Ё. АБДУЛЛАЕВ, Ш. ЮЛДАШЕВ

МАЛЫЙ БИЗНЕС И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

"IQTISOD-MOLIYA"

МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО СПЕЦИАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН

Ташкентский финансовый институт

Ё. АБДУЛЛАЕВ, Ш. ЮЛДАШЕВ

МАЛЫЙ БИЗНЕС И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Рекомендовано Министерством высшего и среднего специального образования Республики Узбекистан в качестве учебника для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям

Ташкент
«IQTISOD-MOLIYA»
2008

65.292(5У)

Рецензенты: канд. экон. наук, проф. ТФИ **Ф.Ш.Каримов;**
д-р экон. наук, проф. ТГЭУ **Э.Х.Махмудов**

Абдуллаев Ёркин.

A15 **Малый бизнес и предпринимательство:** Учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям. / Ё.Абдуллаев, Ш. А. Юлдашев; -Ташкент. «IQTISOD-MOLIYA», 2008. 340 с.

I. Юлдашев Шарафулла Атауллаевич.

В предлагаемом учебнике изложены и обобщены проблемы развития малого бизнеса и предпринимательской деятельности как в целом, так и на конкретных материалах Республики Узбекистан. В нем дается характеристика понятий предпринимательства и бизнеса, раскрывается содержание их организационно-правовых форм, направлений и мер государственной поддержки предпринимательства, излагаются некоторые методологические вопросы организации предпринимательского дела и бизнес – планирования, а также проблемы организационной деятельности субъектов предпринимательства. Указанные аспекты предпринимательской деятельности излагаются на фоне особенностей, значения и роли малого бизнеса в условиях рыночной экономики.

17198
NAMANGAN DAVLAT UNIVERSITETI
Ahborot-resurs markazi

ББК 65.292(5У)я73

ISBN 978-9943-13-064-7

© «IQTISOD-MOLIYA», 2008
© Ё. Абдуллаев, 2008

Введение

Предпринимательская деятельность и ее составная часть-малый бизнес для Республики Узбекистан в условиях создания эффективной рыночной экономики приобретает первостепенное значение в экономических, социальных и политических преобразовательных процессах.

В экономическом плане это означает ускоренное развитие всех отраслей экономики, рост внутреннего валового продукта, насыщения внутреннего рынка товарами отечественного производства, увеличение доли экспортоориентированной и импортозамещающей продукции, устойчивого выхода на внешнеэкономические рынки, коренное преобразование структуры экономики, создание энергетической, топливной, зерновой независимости страны.

В социальном отношении развитие предпринимательства является важнейшим фактором решения проблем занятости, повышения уровня доходов и благосостояния населения, приобщения широких его слоев к активной, созидательной деятельности, подготовки и воспитания предпримчивых и умелых организаторов, профессионально грамотных специалистов.

Политическая значимость предпринимательства заключается в усилении суверенитета и независимости государства, формировании широкого слоя среднего класса собственников как решающего условия устойчивого бесконфликтного развития общества, изменении образа мышления и мировоззрения населения, движении общества по пути прогресса и процветания.

Учитывая такое глобальное значение предпринимательства, в Республике Узбекистан на протяжении шестнадцати лет разрабатываются и реализуются программы по развитию малого и частного бизнеса и превращению их в важнейший фактор создания цивилизованной рыночной экономики.

Важнейшим условием в этом направлении является подготовка кадров, способных квалифицированно заниматься

проблемами предпринимательства. Надеемся, что данный учебник в определенной степени поможет решению этой задачи.

Содержание учебника можно условно разделить на две части. Одна часть посвящена предпринимательству и предпринимательской деятельности, под которой надо понимать экономическую активность субъектов хозяйствования, осуществляющих целенаправленную, самостоятельную, инициативную и ответственную деятельность с целью извлечения прибыли. Предпринимательство рассматривается с разных точек зрения: как искусство ведения деловой активности, как мыслительный процесс, как стремление реализовать свои способности и как профессиональное умение организовать собственное дело.

Другая часть рассматривает малый бизнес, как сферу предпринимательской деятельности на предприятиях (фирмах) небольших масштабов. Выделение понятия «малый бизнес» связано с ролью небольших фирм в рыночных отношениях, в решении экономических и социальных проблем.

Проблемы предпринимательской деятельности весьма обширны и охватывают финансирование, кредитование, анализ хозяйственной деятельности, планирование, право, налоги, менеджмент, маркетинг и другие, изучаемые в соответствующих дисциплинах. Поэтому, во избежание дублирования, в данном учебнике изложены только те вопросы этих областей знаний, которые непосредственно затрагивают предпринимательскую сферу деятельности. Вместе с тем в содержании учебника прослеживается взаимосвязь с экономическими, управленческими, правовыми курсами, изучаемыми в учебных заведениях.

Учебник подготовлен на основе докладов, выступлений и трудов Президента Республики Узбекистан И.А.Каримова, посвященных проблемам развития и стимулирования малого бизнеса и предпринимательской деятельности, процессам преобразования и создания эффективной рыночной экономики; законодательных актов государства; периодических изданий; трудов отечественных и зарубежных авторов; статистических изданий и других источников.

РАЗДЕЛ 1. МАЛЫЙ БИЗНЕС И ЕГО РОЛЬ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Глава 1. СУЩНОСТЬ И ХАРАКТЕРИСТИКА МАЛОГО БИЗНЕСА

1. Основы создания и функционирования малых предприятий.
2. Субъекты малого бизнеса и критерии их определения.
3. Особенности и возможности малых предприятий.
4. Значение малого бизнеса в рыночной экономике.
5. Показатели, характеризующие развитие и деятельность малых предприятий.

1. Основы создания и функционирования малых предприятий

Малый бизнес, малые, мелкие и средние предприятия, ремесленные предприятия, частные фирмы – понятия широко вошедшие в обиход, ставшие составными частями рыночной экономики. Сферу малого бизнеса и предпринимательства называют еще «малой экономикой» и «малым предпринимательством».

Малый бизнес, как явствует из названия, включает в себя небольшие, мелкие предприятия, имеющие небольшой объем производства и реализации, содержащие небольшую численность работников, обладающие не очень богатой материально-технической базой.

Малый бизнес в своем наиболее массовом проявлении – это маломасштабная деятельность. Ему свойственны малые экономические формы. Этим бизнесом занимаются преимущественно отдельные люди, семейные коллективы, небольшие совместные группы людей, малые фирмы, кооперативы, товарищества, дехканские и фермерские хозяйства.

К такому бизнесу относятся такие предприятия, которые функционируют независимо и ограничивают свою сферу

деятельности региональными масштабами, владельцы их организуют бизнес в основном на свои средства и принимают личное участие в их работе.

Малые предприятия могут создаваться физическими и юридическими лицами, а именно:

* гражданами, членами семьи и другими лицами;
* государственными, арендными, коллективными, совместными предприятиями, акционерными обществами, хозяйственными ассоциациями и др.;
* общественными организациями;
* совместно с перечисленными органами и лицами;
* в результате выделения из состава действующих предприятий по инициативе коллектива с согласия собственника имущества;
* путем принудительного (по решению антимонопольного органа) или инициативного разукрупнения объединений и предприятий.

Основной сферой деятельности предприятий малого бизнеса являются легкая, пищевая промышленность, общественное питание, торговля, бытовое обслуживание, сельское хозяйство. Но они могут создаваться и в других отраслях промышленности, строительстве, транспорте, связи. Малые предприятия действуют на основе всех форм собственности (государственной, частной, коллективной и др.). Учредителями их могут быть либо одно, либо несколько юридических и физических лиц.

Малый бизнес имеет широко распространенную сферу деятельности. Предприятия могут осуществлять все виды хозяйственной деятельности, заключать сделки, приобретать имущество, выходить на внешнеэкономические связи, осуществлять торговые, посреднические, валютные и другие операции.

Малым предприятиям предоставляется широкая независимость и самостоятельность в пределах существующего законодательства. Они вправе самостоятельно устанавливать объемы и ассортимент выпуска продукции, реализовать ее по своему усмотрению, устанавливать цены на товары и услуги, определять направления использования прибыли, устанавливать формы и размеры оплаты труда наемных работников.

В целях создания условий для устойчивой деятельности малые предприятия могут объединяться в союзы, ассоциации, входить в состав различных концернов, корпораций и других объединений. Предприятия, на базе структурных подразделений которых создана малая фирма, должны обеспечивать ее материально—техническими и финансовыми ресурсами.

Таким образом, малое предприятие не представляет собой новую форму хозяйствующего субъекта. Оно отличается от других предприятий только тем, что оно меньших размеров. Отделять эту группу от других понадобилось лишь для того, чтобы очертить круг субъектов, которые пользуются различными льготами и преимуществами, оказывающими стимулирующее воздействие на их хозяйственную деятельность.

2. Субъекты малого бизнеса и критерии их определения

Для разграничения групп предприятий по их масштабу используются **критерии, то есть признаки, на основании которых производится оценка, определение или их классификация.** Необходимость установления критериев малого бизнеса вызвана тем, что небольшие предприятия нуждаются в серьезной государственной поддержке, которая должна быть адресной и направленной на улучшение их экономического положения. Кроме того выделение малых предприятий в отдельные категории необходимо для проведения специальных исследований и анализа эффективности их деятельности, определения их роли и места в общей системе экономики.

В качестве критериев для отнесения предприятий в группу малого бизнеса используются следующие:

1. **Количественные показатели:** численность работников, объем продаж, балансовая стоимость основного капитала;
2. **Качественные показатели:** относительно небольшое число производимых продуктов, ограниченные ресурсы и мощности;
3. **Комбинированные показатели:** сочетающие в себе первую и вторую группу показателей.

На практике во многих странах используются количественные показатели, которые легче поддаются учету и просты для сопоставления различных по масштабу групп предприятий.

Так, по методологии Европейского союза малые и средние предприятия определяются критериями, показанными в табл. 1.

Таблица 1

Критерии определения размера предприятия в странах ЕС

Предприятия	Численность работников (чел)	Годовой оборот (млн. ЭКЮ)	Основной капитал (млн. ЭКЮ)
Малое	Менее 50	Менее 4	Менее 2
Среднее	50-250	Менее 16	Менее 8

В США применяется следующая группировка предприятий по численности работающих: наимельчайшие - не более 10 человек, мельчайшие – не более 20, мелкие - не более 100, средние – не более 500, крупные – свыше 500 человек.

В Великобритании верхняя граница числа занятых составляет для мелких предприятий 21 человек, для средних – 200 человек. В Южной Корее в промышленности и транспорте фирмы, в которых занято менее 20 человек считаются малыми, а с 21 до 200 человек – средними. В торговле и сфере услуг, соответственно, менее 5 человек и от 6 до 20 человек.

Международная организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), в которую входят экономически высокоразвитые страны, определяет следующие критерии размера предприятий: весьма малые – до 19 человек, малые – до 99, средние - от 100 до 499, крупные – свыше 500 человек.

В Республике Узбекистан за годы независимости четырежды менялись критерии определения масштабов предприятий. До 1995 г. действовала система, относившая к категории малых предприятий: в промышленности и строительстве до 200 чел., в других отраслях производственной сферы - до 50 чел., в науке и научном обслуживании – до 100 чел., в отраслях непроизводственной сферы - до 25 чел., розничной торговле – до 15 чел. После 1995 г. эти критерии были установлены, соответственно, в пределах 50, 25, 10, 5 человек.

Законом «О гарантиях свободы предпринимательской деятельности», принятого 25 мая 2000 г., а затем Указом «О мерах по дальнейшему стимулированию развития частного предпринимательства, малого и среднего бизнеса» (30 авгус-

та 2003 г.) были установлены новые критерии, которые приведены в табл. 2.

Таблица 2

Критерии субъектов малого предпринимательства в РУз.

Субъекты	По закону от 25.05.2000	Числ. до	По указу от 30.08.2003	Числ. до
Индивидуальные предприниматели		1		1
Микро фирмы	• производственные отрасли	10	• производственные отрасли	20
	• торговля, услуги и др. отрасли непроизводственной сферы	5	• сфера услуг и др. непроизводственные отрасли	10
			• торговля и общественное питание	5
Малые предприятия	• промышленность	40	• легкая, пищевая промышленность, металлообработка, приборостроение, деревообрабатывающая, мебельная, строительных материалов	100
	• строительство, сельское хозяйство и др. производственные отрасли	20	•машиностроение, металлургия, топливно-энергетическая, химическая промышленность, переработка сельхозпродукции, строительство и др. производственные отрасли	50
	• наука, научное обслуживание, торговля и др. отрасли непроизводственной сферы	10	• наука, научное обслуживание, транспорт, связь, сфера услуг, торговля, общественное питание и др. непроизв. сферы	25
Средние предприятия	По отдельным сферам деятельности в пределах	20 - 100	Средние предприятия	Нет

Таким образом, Указом от 30.08.2003 г. с 1 января 2004 г. к категории субъектов малого предпринимательства (бизнеса)

отнесены: индивидуальные предприниматели, микрофирмы и малые предприятия. Как видно из таблицы, в связи с выводом из состава малого бизнеса средних предприятий увеличена численность работающих в микрофирмах и малых предприятиях в два и более раза.

Происходящие изменения в критериях определения субъектов малого предпринимательства являются результатом динамичности происходящих реформ в экономике, изменений в формах и методах хозяйствования, а также поиском новых подходов в создании благоприятных условий для интенсивного развития малого бизнеса, необходимости роста доли частного сектора в экономике страны, обеспечения полной занятости населения в сфере производства.

