for incubators in Japan? www.japaninc.net/online/sc/print/jul00pscole.html

4. Интернет ресурсы

4.1. Корейский кредитно-гарантийный фонд для развития технологий: www.kotec.or.kr/what/achievements.asp

4.2. Корпорация малого бизнеса (Республика Корея): www.bizonk.or.kr/eng/index.html

4.3. Администрация малого и среднего бизнеса (Республика Корея): www.smba.go.kr

4.4. Министерство экономики Республики Узбекистан: <http://mineconomy.uz/ru>

4.5. Государственный комитет по приватизации, демонополизации и развитию конкуренции: <http://www.gki.uz>

4.6. Палата товаропроизводителей и предпринимателей Республики Узбекистан: <http://www.chamber.uz/ru>

4.7. Министерство экономики, торговли и промышленности Японии, Агентство по развитию малых и средних предприятий Японии: <http://www.meti.go.jp>

4.8. Комитет по развитию малого и среднего бизнеса при Президенте Республики Корея: <http://english.president.go.kr/>.

4.9. Администрация по поддержке малого и среднего бизнеса Республики Корея: www.smba.go.kr/eng

4.10. Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики», <http://www.nauteh-journal.ru/index.php/--ep13-07/907-a>

4.11. Организация экономического сотрудничества и развития:
www.oecd.org

4.12. Аналитический центр МСП Банк: [MSB_int-new.pdf](#)

4.13. Национальное Статистическое Ведомство Кореи (KNSO):
kor.ved.gov.ru/meropr

4.14. Администрация малого и среднего бизнеса (Республика Корея):
www.smba.go.kr

4.15. Официальный сайт Ассоциации государств Юго-Восточной Азии:
www.asean.org

4.16. Промышленный банк Кореи: www.eng.ibk.co.kr/

4.17. Японская организация внешней торговли: jetro.co.go.jp

4.18. Сотрудничество Малого и среднего бизнеса Кореи (SMBC):
www.sbc.or.kr

4.19. Агентство Малого и среднего бизнеса Японии, SMEs Agency
Japan: www.chusho.meti.go.jp/sme_english