Как видно из изложенного, в Узбекистане в качестве критерия принята численность работников. При определении среднегодовой численности работников микрофирм и малых предприятий учитывается также численность работающих на дочерних предприятиях, филиалах и представительствах. В случае превышения установленной численности предприятие лишается льгот на период, в течение которого допущено указанное превышение и на последующие три месяца.

Новые критерии создают четкий порядок деления предприятий на отдельные категории, что весьма важно для определения тех из них, которым установлены льготы и преференции действующим законодательством. К этим льготам относятся: пониженное налогообложение, различные системы льготного кредитования, упрощенные системы учета и отчетности и другие меры по поддержке субъектов малого предпринимательства.

3. Особенности и возможности малого бизнеса

Предприятия малого бизнеса имеют множество отличительных особенностей по сравнению с крупными субъектами предпринимательства и обладают значительными возможностями, для реализации которых в рыночной экономике создаются благоприятные условия. Самостоятельность, независимость, технологическая обособленность, мобильность в управлении и принятии решений, приспособляемость к ме-

няющимся ситуациям способствуют организовать деятельность таким образом, чтобы получить наибольшую выгоду там, где не могут это сделать крупные предприятия.

Из множества особенностей, отличающих малое производство от крупного, отметим наиболее существенные:

1. Малые предприятия обладают способностью быстро **реагировать на конъюнктуру рынка,** придавая рыночной экономике необходимую мобильность. Они могут за короткое время изменить ассортимент выпускаемой продукции, улучшить качество ее с учетом спроса и предпочтениями потребителей. Они гибко реагируют на изменение доходов населения, устанавливая соответствующие цены на товары и услуги. Небольшие предприятия способны наиболее полно, качественно и своевременно удовлетворить сезонные колебания потребностей людей, например, наилучшим образом организовать отдых в зимний или летний периоды, создавая соответствующий сервис и условия. Малый бизнес, как показывает опыт большинства стран, мобильнее, активнее, больше готов к рискованным проектам, особенно в непредсказуемой экономике переходного периода.

2. Важное отличие малых фирм от крупных – это их **непосредственная взаимосвязь с потребителями,** что позволяет учесть запросы клиентов, формировать постоянный их состав и привлекать новых. Например, минипекарня выпекает хлебные изделия и тут же реализует их покупателям, которые могут высказать свои замечания, помочь советами, сделать заказы на индивидуальную выпечку и т.п.

3. Как правило, малые предприятия **узко специализируются на определенном сегменте рынка** товаров и услуг. На специализированных производствах работники, выполняя постоянно одни и те же операции, приобретают навыки и опыт, что является важнейшим фактором роста производительности труда, повышения качества продукции, снижения материальных и трудовых затрат, а следовательно, и цены товаров и услуг.

4. В малом бизнесе есть такая возможность, как **начать собственное дело с относительно небольшим стартовым капиталом** и затем постоянно его наращивать. Небольшую фирму можно построить в короткие сроки и быстро наладить

производство, тогда как на создание крупного предприятия уходят месяцы и годы. Это обстоятельство, при прочих благоприятных условиях способствует ускоренному развитию сферы малого предпринимательства, создает условия для созидательной реализации индивидуальной рыночной инициативы.

5. Предприниматель малого предприятия в большей степени, чем кто–либо **ощущает чувство хозяина**, он полностью свободен и самостоятелен, соединяет в одном лице владельца, менеджера, финансиста, бизнесмена. В этом заключается мощный дополнительный стимул для плодотворного, заинтересованного труда, цель которого – достижение материального и морального успеха. Предпринимателю предоставляется возможность работать инициативно, упорно и творчески. Немаловажно и то, что в малом бизнесе создается высокая степень централизации и персонализации управления. Руководитель - собственник сосредотачивает в своих руках финансовые, экономические, социальные функции и полномочия, что ставит предприятие в зависимость от его деловых и личных качеств.

6. Малые предприятия проявляют способность **быстро приспосабливаться к местным условиям, обычаям, традициям.** Это качество позволяет малому бизнесу найти широкое поле деятельности в сфере производства товаров и оказания услуг, к которым традиционно привыкло местное население. Поэтому малые предприятия широко распространены в ремесленно-кустарном, художественно–декоративном производствах, в изготовлении домашнего и сельскохозяйственного инвентаря, строительных деталей, детских игрушек, в выпуске продовольственных товаров национального характера. Казалось бы, что эта сфера занимает небольшую долю в экономике, но и она играет роль в создании престижа республики среди других стран. Так, на состоявшимся в 2005 г. в Бельгии международном фестивале культур впервые были представлены изделия мастеров народно-прикладного искусства из Узбекистана. Оригинальные предметы национально-художественных ремесел пользовались огромным успехом у посетителей. Устроители фестиваля дали высокую оценку: «То, что мы увидели – прекрасные шелковые ковры, сюзане, уникальные керамические изделия, золотошвейные вышивки, миниатюры

на коже и папье-маше, ювелирные изделия - превосходит все ожидания и дает наглядное представление о богатой культуре и творческом потенциале вашего народа».

7. По сравнению с крупным производством малые предприятия имеют **низкие расходы на свое содержание, обслуживание и управление.** Для них характерна быстрая окупаемость затрат, ускоренная оборачиваемость средств. Все это дает возможность хозяйствовать экономно, добиваться прибыльности, накапливать средства на дальнейшее развитие. Кроме того малые предприятия в большей степени приспособлены к условиям кризисных ситуаций, чем крупные. У них больше шансов на выживаемость.

8. Следует отметить и такую особенность малых фирм, как **налаживание организации труда на особых принципах** разделения труда, широкой взаимозаменяемости работников, доверительных отношений между ними. Малые масштабы производства позволяют создать нормальный психологический климат в коллективе, значительно сократить текучесть кадров, построить отношения между руководителями и подчиненными на демократических началах, наладить атмосферу инициативной, творческой и в то же время высоко ответственной деятельности каждого члена коллектива.

Таковы важнейшие особенности малых предприятий по сравнению с крупными, дающие возможность использовать их в своей хозяйственной деятельности для достижения устойчивой и прибыльной работы. Но нельзя считать, что эти возможности реализуются сами собой, что малый бизнес будет процветать и расширяться без особых усилий со стороны предпринимателей, что в этой сфере все обстоит благополучно и в ней нет особых проблем. Конечно, это не так. На пути развития малого бизнеса есть немало преград и трудноразрешимых проблем, с которыми необходимо вести упорную борьбу, принимать неимоверные усилия для их преодоления.

4. Значения малого бизнеса в рыночной экономике

Предприятия малого и среднего бизнеса (МСБ) играют огромную роль как в развитии экономики страны в целом, так и в решении социальных проблем общества. Опыт развитых

стран мира показывает, что именно эти предприятия являются фундаментом национальной экономики, что в решающей мере от них зависят темпы прироста валового внутреннего продукта (ВВП), определяется уровень благосостояния населения. Так, в Великобритании, Германии, Италии, Франции, США и Японии на тысячу жителей приходится от 35 до 74 малых и средних предприятий (МСП), из общей численности занятых на их долю приходится от 46 до 78 %, доля МСП в валовом внутреннем продукте составляет от 50 до 67 %.

Таким образом, в рыночно ориентированных странах МСБ составляет основу экономики, в нем обеспечивается занятость значительного контингента работников. О предпринимательском климате страны, в первую очередь, судят по состоянию дел в сфере малого бизнеса, так как он играет ключевую роль и является барометром здоровья экономики.

Япония, например, гордится известными своими корпорациями: «Сони», «Тошиба», «Тойота», «Мицубиси» и другими, но оказывается не они определяют в полной мере экономическую мощь страны. В общей экономике Японии крупные предприятия составляют лишь один процент, а 99% - это мелкие и средние предприятия. Эти предприятия не только успешно функционируют, но и составляют мощную конкуренцию промышленным гигантам, которые без сомнения не смогли бы приобрести всемирную известность без своих малых партнеров. Почти 40% продукции крупных корпораций выполняется субподрядчиками, каковыми являются мелкие предприятия.

В Соединенных Штатах Америки принято считать костяком экономики крупные корпорации, а ее мускулами – малые компании, приводящие большой бизнес в движение. Например, компания «Дженерал-Электроник» связана с 45 тысячами фирм субподрядчиков, которые в основном являются мелкими.

Развитие малого бизнеса особенно актуально в условиях Узбекистана, о чем подробно сказал Президент И.А.Каримов в выступлении на заседании Кабинета Министров «Утверждение духа предпринимательства в обществе – Залог прогресса» (17.07.2001). Узбекистан был сырьевым придатком бывшего общесоюзного комплекса, многие отрасли работали в основ-

ном для первичной переработки сырьевых ресурсов. Потребности республики в продовольственных и промышленных товарах на 70% удовлетворялись из-за пределов республики. Для устранения этого несоответствия нужно создавать сектор малого предпринимательства в республике.

Другая особенность заключается в демографической ситуации, сложившейся в стране. Во-первых, это высокий прирост трудовых ресурсов, составляющий ежегодно 200-230 тысяч человек. Во- вторых, большая часть населения (около 60%) живет в сельской местности. Занять работой и обеспечить доходами его невозможно из-за ограниченности земельных и водных ресурсов. Значит, надо создавать здесь большое количество малых и средних предприятий, в первую очередь, для переработки сельскохозяйственной продукции. Потенциальные возможности для этого имеются значительные. Так, например, из выращенного урожая перерабатывается 10% овощей, 15% плодов, 5% бахчевых, 23% винограда, 15% шерсти, 25% мяса, 5% молока, 25% хлопка-сырца, а ведь переработка последнего в готовые изделия дает в 6-7 раз больше доходов.

Все эти факты убедительно свидетельствуют о необходимости ускоренного развития малого бизнеса в республике. В пользу малых предприятий свидетельствуют и огромные преимущества, которыми обладают малые предприятия, а также их роль и значение в решении экономических и социальных проблем страны и общества.

Четко разграничить влияние малого бизнеса на экономические и социальные сферы весьма затруднительно, так как они тесно переплетаются и дополняют друг друга.

Однако обе сферы существуют самостоятельно. Для убедительности доказательства значимости малых предприятий для экономики и социальной сферы разделим их на две группы.

Конкретное проявление значения малого предпринимательства в сфере экономики сводится к следующим направлениям:

* Быстрое насыщение рынка продукцией и услугами, расширение внутреннего рынка товарами собственного производства;

* Активное влияние на структурную перестройку экономики, повышение удельного веса легкой и пищевой промыш-

ленности, вывод страны из положения сырьевой направленности;

* Преодоление отраслевого и регионального монополизма, формирование конкурентной среды;

* Осуществление прогресса в ряде направлений науки и техники, особенно в областях кибернетики, электроники и информатики. Так, в США на долю малых предприятий приходится около половины всех научно-технических разработок;

* Повышение экспортного потенциала страны за счёт выпуска экспорториентированной и конкурентоспособной продукции;

* Укрепление экономической базы местных органов власти, оказание содействия в развитии сельских населенных пунктов и небольших городов;

* Мобилизация значительных финансовых и материальных ресурсов самого населения;

* Создание широкой сети спутников крупных предприятий для снабжения их комплектующими деталями и узлами, что является эффективной формой организации производства.

Значение малого предпринимательства в социальной сфере заключается в:

* Повышении уровня доходов населения и обеспечении национального благосостояния;

* Создании возможностей для использования труда пенсионеров, инвалидов, студентов, домашних хозяек, что позволяет получать дополнительный заработок к пенсиям и пособиям;

* Расширении сферы частного предпринимательства как важнейшего условия формирования среднего класса собственников, служащего надежной опорой общества и государства;

* Увеличении доли экономически активного населения, в выдвижении и воспитании наиболее энергичных предприимчивых личностей, способных заняться собственным делом, что во многом служит фактором сглаживания резкой дифференциации доходов различных социальных групп населения;

* Смягчении демографической ситуации в стране за счёт создания новых рабочих мест, особенно в сельской местности и в тех регионах и секторах экономики, где экономически неэффективно создание крупного производства, а также в

привлечении на работу категорий трудоспособного населения, не имеющих достаточного уровня образования, квалификации или производственного опыта;

* Создании условий для каждого человека реализовать свои потенциалы, проявить свои таланты и способности, объединить в одно целое работу и личную жизнь, контролировать свое будущее.

Изложенные выше особенности, преимущества и роль малого предпринимательства еще раз неопровержимо доказывают необходимость и важность его развития. Уровень развития малого бизнеса является важнейшим показателем рыночных реформ. Чем больше будет в стране небольших фирм, тем выше будет общий прирост производительности труда, тем скорее будет происходить внедрение новых технологий и быстрее будут решаться насущные социальные проблемы. Без бизнеса не развиваются ни общество, ни государство. Поэтому Президент Республики Узбекистан И.А.Каримов постоянно оказывает ему внимание: «Мы должны относиться к малому бизнесу, частному предпринимательству, как фактору, обеспечивающему ускоренное экономическое развитие нашей республики. Когда основную часть производимой продукции будет давать частный, негосударственный сектор, тогда можно смело говорить, что экономика стала подлинно свободной и обрела свою будущность».

5. Показатели, характеризующие развитие и деятельность малых предприятий

Каковы достижения страны в развитии малого бизнеса в сравнении с другими государствами, какое место занимает он в рыночной экономике, как хозяйствуют малые предприятия, как выглядят их успехи в сравнении с крупными предприятиями, какой вклад вносят они в общую экономическую систему и в социальную сферу?

На эти и другие вопросы можно ответить через систему показателей, которые могут конкретно характеризовать состояние, перспективы общего развития малого предпринимательства, а также финансово-экономическую деятельность предприятий этой сферы.

№ 17198

Ввиду того, что предприятия малого бизнеса являются частью экономической системы и действуют они по общим для всех законодательным положениям, то для их характеристики используются единые способы и критерии оценки. Но малый бизнес в силу своей специфики и роли отводимой ему в продвижении рыночной экономики должен оцениваться по показателям, которые отражают особенности, присущие этой категории предпринимательской деятельности. Наша задача очертить примерный круг этих показателей, не затрагивая общие показатели, которые характерны для всех субъектов экономики и являющиеся предметом исследования других экономических дисциплин.

Все показатели, которые определяют статику, динамику и хозяйственную деятельность малых предприятий можно объединить примерно в следующие группы:

1. Общие показатели состояния малого бизнеса. Они общеизвестны, широко и часто используются и рассчитываются по стране в целом, регионам и отраслям. Они дают общую характеристику состояния малого бизнеса на каждый данный период времени и, что очень важно, позволяют проследить динамику его развития по годам. По этим показателям можно сопоставить развитие малого бизнеса по различным странам и определить как те или иные страны продвинулись в создании цивилизованной и полномасштабной рыночной экономики. В первую очередь к этим показателям относятся:

— количество субъектов малого бизнеса в стране;
— количество их приходящееся на 1000 жителей;
— доля предприятий малого бизнеса в ВПП в процентах;
— доля их в общей численности занятых в процентах.

Однако в виду разного подхода к установлению критериев малых предприятий в разных странах, при сопоставлении этих показателей реальная картина может сильно различаться. При расчете показателей в отдельной стране реальную картину, наряду с общими цифрами, могут дать количество и удельный вес в ВПП по субъектам малого бизнеса, то есть сколько составляют индивидуальные предприниматели, микрофирмы и малые предприятия.

2. Показатели развития малого бизнеса. Они дают характеристику выживаемости малых фирм:

— Сколько создано за год разных субъектов малого бизнеса;
— Сколько из них прошли государственную регистрацию;
— Сколько из них действующих и бездействующих;
— Сколько за год ликвидировано субъектов малого бизнеса;
— Сколько ими создано за год новых рабочих мест;
— Средняя продолжительность живучести предприятий в годах.

Пользуясь этими показателями можно рассчитать различные коэффициенты. Например, коэффициент уровня выживаемости как соотношение количества вновь созданных за год фирм к количеству закрывшихся. Если динамика показателя будет положительная, то это будет означать ускоренное развитие малого бизнеса и благоприятность созданных условий для их деятельности.

Важным показателем может служить количество лет существования созданных фирм. Однако картина здесь весьма неутешительная. По данным Всемирного банка из всех вновь образованных малых предприятий через год остается действовать около 50%, через 3 года - 8%, через 5 лет - 3%.

На основе этой группы показателей можно вывести и соотносительные данные. Например, сколько на 100 ликвидированных субъектов хозяйствования приходится вновь созданных. Можно определить также соотношение количества бездействующих фирм из числа зарегистрированных, количества ликвидированных из бездействующих и др.

3. Показатели деятельности малых предприятий. К таким характеристикам можно отнести многие стороны хозяйствования, к примеру:

— Объем производства продукции и услуг в стоимостном выражении;
— Общая численность занятых;
— Стоимость основных фондов;
— Стоимость привлеченных инвестиций;
— Объем экспорта и импорта товаров и др.

В зависимости от отраслевых особенностей показатели могут варьироваться. Например, для фермерских хозяйств в оценку деятельности можно включить: земельную площадь предоставленную для пользования, среднюю урожайность культур, поголовье скота и т.п.

Показатели этой группы можно определять в целом по стране, отраслям, регионам, в среднем на одно предприятие, сопоставить их с общими объемами всей экономики. Они дадут возможность определить состояние малого бизнеса, его места в общей экономической системе и тенденции его развития.

В расчете на одно предприятие показатели позволяют оценить развитие малого предпринимательства как в прошлые, так и в будущие периоды, определить внутренние особенности становления и развития этой сферы в сопоставлении с отраслевыми, региональными и общереспубликанскими достижениями и служить основой для разработки мер по дальнейшему стимулированию деятельности малых предприятий и структурных преобразований в экономике.

4. Показатели технической оснащенности предприятий:
— Электровооруженность труда работающих;
— Фондовооруженность труда работающих;
— Уровень механизации и автоматизации труда;
— Уровень компьютеризации производства.

Необходимость оценки деятельности малых предприятий с позиций этих показателей остается пока очень актуальной, учитывая что на них установлено зачастую непроизводительное оборудование, применяется устаревшая техника и т.п. Анализ этих показателей и их сопоставление с данными идентичных производств показывает в каком направлении необходимо повышать техническую оснащенность малых производств.

5. Показатели эффективности деятельности малых фирм:
— Производительность труда;
— Фондоотдача предприятий;
— Доля налогов вносимых в бюджет;
— Рентабельность хозяйственной деятельности;
— Доля их в формировании внебюджетных фондов;
— Средняя заработная плата работников;
— Сумма прибыли, приходящаяся на одного работника.

Эти и другие показатели позволяют судить об уровне хозяйствования малых предприятий, если сопоставить их с такими же показателями в целом по отраслям в масштабе страны и отдельным регионам. Анализ деятельности предприятий на основе этих данных подскажет направления поиска раци-

ональных способов повышения эффективности; экономного расходования материальных ресурсов, лучшего использования техники и совершенствования технологии, повышения производительности труда работников и т.п.

Основные понятия и термины

Малый бизнес и малое предпринимательство, микрофирма, малое предприятие, индивидуальный предприниматель, субъекты малого бизнеса, критерии малых предприятий, предпринимательский климат.

Вопросы для самопроверки

1. Что понимается под малым бизнесом?
2. Кто является субъектом малого бизнеса?
3. Какова сфера распространения малых предприятий?
4. Кто может создавать малые предприятия?
5. Каковы критерии отнесения предприятий к сфере малого бизнеса?
6. Основные особенности малых предприятий в сравнении с крупными.
7. Экономическая роль малого бизнеса.
8. Социальное значение малого бизнеса.
9. Основные группы показателей развития и деятельность малых предприятий.

Глава 2. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И БИЗНЕС

1. Процессы и участники рыночной экономики.
2. Предпринимательство и предприниматель.
3. Три стороны предпринимательства.
4. Предпринимательство – основа формирования среднего класса собственников.
5. Виды предпринимательства.

1. Процессы и участники рыночной экономики

В рыночной экономике осуществляется множество процессов и операций, в них участвуют различные профессионалы и специалисты: банкиры, финансисты, дилеры, логисты, дистрибьюторы, руководители различных рангов и многие другие. Но все эти процессы и участники рыночной экономики можно объединить в три большие группы: предпринимательство и предприниматель, бизнес и бизнесмен, менеджмент и менеджер, основные характерные черты которых для наглядности приведены в табл. 3.

В теории и практической деятельности зачастую отождествляются понятия «предпринимательство» и «бизнес», «предприниматель» и «бизнесмен». Эти понятия считаются синонимами, между ними не делается никакой разницы. Но как видно из таблицы, разница между ними довольно значительная. Предпринимательство – это высшая ступень бизнеса. Главная характеристика предпринимателя – это насущная потребность постоянно начинать что-то новое, то есть новаторство. Настоящих предпринимателей надо различать от коммерсантов, перекупщиков, посредников, традиционных торговцев.

Предпринимательство – это не только профессия, но и призвание, даже свойство души или врожденная склонность, это еще и особый образ мыслей, поведения, стиль, особая культура. Для предпринимателя характерны три главных источника мотивации: 1) желание получить больший контроль

за своим собственным будущим; 2) надежда в гораздо большей мере объединить в одно целое работу и личную жизнь; 3) желание распространить свой собственный стиль и образ жизни на сферу деловой активности. Конечно, вознаграждение за труды и рост личного состояния также присутствуют в системе стимулов, но деньги и богатство не являются главным мотивирующим фактором предпринимателя.

Таблица 3

Основные процессы и участники рыночной экономики

Предпринимательство	**Бизнес**	**Менеджмент**
Это процесс создания чего-либо нового, обладающего ценностью для общества, приносящее доход, личное удовлетворение достигнутым результатом и общественное признание	Это система ведения коммерческого дела, работа по выпуску продукции и оказанию услуг, необходимых людям, процесс по осуществлению оборота капитала для увеличения дохода	Это система управления на основе совокупности принципов, методов и форм управления, разработанных и применяемых для повышения эффективности и прибыли
Предприниматель	**Бизнесмен**	**Менеджер**
Новатор, первопроходец, начинающий новый бизнес, создатель нового товара, новой услуги для удовлетворения общества. Цель – добиться успеха в создании и развитии собственного дела, проявить свои творческие способности	Владелец капитала, собственник, стремящийся увеличить богатство, осуществляющий коммерческое дело, не занимает определенную должность в организации. Цель – разбогатеть, сколотить капитал	Профессиональный управляющий, руководитель не владеющий капиталом, наемный работник, занимает постоянную должность, организатор хозяйственных успехов. Цель – повысить эффективность, увеличить прибыль

Предпринимательство – это не только профессия, но и призвание, даже свойство души или врожденная склонность, это еще и особый образ мыслей, поведения, стиль, особая культура. Для предпринимателя характерны три главных источника мотивации: 1) желание получить больший контроль за своим собственным будущим; 2) надежда в гораздо большей мере объединить в одно целое работу и личную жизнь;

3) желание распространить свой собственный стиль и образ жизни на сферу деловой активности. Конечно, вознаграждение за труды и рост личного состояния также присутствуют в системе стимулов, но деньги и богатство не являются главным мотивирующим фактором предпринимателя.

Естественно, нельзя умалять и роль бизнеса, который в переводе с английского означает «дело», «коммерция», «работа». **Бизнес** - это система производства для удовлетворения потребностей и желаний общества. Бизнес – это упорная, повседневная и полезная работа. Для успешной деятельности бизнесмену также необходимы многие качества: компетентность в своей специальности, знание основ экономики, права, психологии, компьютерной техники, иностранных языков и т.д.

Особое место в рыночной экономике занимают **менеджеры - профессионалы–управленцы**, прошедшие специальную подготовку, обладающие искусством управления интеллектуальными, финансовыми, материальными ресурсами в целях наиболее эффективной производственной деятельности.

Каждый из трех участников рыночной экономики занимает свое особое место: предприниматель стремится к нововведениям, бизнесмен желает стать профессиональным исполнителем – техником своей работы, менеджер создает порядок в системе. Как правило, владелец небольшого предприятия сочетает в одном лице и предпринимателя, и менеджера, и бизнесмена. Типичный бизнесмен, как определяют американские исследователи, состоит на 10% из предпринимателя, на 20% - из менеджера, на 70% - из техника, то есть специалиста своего дела.

Однако в реальной рыночной экономике разница между ними стирается и поэтому в литературных источниках и реальной практике понятия «предприниматель» и «бизнесмен» применяются как идентичные, в одних случаях говорится предприниматель, в других бизнесмен и не проводится между ними различие. Делается это потому, что цели и сущность их деятельности во многом совпадают.

2. Предпринимательство и предприниматель

В законе Республики Узбекистан «О гарантиях свободы предпринимательской деятельности» (25 мая 2000 г.) дается

следующее определение: «Предпринимательская деятельность (предпринимательство) инициативная деятельность, осуществляемая субъектами предпринимательской деятельности в соответствии с законодательством, направленная на получение дохода (прибыли) на свой риск и под свою имущественную ответственность».

Субъектами предпринимательской деятельности (субъектами предпринимательства) являются юридические и физические лица, зарегистрированные в установленном порядке и осуществляющие предпринимательскую деятельность. В этих понятиях содержится главная сущность предпринимательства и предпринимателя, как процесса рыночной экономики и исполнителя этого процесса. Однако лаконичные формулировки не дают подробную характеристику предпринимательства и предпринимателя.

Что же такое предпринимательство, каковы его признаки, принципы осуществления, формы и мотивы развития? Прежде всего следует обратиться к словарям, которые проясняют поставленный вопрос. В толковом словаре живого русского языка Владимира Даля дается такое толкование: «Предпринимать - затевать, решаться исполнить какое-либо новое дело, приступать к совершению чего-либо значительного. Предприимчивый – склонный, способный к предприятиям, крупным оборотам, смелый, решительный, отважный на дела этого рода».

В словаре русского языка Сергея Ожегова дается следующая характеристика: «Предприимчивый – значит умеющий предпринять что-нибудь в нужный момент, находчивый, изобретательный, практичный».

Президент И.А.Каримов в выступлении 17 июля 2001г. приводил высказывания Амира Темура: «Один предприимчивый, мужественный, энергичный, решительный, деловой и бдительный человек лучше тысяч и тысяч безвольных, равнодушных людей».

Как видно, предпринимательство уже давно трактовалось как особый вид деятельности, определенный стиль и тип поведения, образ жизни, слагаемыми которого являются инициатива, поиск нестандартных решений, риск, деловая хватка.

Для более полной характеристики предпринимательства и предпринимателя следует обратиться к историческим корням экономической мысли, работам ученых занимавшихся исследованием этих проблем.

Термин «предприниматель» в экономическую теорию впервые ввел английский экономист Ричард Кантильон в начале XVIII в. Предпринимателем он считал человека с неопределенными, нефиксированными доходами, который покупает чужие товары по известной цене, а продавать, будет свои по цене, ему пока неизвестной. Отсюда риск как главная отличительная черта предпринимателя.

Французский экономист конца XVIII – начала XIX вв. Жан Батист Сей характеризовал предпринимателя как лицо, которое берется за свой счёт и риск и в свою пользу произвести какой-либо продукт. Он подчеркивал, что предприниматель занимается комбинированием факторов производства (капитал, труд, природные ресурсы). Сей довольно подробно описал специфические свойства предпринимателя и характер его доходов, часть которых является платой за его редкие предпринимательские способности.

Немецкий экономист Вернер Зомбарт (конец XIX- начало XX вв.) отмечал, что предприниматель – это завоеватель, обладающий готовностью к риску, духовной свободой, богатством идей, волей и настойчивостью, это организатор, умеющий соединять многих людей для совместной работы.

Важный вклад в разработку теории предпринимательства внес австрийский экономист Йозеф Шумпетер. В своем труде «Теория экономического развития» (1912 г.) он называет предпринимателем человека, берущегося за осуществление новых комбинаций факторов производства и тем самым, обеспечивающего экономическое развитие. Под осуществлением новых комбинаций он имел ввиду внедрение различных нововведений, производство нового, ранее неизвестного потребителям блага или создание нового качества, внедрение новой технологии, освоение новых рынков сбыта и источников сырья, проведение организационных изменений в хозяйственной деятельности. Если в этой сфере не осуществляется никаких новых комбинаций, то и говорить о предпринимательстве по его мнению, нет оснований.

По Шумпетеру, предпринимательство это явление не столько социально-экономическое, сколько психологического типа, хотя проявляет оно себя прежде всего в сфере экономики. Предпринимательское состояние человека в широком смысле слова – это инициативный, новаторский, заинтересованный, нетрадиционный подход к делу.

Шумпетер выделяет три основных мотива деятельности предпринимателя: 1) стремление к власти, господству, свободе; 2) желание борьбы и стремление к успеху ради успеха; 3) радость творчества, которая проявляется и в других случаях, но только здесь становится определяющим моментом поведения. При этом он не отрицал значение экономических мотивов, признавая, что частная собственность и прибыль стоят в ряду существенных стимулов предпринимательства.

Следует отметить суждения по этой проблеме и английского экономиста, лауреата Нобелевской премии (1974 г.) Фридриха Хайека, считавшего движущей силой процесса нового в хозяйственной деятельности предпринимателя стремление обнаружить возможности получения дохода, незамеченные другими. При этом предприниматель характеризуется не родом занятий, а своим поведением, социально-психологическими свойствами, наиболее активно проявляющимися в экономической сфере.

Исследователи определяют предпринимательство как процесс поиска новых возможностей, внедрения новых способов производства, открытость к новым перспективам, преодоления старых ограничений. Наряду с капиталом, трудом и землей, они причисляют предпринимательство к четвертому фактору производства.

Таким образом, можно сделать вывод, что теоретики дали исчерпывающую характеристику предпринимательству, как явлению социально-экономическому, содержащему и психологический аспект. Они особо подчеркивали значение этого процесса как важнейшего фактора динамичного развития экономики и социальной сферы.

Во всех определениях предпринимательства и предпринимателя речь идет о таких свойствах и поведении, которые включают в себя комплекс понятий как новизна, организаторский талант, творческое начало, готовность рисковать,

нетрадиционное мышление, инициативность, ответственность и др. Обобщая все высказывания, можно создать следующий «портрет предпринимателя» объединив его свойства и качества в шесть групп (схема 1):

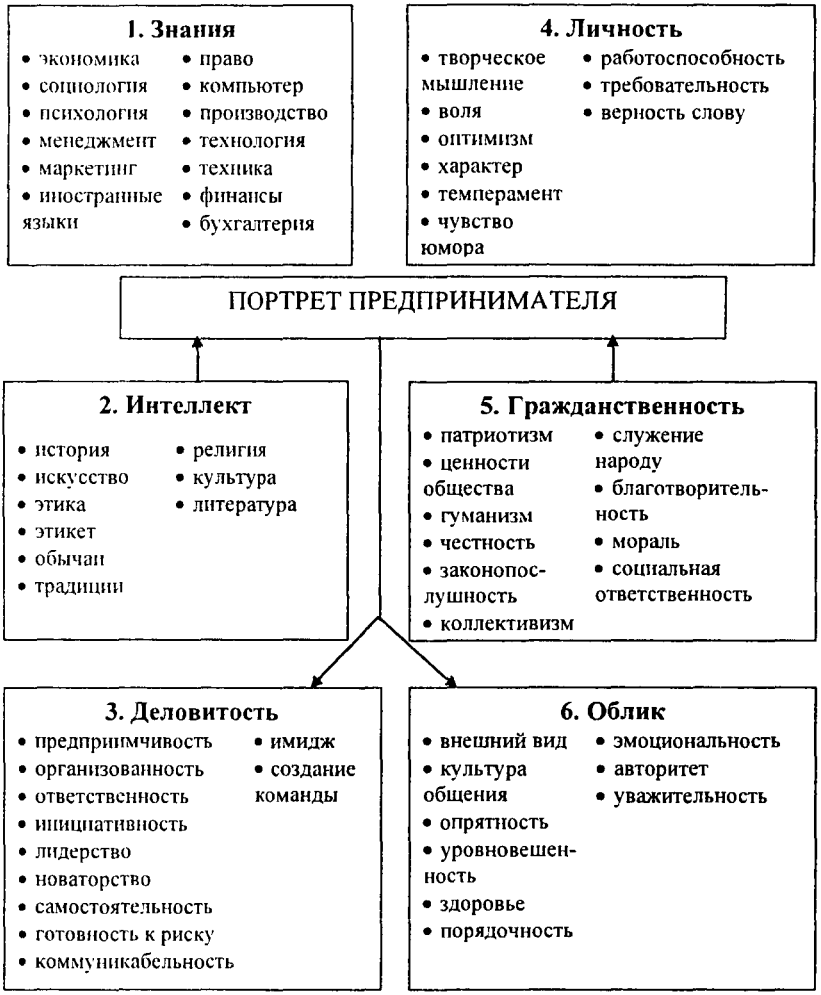


Схема 1. Качества и свойства предпринимателя

1. Специальные профессиональные знания.
2. Широта культуры и общего образования.
3. Деловые и организаторские свойства.

4. Личностные качества.
5. Моральные и гражданские качества.
6. Внешний вид и общение в обществе.

Здесь нарисован идеальный портрет предпринимателя. Естественно, обладание всеми этими достоинствами в полной мере недостижимо ни одному человеку. Но стремление приблизиться к этому идеалу должно быть присуще для каждого предпринимателя, желающего стать преуспевающим. Ведь каждое из перечисленных характеристик имеет определенный уровень (рейтинг): низкий, средний, высокий.

Поэтому для каждого существует свой рубеж их достижения, следует только постепенно и целенаправленно их приумножать. Однако бытует мнение, чтобы стать предпринимателем необходимо им родиться. Безусловно, для этого требуются врожденные свойства зависящие от характера, темперамента, возраста, здоровья и другие полученные от природы. Но таких одаренных людей совершенно недостаточно для формирования потребного для общества корпуса руководителей, предпринимателей и других кадров.

Поэтому нужны и приобретаемые качества: упорная учеба, самовоспитание, овладение профессий, приобретение опыта и др. Для этого существуют различные способы, методики, в том числе и различные школы бизнеса.

3. Три стороны предпринимательства

В теоретических исследованиях предлагается рассматривать предпринимательство в трех аспектах: как экономическую категорию, метод хозяйствования, тип экономического мышления.

1. Для характеристики **предпринимательства как экономической категории** центральной проблемой является установление его субъектов и объектов. Субъектами предпринимательства могут быть, как это определено законодательством, юридические и физические лица, индивидуальные предприниматели, микрофирмы, малые, средние и крупные предприятия, субъекты могут подразделяться на государственные, частные и коллективные предприятия. По формам организационно-хозяйственной деятельности они подразделяются на товарищества и общества, кооперативы, совместные пред-

приятия, фермерские и дехканские хозяйства. Субъектами предпринимательства выступают также государство, потребители, партнеры и наемные работники.

Объектом предпринимательства является осуществление эффективной комбинации факторов производства с целью максимизации дохода. Комбинация факторов производства означает рациональное сочетание и использование элементов основного и оборотного капитала, трудовых ресурсов, земли и природных ископаемых. А конкретно это означает также использование финансов, материалов, сырья, техники, рабочей силы, которое позволит повысить производительность труда, улучшить качество продукции, увеличить прибыль.

Значит, предпринимательство должно приносить экономическую выгоду за счет правильного выбора субъекта и умелого комбинирования факторами, которыми этот субъект располагает. Шумпетер утверждал, что всевозможные новые способы комбинации экономических ресурсов являются главным делом предпринимателя и отличают его от обычного хозяйственника (то есть бизнесмена). Он комбинирует ресурсы с целью изготовления нового товара, открывает новые технологии, осваивает новые источники сырья, реорганизует управление и т.д.

Из сказанного можно заключить, что предпринимательство это процесс, который состоит из целого комплекта действий, включающего: оценку и выбор идеи, создание предприятия, организацию выпуска товара (работы, услуги), рациональное использование ресурсов, удовлетворение потребностей общества, получение прибыли и ее распределение и т.д.

Процесс предпринимательства имеет широкое распространение. Можно выделить следующие его виды: **производственное предпринимательство** по выпуску конкретных товаров, осуществления работ и оказания услуг; **коммерческо-торговое предпринимательство** по осуществлению продвижения товаров на рынке и доведению его до потребителей с учетом спроса на него; **финансовое предпринимательство**, связанное с привлечением денежных средств и обеспечением ими других предпринимателей с помощью банковских и других операций; **страховое предпринимательство**, гарантирующее возмещение ущерба при возникновении различных случаев, связанных с потерей имущества, здоровья и т.д.; **пред-**

принимательская деятельность на рынке ценных бумаг, включающая дилерскую, брокерскую, клиринговую, депозитарную, торговую и другие процессы; **посредническое предпринимательство,** связанное с биржевой, снабженческо-сбытовой, коммерческой и другими видами деятельности на основе договорных отношений между производителями; **предпринимательство в области образования** по подготовке, переподготовке, повышению квалификации кадров, а также коммерческая деятельность образовательных учреждений.

Целью любого вида предпринимательской деятельности является производство и предложение рынку товара, работы, услуги, на которые имеется спрос и которые приносят предпринимательскую прибыль. Последняя отличается от обычной прибыли тем, что она принимает форму вознаграждения за особые новаторские усилия, проявляемые человеком.

2. Для **предпринимательства, как метода ведения хозяйства,** главными являются условия и действия самого предпринимателя. Для этого прежде всего нужны самостоятельность и независимость хозяйствующих субъектов, наличие у них определенной совокупности свобод и прав по выбору вида, форм и способов хозяйствования, форм собственности, источников финансирования, установления цен, распоряжения прибыли. У предпринимателя нет руководящего органа, который бы командовал им, определял бы его функции и способы действия. Но это не означает его полную свободу, он постоянно находится в зависимости от рыночной ситуации. Однако эту зависимость он может преодолеть, выбирая в определенных ситуациях те или иные методы хозяйствования, самостоятельно определяя тактику и стратегию поведения на рынке. Творческая свобода для предпринимателя дает ощутимые стимулы для достижения хозяйственных успехов.

Наряду с самостоятельностью, условием предпринимательства является ответственность за принимаемые решения, обязательства перед налоговыми, таможенными и другими государственными органами. Предприниматель ответствен за выполнение договорных обязательств перед поставщиками, покупателями и другими субъектами.

Деятельность предпринимателя связана с риском, то есть с неопределенностью, непредсказуемостью результатов при-

нятых решений. Если он принимает решения в условиях неполноты информации, без основательного продумывания своих действий, если решение является результатом некомпетентности, то все это может повлиять отрицательно на показатели его хозяйствования. И, наоборот, если предприниматель в крупных сделках осознанно и обоснованно идет на риск, то может получить значительный выигрыш.

3. **Предпринимательство, как особый тип экономического мышления**, характеризует совокупность оригинальных взглядов и подходов к хозяйственной деятельности. Предпринимательство – это не род занятий, а склад ума и свойство натуры. Быть предпринимателем – значит делать не то и не так, что и как делают другие. Есть такое образное выражение, раскрывающее его свойство – «предприниматель находит золото там, где сто человек пройдут и ничего не заметят».

Предприниматель обладает даром предвидения, особым воображением, постоянно противостоит давлению рутины. В его деятельности присутствуют движение воли к победе, желание, преодолеть трудности, стремление проявить свои способности. Ему присущи также положительное тщеславие, самоутверждение, желание добиться успехов и занять достойное место в обществе, сладкое чувство хозяина.

Однако каждый, начинающий свое дело, должен знать, что предпринимательство, наряду с положительными признаками, имеет и отрицательные свойства: постоянное занятие нелегким трудом, забота об охране своей собственности, участие в жесткой конкурентной борьбе, подверженность риску, необходимость улаживания отношений с персоналом, партнерами, поставщиками, таможенными, налоговыми и другими органами и т.д. Вступающим на путь предпринимательской деятельности следует тщательно взвесить все плюсы и минусы, принять меры по сокращению минусовых последствий или же выбрать сферы деятельности с меньшими отрицательными признаками.

4. Предпринимательство – основа формирования среднего класса собственников

Важное место, в осуществляемых в стране экономических и социальных преобразований, принадлежит формированию класса собственников. Этот класс можно разделить на три уров-

ня. На низшем уровне находятся **мелкие собственники,** владеющие имуществом, которое не приносит доход и используется для личных целей. Сюда относятся граждане, имеющие в собственности жилье, автомобиль, дачу и другое имущество, которые не сдаются в аренду и не применяются для извлечения доходов.

На втором уровне находится **средний класс** собственников, представители которого, кроме указанного выше имущества, владеют еще недвижимой собственностью (фирма, магазин, грузовой транспорт, туристическое бюро и т.п.), которая предназначена для получения предпринимательского дохода. Либо они владеют капиталом или пакетом акций, приносящих прибыль от вложенных средств.

Верхний уровень составляет **класс высших собственников**, имеющих в собственности крупные частные предприятия (фабрики, заводы, банки), получающих большие доходы от их использования в хозяйственной деятельности.

Современное общество с рыночной экономикой может сохранять стабильность и добиваться процветания лишь при наличии достаточно многочисленного и влиятельного слоя людей, кровно заинтересованных в своем благополучии, который принято называть средним классом собственников.

Роль среднего класса всесторонне охарактеризовал в докладе на Заседании Кабинета Министров Президент страны 10 февраля 2006 г.: «За счет приватизации, укрепления частной собственности, стимулирования создания малых предприятий, микрофирм, фермерских хозяйств и предпринимательства в стране реально формируется средний класс как основа демократического общества. В первую очередь это собственники-предприниматели, опирающиеся на собственные силы, имеющие собственное дело, которое кормит их самих, семью и поддерживает государство. Именно эти люди составляют опору нашего общества, его социальную базу, поскольку именно они наиболее заинтересованы в сохранении и углублении проводимых реформ, стабильном и устойчивом развитии страны».

Средний класс собственников — это адаптированная к рыночной экономике, мобильная и ориентированная на использование собственных ресурсов группа населения, уровень

доходов, социальный статус и другие характеристики которой позволяют ее представителям быть самостоятельными в решении важных задач развития общества. Следовательно, количественный состав такой группы должен быть преобладающим в общей численности населения. В России определили их долю в 9% от всего населения. В развитых странах средний класс составляет 70% всех жителей. Немецкие социологи считают, что в их стране вся нация принадлежит к этому сословию.

Кроме среднего класса есть и другие группы граждан. Каково же их соотношение в обществе? Всероссийский центр уровня жизни провел исследование и разделил все население по состоянию на начало 2005 г. на 7 групп.

1. Неимущие – доходы ниже прожиточного минимума, плохие жилищные условия. Они составляют 13,5% от всего населения.

2. Бедные – необеспеченные прожиточным минимумом, но имеют жилье превышающее социальные нормы – 7%.

3. Малоимеющие – доходы выше одного прожиточного минимума, с жильем плохо – 36%.

4. Нижний слой среднего класса – доходы выше двух прожиточных минимумов, но менее 12 тысяч рублей на человека, жилая площадь превышает нормы – 33%.

5. Средний класс – среднедушевые доходы 12-27 тысяч рублей, есть движимое и недвижимое имущество, существенные сбережения, комфортабельный отдых с лечением – 9%.

6. Высший слой среднего класса – состоятельные люди, доходы выше 27 тысяч рублей – 1,3%.

7. Богатые – собственники значительных бизнес-активов, есть недвижимость, в том числе за рубежом – 0,2%.

Как видно, средний класс собственников еще довольно малочислен и предстоит проделать огромную работу по сокращению бедности за счет увеличения доходов, обеспечения жильем и других социально-экономических мер поддержки со стороны государства.

В Узбекистане состав среднего класса собственников можно считать на том же примерно уровне и с теми же характеристиками, какие есть в Российской Федерации.

В рыночной экономике действует принцип – каждый человек, каждая семья строит свое благополучие самостоятель-

но. Государство предоставляет полную свободу каждому получать такой доход, который он заслуживает благодаря своим способностям. Оно должно помогать в приобщении к предпринимательской деятельности, а значит и увеличении доходов граждан, способствуя этим переходу низших слоев в состав среднего класса.

Основной костяк среднего класса составляют люди, занимающиеся предпринимательством в сфере хозяйственной деятельности. Но кроме них этот класс пополняют и другие группы населения, владеющие интеллектуальной собственностью: квалифицированные юристы, врачи, изобретатели, научно-педагогические работники занимающиеся частной практикой, а также другие специалисты, доход которых приближается к доходам средних собственников.

5. Виды предпринимательства

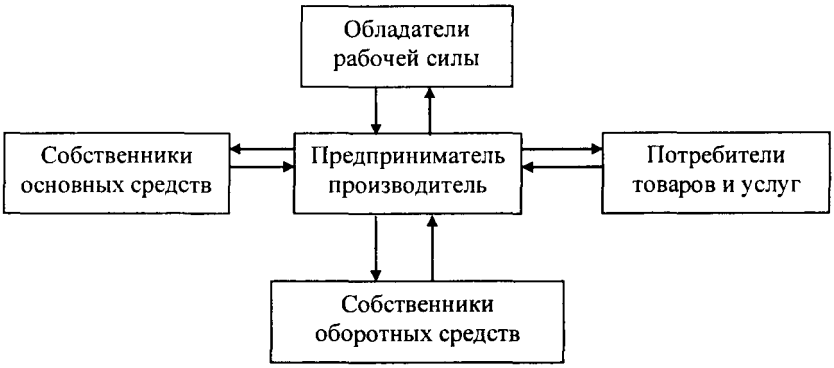
Помимо разделения предпринимательства по организационно – правовым формам деятельности, можно рассматривать его и по характеру деятельности и видам используемых факторов производства. По этому признаку можно выделить следующие виды предпринимательства:

1. Производственное предпринимательство. Основу его составляет производство материальных, интеллектуальных, духовных благ. Это самое важное для общества и в то же время самое сложное, материальное и трудоемкое предпринимательство. Оно является основой всех других видов предпринимательской деятельности: торгово-коммерческой, финансовой, посреднической и других. Производственное предпринимательство занимается изготовлением товаров, производственного и потребительского назначения, выполнением строительных, ремонтных и других работ, осуществлением транспортных, бытовых, информационных и других услуг.

Производство – процесс преобразования ресурсов в блага, прямо или косвенно служащих удовлетворению человеческих потребностей. Любое производство связано с использованием различных ресурсов, которые принимают форму факторов производства, состоящих из четырех групп: 1) труд как совокупность привлекаемой рабочей силы; 2) капитал,

представляющий форму основных и оборотных средств производства; 3) земля как комплекс природных условий (залежи ископаемых ресурсов, земельные угодия, вода, воздух); 4) предпринимательская способность, понимаемая как деятельность по организации производства.

В процессе производственно–предпринимательской деятельности бизнесмен осуществляет целый комплекс функций по организации, регулированию, контролю, осуществлению процесса производства товаров и услуг. Производственное предпринимательство заключается во взаимосвязанных действиях между субъектами: предприниматель приобретает у других собственников факторы производства, затрачивая на это денежные средства и реализует произведенные товары и услуги потребителям, возвращая этим самым затраченные денежные средства, а также прибыль за свою предпринимательскую деятельность, что отражается нижеследующей схемой.

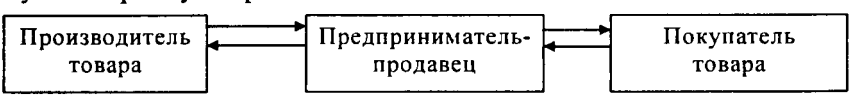


К этой схеме необходимо добавить, что предприниматель делает и другие расходы: на использование транспорта, приобретение информации, хранение сырья и готовой продукции, ремонт оборудования и зданий, коммунальные услуги, юридические консультации, аудиторские проверки и т.д.

Производственное предпринимательство осуществляется целым комплексом отраслей: промышленность, сельское хозяйство, строительство, связь, транспорт, коммунальные и бытовые услуги, производство информации, выпуск книг журнально – газетной продукции, радиовещание, телевидение и т.д. Обобщенно говоря, производственное предприни-

мательство – это создание любого полезного продукта, необходимого потребителям.

2. Торговое предпринимательство. После производственного процесса следует сфера обращения, где произведенные товары реализуются за деньги, либо обмениваются на другие товары. Торговое или коммерческое предпринимательство представляет собой куплю – продажу товаров, характеризующуюся товарообменными, товарно-денежными операциями. Принципиально схема торгового предпринимательства по сравнению с производственным предпринимательством более простая и сводится к тому, что предприниматель покупает товар у производителя за деньги и продает его потребителям за более высокую цену, возмещая затраты на покупку товара, транспортные, складские, таможенные и другие расходы, содержание помещения, оплату труда продавцов, получая торговую прибыль.

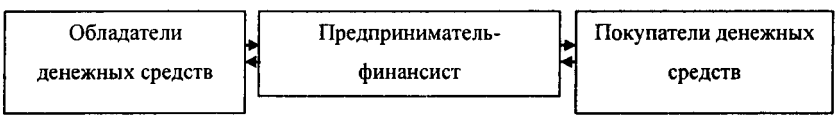


Однако за простотой этой схемы скрываются сложные действия торгового предпринимателя, манипулирования со всеми четырьмя факторами производства, большой риск, связанный с возможностью возврата затрат на торговые операции, а также конкуренцией с множеством других торговых предпринимателей.

Бизнес-коммерция многим людям представляется как легкая работа, приносящая больше деньги. Но почему же не все становятся бизнесменами? Конечно, бизнесмен может получить за определенный период немалые доходы, которые не доступны многим другим профессиям. Но эти доходы достигаются в основном путем упорного труда, больших затрат и особых качеств личности.

Бизнесмен должен уметь определить месторождение товара, объем его предложения на рынке, его качество и возможность сбыта потребителям, суметь купить его по сходной цене, транспортировать и обеспечить его сохранность. Затратить на все эти операции немалые средства, уплатить таможенные и другие сборы, а после продажи товара уплатить налоги и благополучно сдать отчет и т.д.

3. Финансовое предпринимательство. В этом виде предпринимательства бывают задействованы: деньги, иностранная валюта, ценные бумаги, которые подвергаются финансовым, кредитным, долговым и другим операциям. В этих операциях участвуют: банки, различные фонды, фондовые биржи, депозитарии, обменные пункты, акционерные компании, которые участвуют в так называемом финансово-кредитном рынке. Принципиальная схема финансового предпринимательства выглядит следующим образом:



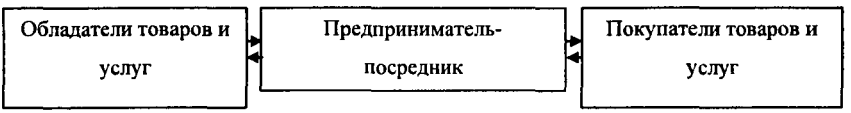
Суть финансового предпринимательства заключается в том, что предприниматели в лице банков и других финансовых учреждений приобретают различные денежные средства у держателей этих средств, и затем продают их покупателям за определенную плату с начислением предпринимательской прибыли.

Финансово-кредитное предпринимательство характеризуется весьма тонкими и сложными процессами. Предприниматель может иметь и собственные средства в виде предыдущих накоплений и привлекать чужие деньги, уплачивая за это депозитный процент. Покупатель денежных средств в ряде случаев становится не только затратчиком, но и получателем доходов, например, при покупке акций или облигаций, которые могут приносить дивиденды.

4. Посредническое предпринимательство. Производственный, торговый и финансовый предприниматели зачастую не в состоянии напрямую решать свои операции в рыночных условиях, так как не обладают необходимыми средствами, информацией, компетентностью и квалифицированными сотрудниками. В этом случае им помогают посредники.

Посредничество как вид предпринимательства характеризуется тем, что посредник не выполняет производственных, торговых и финансовых операций как таковых, не производит продукцию, не торгует товарами, не предоставляет деньги в кредит. Но он способствует осуществлению всех этих операций путем заключения соответствующих сделок. Посредник

находится между производителем и торговцем или между торговцем и покупателем или между банкиром и его клиентом, объединяя их в единый предпринимательский цикл. Схема такого предпринимательства такова:

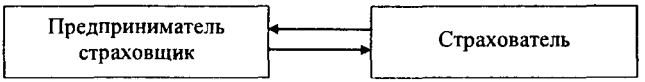


Суть такого предпринимательства заключается в том, что посредник получает от производителя товаров и услуг необходимую птеля информацию о наличии товаров и условий его продажи и доводит ее до потребителя. За получение информации он уплачивает производителю деньги. Посредник получает информацию от покупателя о намерении покупки товара, за что посредник также уплачивает деньги. Если сделка состоялась, то посредник получает денежное вознаграждение как от продавца, так и от покупателя, которое будет значительно больше тех денег, которые он потратил за информацию. Это и будет прибыль предпринимателя-посредника.

В качестве посредников выступают такие специалисты как маклеры, брокеры, дилеры, торговые агенты и другие, способствующие увязке отдельных звеньев в предпринимательской сделке. Они помогают ускорить, улучшить качество, увеличить и облегчить процессы купли-продажи, обращения товаров, услуг и денег.

Посредничество как вид деятельности в рыночной экономике привлекательно тем, что не надо иметь дело с товарами, услугой, деньгами, а только с людьми, которые ими обладают. Задача посредника состоит в том, чтобы отыскать нужных людей, свести их между собой и организовать заключение сделок.

5. Страховое предпринимательство. С переходом к рыночным отношениям зарождается и страховой рынок, на котором происходит продажа особых услуг в виде страховой защиты. На таком рынке начинает развиваться страховое предпринимательство в различных формах: имущественное страхование, личное страхование жизни и здоровья, страхование риска и ответственности. Все эти формы страхования имеют добровольный характер. Принципиальная схема страхового предпринимательства имеет простейшую форму.



Страховой предприниматель (страховщик) выступает в качестве продавца страховых услуг, предлагая через страховых агентов, покупателю (страхователю) страховые услуги, которые принимают форму предпринимательского товара. За эти услуги страховщик уплачивает определенную денежную сумму. В обмен на деньги страховщик выдает страхователю документ, страховое свидетельство, в котором отражаются договорные условия. Документ, называемый страховым полисом, удостоверяет право покупателя страховой услуги в случае потерь (здоровья, имущества, невозврата кредита и т.д.) получить от страховщика денежную компенсацию согласно договору страхования. Это и есть один из процессов предпринимательской деятельности в рыночной экономике, когда один из агентов покупает, а другой агент продает услугу. Каждый из них имеет свою выгоду: страховщик получает прибыль, а страхователь получает гарантию возмещения непредвиденных потерь.

Наиболее известны три вида страхования: жизни и здоровья имущества, ответственности. При страховании жизни и здоровья страховщик обязуется выдать страхователю определенную сумму в зависимости от степени потери здоровья при несчастном случае. При потере жизни сумму, установленную договором получают наследники страхователя.

При страховании имущества проводится его оценка и устанавливается доля компенсации стоимости потерянного имущества от пожара, наводнения, землетрясения, аварии и других случаев в зависимости от нанесенного ущерба.

При страховании ответственности должника устанавливаются условия возмещения потерь. Например, банк заключает со страховой компанией договор на случай непогашения суммы кредита и процентов за него.

Во всех этих случаях страховые взносы, вносимые страхователями должны быть больше тех сумм, которые страховщики затрачивают на возмещение ущерба. Только в этом случае будет иметь место данный бизнес и будет получена предпринимательская прибыль. Страховые компании не могут вли-

ять на уменьшение несчастных случаев и имущественных потерь, но для получения прибыли стараются минимизировать выделяемые суммы для компенсации ущерба.

Основные понятия и термины

Предпринимательство и предприниматель, бизнес и бизнесмен, менеджмент и менеджер, субъект предпринимательской деятельности, объект предпринимательства, методы хозяйствования предпринимателя, особый тип экономического мышления предпринимателя, средний класс собственников.

Вопросы для самопроверки

1. Назовите характерные признаки предпринимательства.
2. Что такое бизнес и цели бизнесмена?
3. Какова роль менеджмента в области бизнеса?
4. Какая разница и общие признаки предпринимательства и бизнеса?
5. Какими качествами должен обладать предприниматель?
6. Как характеризовали предпринимательство ученые, занимавшиеся исследованием этой проблемы?
7. Что означает предпринимательство как экономическая категория?
8. Назовите методы хозяйствования, применяемые предпринимателями.
9. Как вы оцениваете предпринимательство как особый тип экономического мышления?
10. Есть ли у предпринимательства трудности и отрицательные моменты?
11. Для чего необходимо формирование среднего класса собственников?

Глава 3. РАЗВИТИЕ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УЗБЕКИСТАНЕ

1. Дореформенный период малого предпринимательства.
2. Развитие малого и частного бизнеса за годы независимости.
3. Перспективные направления развития предпринимательской деятельности.

1. Дореформенный период малого предпринимательства

Создание предприятий промышленного характера и развитие частного предпринимательства в Узбекистане уходит в далекое историческое прошлое. Конечно в тот период не могло быть и речи об индустриальном развитии ввиду слабости состояния производительных сил. Но накопленный опыт и сохранившиеся традиции остаются до сих пор и используются в производстве ряда товаров и услуг.

Потребность населения в товарах домашнего обихода, сельскохозяйственном инвентаре, художественных изделиях, одежде и обуви, а также в различных услугах явилась условием возникновения различного рода кустарных мелких мастерских. Своеобразный, особый быт населения на протяжении столетий явился фактором широкого развития многих ремесел и появления искусных мастеров в сфере производства гончарных, кожевенных, ювелирных, художественных изделий, оружия и боевых доспехов, орудий труда и других видов необходимых населению товаров.

В городах возникают компактные поселения (кварталы) гончаров, оружейников, ювелиров, чеканщиков, кондитеров и других профессий. Большинство из них работало у себя дома и тут же торговало своими изделиями. Мастера одной профессии объединялись в «цеха», во главе которых стояли избираемые старшины. Они определяли общие условия производства и реализации продукции, правильность установле-

ния цен, разбирали возникающие споры и социально-бытовые вопросы членов своего объединения.

Довольно значительный слой мастеров – умельцев вполне удовлетворял неприхотливые потребности населения в простой мебели, домашней утвари, инструментах, украшениях строительных материалах, игрушках и других изделиях.

С приходом европейской цивилизации и капиталистических форм хозяйствования в конце XIX в. начал меняться традиционный порядок во многих сферах жизни, в том числе и в области ремесленного производства. Появление дешевых фабричных изделий, завозимых из других стран, стало фактором конкуренции с местным ремесленным производством. Это внесло изменения в способы и методы организации производства, а также в организационные отношения ремесленников.

В этот период начинают налаживаться контакты с зарубежными производителями, как принято теперь называть внешнеэкономические связи. Так с помощью российского купечества изделия местных мастеров стали выходить на зарубежный рынок. В 1867 г. изделия туркестанских кустарей были представлены на Всемирной Парижской выставке. В 1870 г. Российская императрица заказывает крупную партию изделий из золота и керамики для украшения Зимнего Дворца в Петербурге. Это дало толчок тому, что затем изделия восточных мастеров были отмечены наградами и дипломами на проходивших московских политехнических выставках. А с 1880 г. кустарно-промышленные выставки начали устраиваться и в Туркестане.

В целях регулирования деятельности кустарных предприятий начинает создаваться нормативно-правовая база. В 1889 г. в г.Ташкенте была учреждена ремесленная управа. В 1902 г. вышло постановление канцелярии Туркестанского губернатора «Об упразднении ремесленных обществ». Но капиталистические отношения властно вторгались в рыночную стихию, начали создаваться трудовые артели кустарных промыслов и в 1909 г. был утвержден «Устав артели мастеровых и рабочих».

Однако развитие крупного промышленного производства в России стало вытеснять с рынка малое и среднее предпринимательство, число предприятий которого сократилось на

одну треть. Революционные события 1917 г. и введение политики военного коммунизма практически ликвидировали частное предпринимательство. Только в период осуществления новой экономической политики (НЭПа) с 1921 г. оно вновь получило активное развитие. В августе этого года ЦИК Советов Туркестанской Республики принял постановление «О кустарной и мелкой промышленности», в котором были определены регламент и статус этих производств, их права и взаимоотношения с государственными органами. Во всех регионах стали создаваться небольшие предприятия по выпуску изделий из металла и дерева, гончарного производства, пошиву одежды и обуви, переработки сельхозпродуктов, бытового обслуживания населения и др.

Бурное развитие малых предприятий вызвало необходимость создания органов их управления и в 1923 г. принимается постановление, по которому были определены функции общего регулирования промышленности на территории Туркестана и созданы областные отделы местной промышленности, действующие на правах отделов облисполкомов.

Для осуществления задач государственного надзора и регулирования промышленности на местах при областных экономических советах были учреждены должности областных промышленных инспекторов. В ведение этих инспекторов входили все предприятия фабрично-заводского или вообще промышленного характера как государственные, так и муниципальные, кооперативные и частные. При этом предприятиями считались те, на которых имеются силовые установки или работают свыше 5 человек, а также если работа осуществляется не наемными рабочими, а членами семейства или артели и в ней занято в одном дворовом месте свыше 10 человек. Значит, еще в начале 30-х годов определялись критерии, устанавливающие размеры малых предприятий.

Промышленные инспекции осуществляли регистрацию фабрично-заводских предприятий, собирали и систематизировали сведения об их оборудовании и его техническом состоянии, проводили анализ их хозяйственной деятельности. В их компетенцию входило рассмотрение вопросов технического перевооружения предприятий, их переустройство, строительство новых предприятий, экономного использования

сырья, материалов и топлива, подготовки кадров, оказания содействия изобретателям и рационализаторам.

Все эти и другие меры дали импульс для развития малого производства в ряде отраслей, которыми всегда славился Узбекистан. Так в гончарном производстве в 1925 г. насчитывалось 420 хозяйств, которые изготовляли разнообразную посуду, игрушки, сувениры, тандыры. В военный период количество таких артелей значительно увеличилось, так как возросла потребность в керамической посуде. В настоящее время гончарное дело продолжает свое развитие, изделия которого пользуются спросом как внутри, так и за пределами страны, значительно улучшилось их художественное оформление и появились новые направления творчества мастеров.

Другой пример касается золотошвейного производства, изделия которого раньше предназначались только знатным персонам для отделки головных уборов, для убранства парадных торжеств. Ввиду высокой трудоемкости этих работ, золотошвейники всегда объединялись в коллективы, создавая небольшие предприятия. В 1960 г. на их базе была создана Бухарская золотошвейная фабрика, славящаяся далеко за пределами республики.

Нэповское движение в экономике было свёрнуто в конце 20-х годов прошлого столетия и частное предпринимательство было полностью ликвидировано, а крупные предприятия вытеснили малое и среднее производство на многие последующие годы. Даже само слово «предпринимательство» ушло из лексикона, вместо него появился термин «социалистические методы хозяйствования». Командно-централизованная система управления не поощряла деловитость, инициативу и предприимчивость в полном понимании этих процессов. Только в середине 70-х годов начались робкие дискуссии о необходимости предпринимательства в экономической сфере, но и то речь шла в основном о социалистическом предпринимательстве.

Возрождение малого и частного предпринимательства началось лишь в конце 80-х годов, когда появился ряд постановлений и законов: «О создании кооперативов по заготовке и переработке вторичных ресурсов и отходов» (Постановление 1986 г.), «Об индивидуальной трудовой деятельности» (Закон 1987 г.), «О предпринимательской деятельности» (За-

кон 1990 г.), «О мерах по созданию и развитию малых предприятий» (Постановление 1990 г.).

Эти решения открыли возможность для развития малого бизнеса, в том числе и в частной форме. В эти годы в Узбекистане было создано большое количество производственных кооперативов и арендных предприятий. Однако государственная форма собственности оставалась преобладающей. В государственном секторе было занято 80% численности работающих, в кооперативном – 15% (из них более половины в колхозах) и лишь 3% насчитывалось в индивидуальном секторе.

Кооперативное движение и арендные формы хозяйствования развивались недолго и затем они пошли на убыль. Это результат того, что господство государственной собственности подавляло эти формы организации предпринимательской деятельности. Кроме того не была еще создана надежная рыночная инфраструктура и законодательная база, а также появились другие формы предпринимательства, более приспособленные к развивающимся рыночным системам. Таким образом, в этот период были сделаны первые попытки преодоления диктата государства в экономике, созданы механизмы для последующих этапов в реформировании командной плановой системы и перехода к рыночным отношениям.

2. Развитие малого и частного бизнеса за годы независимости

Из вышеизложенного следует, что в становлении малого и частного предпринимательства были разные периоды роста и падения. Только с приобретением независимости республики началось устойчивое наращивание процесса предпринимательства. Этому способствовали следующие обстоятельства:

* осуществление намеченных целей и задач по широкому реформированию экономики и создание эффективных рыночных отношений;

* поэтапное проведение разгосударствления и приватизации государственных предприятий;

* создание адекватной рыночной экономике законодательной базы по стимулированию малого бизнеса и развитию частного предпринимательства;

* либерализация в экономической сфере и постепенное сокращение вмешательства государства в регулирование деятельности хозяйствующих субъектов;

* широкое использование практического опыта развитых стран в создании цивилизованных рыночных отношений;

* проведение политики активного стимулирования и государственной поддержки малого бизнеса.

Эти факторы были необходимы не только в начальный период развития предпринимательской деятельности, но они активно проявляются и в настоящее время, и должны действовать в перспективе и способствовать возрастанию доли малых предприятий в общем объеме валового внутреннего продукта.

В развитии малого бизнеса можно выделить три этапа, в течение которых происходили кардинальные изменения в количественном их составе, в создании новых форм хозяйствования, в их доле в общем объеме производства, в соотношении государственного и негосударственного сектора и т.п.

Первый этап (1991-1995 гг.) характеризуется созданием законодательной и нормативно-правовой базы, началом формирования рыночной инфраструктуры, постепенным воспитанием в обществе позитивного, лояльного отношения к собственникам – бизнесменам, быстрым увеличением числа малых и средних предприятий, индивидуальных и семейных хозяйств, обществ с ограниченной ответственностью и кооперативов. Этому способствовали реализация программы малой приватизации, привлечение иностранных инвестиций и внутренних источников.

Первым шагом в развитии предпринимательства было решение о создании первых частных предприятий – районных и городских промкомбинатов. За короткий срок было образовано более двухсот таких производств, которым был придан статус государственно-кооперативных на основе государственной и частной собственности. Им были предоставлены льготы по налогообложению и бюджетным выплатам, безвозмездно переданы здания и сооружения, что позволило им создать материально-техническую базу и укрепить хозяйственное положение.

С самого начала проведения экономических реформ большое распространение получает индивидуальное предпринима-

тельство. За годы первого этапа выкупили патент и зарегистрировались в налоговых органах более 220 тысяч человек в качестве индивидуалов без образования юридического лица. Кроме того 35 тысяч человек стали заниматься надомным трудом. Это означало выход определенной доли мелкого частного бизнеса из нелегального положения, в котором он пребывал ранее.

Необходимо отметить и тот факт, что в первые годы реформирования государственные органы еще не наладили рычаги для регулирования предпринимательства и свободная экономическая среда способствовала возрождению традиций народа к сфере предприимчивости и творчества, созданию небольших семейных хозяйств.

На начальном этапе развития малого бизнеса имелись определенные стимулы для его участников: высокие прибыли из-за недостаточного товарного рынка и большого спроса на продукцию и услуги. Это обстоятельство повлияло и на увеличение импорта, для занятия которым создавался целый слой мелких предпринимателей.

За этот период количество малых и средних предприятий возросло в 4,5 раза и достигло к началу 1996 г. 100 тысяч, что явилось важнейшей предпосылкой формирования в обществе первой прослойки собственников.

Второй этап (1996-1999 гг.) был не совсем благополучным для предпринимательства, его развитие по многим показателям снизилось: медленно возрастало их количество, уменьшились доходы бизнесменов, меньше привлекалось в эту сферу незанятого населения, многие предприятия после регистрации не смогли успешно работать, а часть из них простаивала или прекращала существование. Так, если в 1995 г. количество МСП в процентах к предыдущему году составляло 144,1%, то в 1997 г. – 85,8%, а в 1999 г. – 96,4%, соответственно, численность занятых составила в эти же годы 120,4%, 55,3%, 91,6%.

Но несмотря на это, общее количество МСП, хотя и медленно возрастало: если в 1995 г. малых предприятий и микрофирм было около 44 тысяч, в 1998 г. их стало 52 тысячи, в 1999 г. 64 тысячи. В течении этого этапа не прекращалось создание новых и совершенствование уже существующих правовых положений, шло формирование новых инфраструктур-

ных органов, осуществлялось активное заимствование опыта стран, создавших у себя развернутую систему предпринимательских структур.

Третий этап начался с 2000 г., когда был принят комплекс экономических, организационных, правовых и других мер. Для дальнейшего углубления процесса реформ, в том числе создания условий для развития предпринимательства, важное значение имело принятие решения о либерализации в экономической сфере. Одним из приоритетных направлений либерализации явилось всемерное расширение частной собственности во всех сферах экономики, активная поддержка малого и среднего бизнеса, повышение его роли в производстве ВВП, развитие рыночной инфраструктуры для обслуживания бизнеса, создание в обществе благоприятного настроя по отношению к предпринимателям.

В решении этих проблем важное значение имело выступление И.А.Каримова на заседании Кабинета Министров «Утверждение духа предпринимательства в обществе – залог прогресса» (17 июля 2001г.), в котором был дан глубокий анализ положения дел и намечены проблемы развития малого и среднего бизнеса, частного предпринимательства. В этом, можно сказать, глобальном выступлении Президент глубоко и основательно дал исчерпывающую характеристику основным аспектам малого предпринимательства:

1. Обобщил опыт наиболее развитых стран, в которых устойчивый уровень жизни населения обеспечивается благодаря реализации государственной политики ускоренного развития малого и среднего частного предпринимательства.

2. Определил специфические условия Узбекистана, применительно к которым приобретают особо важное значение особенности и преимущества частного предпринимательства, развитие малых и средних предприятий.

3. Отметил исключительную важность развития предпринимательства в формировании среднего класса собственников, что способствует изменению образа мышления, менталитета нашего населения, его мировоззрения.

4. Дал оценку некоторым проблемам развития предпринимательства в республике, отметил имеющиеся недостатки, а также наметил пути их устранения, главные из которых следующие:

* совершенствование нормативно-правовой базы с учетом интересов субъектов предпринимательства;

* упрощение процедуры регистрации субъектов малого и среднего бизнеса, ликвидация бюрократических барьеров, сокращение сроков, создание специальных органов по регистрации;

* усиление правовой защиты предпринимателей, повышение роли местных органов власти, судов, сокращение проверок и контроля деятельности предприятий;

* расширение доступа малых и средних предприятий к материально-сырьевым ресурсам и обеспечение их технологическим оборудованием;

* совершенствование системы кредитования субъектов малого предпринимательства, улучшение деятельности различных фондов;

* повышение экономической и правовой грамотности предпринимателей, улучшение системы обучения их менеджменту и другим проблемам хозяйствования, создание для этого специализированных учебных заведений;

* изменение отношения в обществе к предпринимателям, устранение недоверия и неприятия к ним, побуждение людей, прежде всего молодежи, заниматься предпринимательской деятельностью, укрепление духа и культа предпринимательства в обществе.

В результате реализации мер по созданию благоприятной среды для предпринимательства произошли значительные позитивные сдвиги в деловой сфере. Особенно поворотным стал 2005 г., когда были приняты кардинальные меры в сторону расширения частного сектора, ускоренного развития малого бизнеса, фермерских хозяйств и предпринимательства в целом. Значительное сокрушение вмешательства государственных и контролирующих структур в финансово-хозяйственную деятельность предприятий и существенное расширение экономических свобод и прав хозяйствующих субъектов позволили значительно увеличить численность зарегистрированных предприятий малого бизнеса и его долю в общем объеме производства, о чем свидетельствуют основные показатели, приведенные в табл. 4.

Таблица 4

Основные показатели уровня развития малого предпринимательства

№	Показатели	Един. Измер.	2000	2001	2002	2003	2004	2005
1	Удельный вес малого бизнеса в ВВП	%	31,0	33,8	34,6	35,5	35,6	38,2
2	В том числе малые предприятия и микрофирмы	%	13,1	14,8	15,7	16,4	16,6	17,8
3	Количество действующих юридических лиц	тыс	149,3	177,7	236,7	229,6	239,1	310,0
4.	Численность занятых в малом бизнесе	тыс. чел.	745,3	801,8	900,3	1045,1	1236,2	1430,1

Как видно из таблицы, наибольший рост произошел за 4 года в количестве юридических лиц и численности занятых, в то время как доля малого бизнеса увеличилась не так весомо. Поэтому для достижения поставленной задачи – доведение доли малого бизнеса в 2008 г. до 45% - придется очень упорно потрудиться. Есть надежда, что комплекс мер по стимулированию деятельности малого бизнеса сыграет в этом положительную роль.

Доля малого предпринимательства в общей численности занятых в экономике достигла 61,5%, в том числе удельный вес малых предприятий и микрофирм составляет 12,4%, а индивидуальных предпринимателей – 49,1%. Примечательно, что по этому показателю Узбекистан значительно приблизился к некоторым развитым странам.

Благодаря принятым мерам по развитию частного предпринимательства значительные изменения произошли в соотношении государственного и негосударственного секторов во всех отраслях экономики, что можно наблюдать по данным табл. 5.

Таблица 5

Динамика развития негосударственного сектора в экономике (%)

№	Показатели	1999	1995	2000	2004	2005
1.	Производство промышленной продукции	10,0	51,0	65,4	67,1	79,0
2.	Валовая продукция сельского хозяйства	66,0	97,6	99,0	99,1	99,5
3.	Инвестиции в основной капитал	24,4	44,9	34,6	38,2	40,3
4.	Строительство – подрядные работы	7,6	62,1	81,2	85,3	88,2
5.	Розничный товарооборот	52,5	91,7	96,8	98,1	99,0
6.	Платные услуги	14,0	30,4	57,1	63,4	71,4

Таким образом, во всех отраслях экономики произошло резкое увеличение негосударственного, а значит частного сектора, особенно в сельском хозяйстве и розничном товарообороте, где уже государственный сектор почти отсутствует.

Для экономики в целом важное значение имеет внешнеэкономическая деятельность хозяйствующих субъектов, в чем пока малый бизнес имеет весьма скромные позиции (табл. 6).

Таблица 6

Удельный вес субъектов малого предпринимательства во внешнеэкономических операциях

№	Показатели	2000	2001	2002	2003	2004	2005
1.	Экспорт, %	10,2	9,0	7,5	7,3	7,1	7,4
2.	Импорт, %	27,4	26,9	24,9	33,7	31,6	33,4
3.	Количество субъектов участвующих во внешнеэкономической деятельности, тыс. ед.	2,8	2,5	2,7	3,3	3,2	3,3

Как видно количество и доля субъектов малого предпринимательства, являющихся юридическими лицами, во внешнеэкономической деятельности остается на невысоком уровне и растет медленно. Превышение импорта над экспортом свидетельствует о недостаточном объеме производства собственной продукции и невысоком их качестве. Но здесь есть и отрадный факт. За последние годы в товарной структуре экспорта возросла доля машин и оборудования, черных и цветных металлов, химической продукции, в то же время резко снизился импорт продовольствия в результате активизации малых предприятий в сфере производства потребительских товаров.

Таким образом, можно констатировать, что позитивными процессами в развитии малого бизнеса стали: повышение уровня развития малых предприятий и микрофирм и увеличение доли их в ВВП. А 2005 г. стал для отечественного производства важной вехой, когда правительство дало мощный импульс развитию деловой среды через ряд указов и постановлений, затрагивающих ее наиболее слабые звенья.

3. Перспективные направления развития предпринимательской деятельности

Программой развития экономики на ближайшие годы поставлена задача довести долю малого бизнеса в ВВП к 2008 г.

до 45% вместо 35,6% в 2004 г. Для ее выполнения предстоит осуществить ряд крупных мероприятий, устранить множество препятствий в предпринимательской сфере, а также решить комплекс проблем в рыночной экономике.

Среди общих задач в сфере предпринимательства на первый план выдвигается обеспечение **опережающего развития частного сектора**, увеличение его доли в экономике страны, в том числе, посредством совершенствования системы защиты законных прав предпринимателей и ограничения вмешательства государственных структур в их деятельность, расширение доступа частных предпринимателей к рынкам ресурсов и сбыта.

Углубление и расширение масштабов работ по развитию частного предпринимательства возможно также за счет предоставления дополнительных льгот и преференций в системе налогообложения для предпринимателей, сокращения и упрощения числа разрешительных процедур для занятия отдельными видами деятельности, стимулирования создания новых малых предприятий, работающих по заказам крупных предприятий.

В указе Президента Республики Узбекистан от 24 января 2003 г. констатировалось, что повышение доли частного сектора в структуре экономики считать важнейшим приоритетом проводимых в стране экономических реформ и рыночных преобразований.

Крупнейшим фактором формирования предпринимательской среды является дальнейшее увеличение субъектов малого бизнеса **в сельской местности**, обеспечивающий вовлечение незанятого населения в экономическую деятельность, ускоренное развитие сферы услуг, переход к интенсивному земледелию, преобразование социальной и производственной инфраструктуры села, решение экологических проблем.

Одним из направлений успешного развития предпринимательства и повышения его престижа является широкое **представительство отечественного бизнеса на внешних рынках, увеличение его экспортного потенциала**. Это возможно только при условии эффективной поддержки и осуществления мер по продвижению продукции малых производителей на зарубежные рынки. Во многом решение данной проблемы зависит и от самих предпринимателей, готовых налаживать

выпуск качественной продукции с наименьшими затратами и пользующейся спросом у зарубежных потребителей.

Однако задача эта весьма сложная и собственными силами способны ее решить немногие предприниматели. Чтобы придать экспорту продукции широкий размах надо задействовать интересы производителей и государства и активно продолжить осуществление ранее намеченных мероприятий: повышение размера льгот предприятиям экспортирующим продукцию, особенно субъектам малого бизнеса; упрощение порядка экспортных операций, а также процессов приобретения материально-технических средств по импорту, предназначенных для изготовления экспортной продукции; выполнение маркетинговых, рекламных, информационных исследований со стороны инфраструктурных организаций; проведение выставок-ярмарок; оказание действенной помощи в реализации продукции через специализированные внешнеторговые компании и др.

Дальнейшему ускоренному развитию малого бизнеса должно способствовать **углубление реформ в банковской и финансовой системах**, направленных на рост капитализации банков, повышения доверия хозяйствующих субъектов и населения к банкам, сокращение внебанковского оборота, инвестирование средств банков в реальную экономику.

Важнейшей сферой ускоренного развития малого предпринимательства является **обслуживание и сервис.** Доля услуг в структуре ВВП составляет в США – 80%, Англии, Канаде, Германии – 70%, в Узбекистане – 40%. Доля занятых в этой сфере в развитых странах доходит до 70%, а в Узбекистане – 35%. Таким образом, эти показатели в Узбекистане в два раза ниже. Еще большее отставание имеет место в расходах бюджета семьи на оплату услуг, которые в ряде стран доходят до 50%, а в Узбекистане всего 12%. Очень важно, что в сфере услуг может широко применяться труд женщин, инвалидов, пенсионеров, то есть социально уязвимых групп населения, которые могли бы работать неполный рабочий день, сезонно, по гибкому графику или в домашних условиях.

В апреле 2006 г. принято постановление Президента Республики Узбекистан «О мерах по ускорению развития сферы услуг и сервиса в 2006-2010 годах, в котором предусмотрены

меры по ускорению предпринимательской активности в сфере услуг и бытового сервиса. Утвержден перечень услуг, относящихся к категории приоритетных: аудиторские, страховые, лизинговые, бытовые по ремонту и техническому обслуживанию компьютерной и другой техники. Хозяйствующие субъекты, занятые в этих сферах освобождаются от уплаты налога на доходы (прибыль) и единого налогового платежа, намечено выделение им льготных кредитов.

В числе перспективных путей ускоренного развития предпринимательской деятельности необходимо отметить также следующее: стимулирование процессов лизинга и франчайзинга, организация тесного сотрудничества крупных и мелких производств, дальнейшая либерализация в сфере экономики и расширение конкурентной среды, развернутая система воспитания всех участников рыночной экономики в духе предпринимательской этики и морали.

В деле динамичного развития малого бизнеса основная роль и степень ответственности должна постепенно переноситься от центральных к региональным и местным органам. Такое перераспределение ролей вполне вписывается в процесс либерализации, экономических и политических преобразований в республике. Это очень целесообразно с точки зрения того, что местные властные и управленческие структуры хорошо знают региональные ресурсные возможности, местные особенности и условия, уклад жизни населения, уровень развития экономики, социальное положение населения. С учетом всех этих факторов они могут определить верные направления развития малого сектора экономики, условия и необходимые меры поддержки местных предпринимателей.

Для повышения активных действий местных органов необходимо предоставить им большую самостоятельность в решении экономических, социальных и правовых проблем, обеспечить их финансовыми ресурсами, осуществить подбор и обучение кадров, создать необходимую инфраструктуру, образовать зоны свободного предпринимательства, ввести щадящее налогообложение с учетом состояния предпринимательского климата, предоставить местным предприятиям выгодные условия выполнения госзаказов, оказать содействие по выходу на внешнеэкономические контакты с зарубежны-

ми фирмами, в том числе по созданию совместных предприятий, открыть им доступ к местным сырьевым и материальным ресурсам.

Основные понятия и термины

Кустарные промыслы, старшины артелей, фабричное производство, устав артели мастеровых, новая экономическая политика (НЭП), областные промышленные инспекции, либерализация экономики, разгосударствление и приватизация, кооперативное движение, дух предпринимательства.

Вопросы для самопроверки

1. Какие сферы были наиболее развиты в дореформенный период?
2. Какова была организация ремесленных мастеров?
3. Что изменилось в традиционном кустарном производстве с появлением фабричного производства?
4. Какой толчок внесла НЭП в развитие кустарной промышленности?
5. Какие меры предпринимались для развития малых предприятий в период господства плановой экономики?
6. Основные меры, принятые для развития малого бизнеса в первые годы реформирования экономики?
7. Этапы становления малого бизнеса за годы независимости Узбекистана.
8. Главное содержание выступления И.А.Каримова «Утверждение духа предпринимательства в обществе – залог прогресса» (17 июля 2000 г.).
9. Каковы основные итоги развития малого предпринимательства?
10. По каким основным проблемам должно идти развитие малого бизнеса в будущем?

Глава 4. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ МАЛОГО И КРУПНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

1. Необходимость и мотивы сотрудничества предприятий разных масштабов.
2. Формы сотрудничества предприятий в развитых странах.
3. Опыт и пути расширения сотрудничества предприятий в Узбекистане.
4. Объединения предприятий.

1. Необходимость и мотивы сотрудничества предприятий разных масштабов

Как отмечалось ранее, малые предприятия имеют ряд преимуществ по сравнению с крупными, а также обладают рядом особенностей, отличающих их от крупного производства. С другой стороны у мелких предприятий есть и недостатки: слабый технический и организационный потенциал, отсутствие научно-экспериментальной базы, балансирование на грани выживания в жесткой конкурентной борьбе и другие.

Крупный же бизнес отличается от мелкого многими положительными свойствами: огромный технико-организационный и экономический потенциал, наличие квалифицированных кадров, устойчивая система управления, более высокая степень внешнеэкономического сотрудничества и другие. Есть у них и уязвимые стороны деятельности, особенно проявляющиеся в переходный период, когда экономика недостаточно стабильна, возникают трудности в межгосударственных экономических связях. Им не всегда удается приспособиться и реагировать на динамичные процессы происходящие в стране, не легко быстро перестроить структурные процессы, возникают затруднения в реализации произведенной продукции.

Для успешной деятельности как малых, так и крупных производств в таких ситуациях возникает необходимость организовать тесное взаимодействие между ними, когда можно в полной мере использовать преимущества и тех и других, и

одновременно сгладить недостатки. Такое взаимодействие является важным не только для стран с переходной экономикой, но и для развитых государств.

Концентрация производства, то есть создание крупных и крупнейших предприятий, характерна для ряда отраслей в силу технологических и организационных условий, например, для металлургической, химической, автомобилестроительной и других. Но и здесь имеет место создание небольших филиалов и самостоятельных мелких производств. А для таких отраслей, как легкая, пищевая промышленность, торговля, бытовое обслуживание и других, сочетание крупного и мелкого предпринимательства вполне закономерный процесс.

Переплетение преимуществ и недостатков крупного и малого бизнеса не должно вызывать противоречия между ними, толковать односторонне о месте и роли их в социально-экономической системе, проводить идею об экономической опоре страны только на малый и средний бизнес или только на крупный. Конечно, крупный бизнес является основой конкурентоспособности современного общества. Такой бизнес технологически и коммерчески необходим. Но крупный бизнес в силу своего масштаба склонен к монопольным злоупотреблениям, в том числе за счет мелких предпринимателей. Но целенаправленная государственная политика путем проведения соответствующих практических мер способна защитить малый бизнес от произвола монополистов.

Следовательно, для пользы экономики и социальной сферы необходимо учитывать особенности малого и крупного производств и создать условия взаимовыгодного сотрудничества между ними. В современной экономике деление на малый и крупный бизнес весьма условно, поскольку все переплетено и взаимосвязано. Малый бизнес не сможет развиваться без крупного, и наоборот, крупному бизнесу успешно помогают небольшие предприятия. Например, в Детройте вокруг головного завода «Форд» - около 300 малых предприятий, которые обеспечивают автомобильный гигант всеми комплектующими, от ручек стеклоподъемников до половых ковриков.

А современные процессы, происходящие в научно-технических областях и в экономике, создают условия и мотивы для тесного сотрудничества крупных и малых производств.

Огромные изменения в экономике, особенно усилившаяся конкуренция во многих отраслях на мировом рынке за последние четверть века привели к необходимости структурной перестройки, дальнейшему углублению специализации путем выделения из крупных корпораций отдельных самостоятельных единиц и к созданию множества мелких фирм – субпоставщиков узкоспециализированной продукции. Это было вызвано также необходимостью упрощения системы управления, ликвидации бюрократизма, усиления гибкости и динамизма внутрифирменных связей.

Крупным предприятиям становится выгодно создавать вокруг себя внешнюю инфраструктуру из множества малых фирм, которые поставляют необходимую продукцию и услуги. Стало понятно, что рост эффективности невозможно обеспечить за счет экономии на масштабах, серийности и массовости производства, централизации управления.

Повышение конкурентоспособности малых фирм в производстве отдельных операций обусловлено революционными изменениями в развитии информатизации, средств связи, транспортных сетей и другими достижениями научно-технического прогресса, которые привели к резкому сокращению многих операций производственного процесса. В результате этих достижений малым фирмам в той же степени, что и крупным, стала доступна коммерческая и научно-техническая информация, значительно облегчился выход на рынки других стран и доступ к кредитным ресурсам.

Новые технологии и материалы позволяют экономически эффективно производить быстро обновляемую продукцию на мелких предприятиях исходя из меняющихся вкусов потребителей.

В результате всех этих изменений малый бизнес стал выгодной сферой в производстве технической оснастки, инструментов, комплектующих изделий по заказам крупных фирм, в которых начала складываться тенденция к сохранению за собой лишь завершающей конвейерной сборки конечной продукции и превращению малых фирм в производителей отдельных деталей и узлов.

Крупные корпорации видят результаты сотрудничества в технологических связях с малыми фирмами в том, что оно

позволяет достичь эффективность для себя во многих процессах: низкие издержки производства, оперативность поставок по конкретным заказам, использование передовых технологий, высокое качество продукции.

2. Формы сотрудничества предприятий в развитых странах

Во многих странах сотрудничество малого и крупного бизнеса осуществляется в рамках законодательства и правительственной политики, которые стимулируют такое сотрудничество. Например, в США законом установлено, что если фирма заключает контракт на сумму свыше 500 тысяч долларов, то определенную часть работ крупные фирмы обязаны передавать малым фирмам. Контроль за исполнением этого закона возложен на администрацию по делам малого бизнеса. Для повышения заинтересованности различных организаций в предоставлении финансовой помощи малым фирмам при выдаче гарантированных займов эта администрация дает кредиторам государственные гарантии в размере до 90 процентов заемного капитала, уменьшая их риск. В результате реализации подобной стимулирующей политики в последние годы крупные корпорации активно ориентируются на передачу малым предприятиям отдельных видов работ и услуг, выполнение которых наиболее эффективно именно силами малых предприятий.

В США широко распространено взаимодействие, когда крупные фирмы дают малым предприятиям возможность работать на экспорт. Это можно видеть на примере компании «Аджип» имеющей объем продаж 900 млн. долларов, которые осуществляются более чем 600 поставщиками, около 70 процентов которых составляют малые и средние фирмы. При этом «Аджип» берет на себя основные расходы по экспортным операциям, избавляя малые фирмы от их проведения.

«Японское чудо» стало возможным благодаря эффективной государственной политике по ускоренному развитию малого и среднего бизнеса, который дает половину ВВП. Одним из направлений этой политики является субподрядная деятельность малых фирм, число которых превышает 60 процентов от всего их количества, работающих во взаимодей-

ствии с крупными корпорациями. Известные всему миру корпорации «Сони», «Панасоник», «Мицубиси», «Тошиба», «Сейко» и другие теснейшим образом связаны с мелкими и средними предприятиями, которые выполняют 40 процентов продукции гигантов индустрии, являясь их субподрядчиками. Они за счет собственных капиталов организуют значительную часть технологических операций, являются поставщиками деталей и узлов для сборки автомобилей, самолетов, радиотелевизионной техники и другой продукции. Так, например, корпорация «Сони» работает с 1100 малыми предприятиями. Такое сотрудничество между крупными и малыми фирмами в Японии достигнуто благодаря системе налогообложения, предусматривающей значительные льготы для малого бизнеса.

Малые и средние предприятия считаются в Японии компонентом структуры субподрядчиков. Около 50 процентов малого и среднего производства являются субподрядчиками, наиболее высока субподрядная деятельность в электромеханике и в автомобильной промышленности. В общей среде малого бизнеса субподрядные предприятия занимают значительные позиции, достигая в общем производстве 50 процентов, в производстве тканей – 76, в пошиве одежды – 71, в производстве машин и оборудования – 69, электроприборов – 65 процентов.

В автомобильной промышленности основные производители конечной продукции взаимодействуют с двумя категориями субподрядчиков: основные субподрядчики выпускают механические и электронные компоненты, детали кузовов, обшивку, ходовую часть, вторичные субподрядчики заняты обрезкой металла, прессованием деталей, изготовлением болтов, клапанов, запасных частей.

Малые субподрядные предприятия обладают углубленной специализацией, что позволяет достигать высокой точности в изготовлении деталей, могут производить небольшие партии товаров по первому требованию, они используют свободную рабочую силу, имеют низкую себестоимость производства. Все это способствует росту международной конкурентоспособности японской промышленности.

Активно поощряется сотрудничество мелких и крупных хозяйств в Великобритании со стороны правительства. Для

этого Национальный совет экономического развития выпускает специальный каталог малых фирм, создан специальный центр, способствующий развитию контактов малого и крупного бизнеса, при министерстве торговли и промышленности есть информационные центры и другие структуры помогающие организовать сотрудничество между фирмами. Конфедерация британской промышленности разработала программу дополнительного финансирования малого бизнеса путем взимания специального взноса с юридических и физических лиц, связанных с данным бизнесом и заинтересованных в его развитии.

Вместе с тем во многих странах возросли требования к подбору партнеров по поставкам продукции. Предъявляются требования к качеству – товары должны производиться по соответствующим спецификациям и стандартам, поставщик должен иметь полное описание качественных характеристик товара, требуется тщательная разработка программы сбыта товаров с конкретным графиком и адресами поставок. Малые предприятия, получившие «статус партнера» крупного предприятия, участвуют в разработке дизайна и новых технологий, в контроле за качеством продукции. За счет этого обеспечиваются наиболее рациональные формы сотрудничества, сочетающие обоюдную заинтересованность как малых, так и крупных предприятий.

Такая перемена произошла в условиях новых взаимоотношений между малым и крупным бизнесом. Начала развиваться интеграция малых фирм в структуру крупных компаний, когда крупный бизнес организует сеть автономных хозяйственных единиц, управляемых арендаторами или владельцами.

В 80-е годы прошлого столетия усиливаются контрактные отношения между крупным и малым бизнесом, в частности франчайзинговые отношения, когда малым фирмам предоставляется возможность пользоваться именем и торговым знаком компании, поставляются необходимое оборудование и транспортные средства. Взамен малая фирма выплачивает крупную часть выручки – от 23 до 10 процентов от оборота. По данным «Британской ассоциации франчайзинга» в этот период наблюдался настоящий «Франчайзинговый бум». Только в 1990 году число малых предприятий, действующих на

принципах франчайзинга, возросло на 10 процентов, оборот на 11 процентов, достигнув 5,3 млрд. фунтов стерлингов. Во многих ведущих банках были созданы специальные отделы по оказанию финансовой помощи малым предпринимателям, заключающим договоры франчайзинга, что свидетельствует об активизации банковской системы в деле взаимодействия крупного и малого бизнеса.

Сотрудничество крупного и малого предпринимательства принимает широкий международный масштаб. Как известно, мировой хозяйственный рынок ориентирован, прежде всего, на крупные транснациональные корпорации, доля которых в промышленном производстве достигает 40 процентов, во внешней торговле – 60, а в разрабатываемых технологиях – 80 процентов. Именно они обеспечивают устойчивое развитие Западных стран и создают благоприятные условия для развития мелкого бизнеса. В 2004 году в мире насчитывалось более 65 тысяч транснациональных корпораций, которые имели около 900 тысяч филиалов за рубежом. Их воздействие на экономику огромно. В этих филиалах было задействовано около 60 миллионов работников, объем продаж составил 20 трлн. долларов. На зарубежные филиалы этих корпораций приходится одна десятая часть мирового ВВП и одна треть мирового экспорта.

Факторами широкого и полезного сотрудничества крупного и малого бизнеса считают:

- низкие издержки производства - 30% корпораций;
- оперативность поставок - 39% корпораций;
- передовые технологии - 42% корпораций;
- более высокое качество - 61% корпораций.

Поэтому крупный бизнес надо ориентировать на созидание, а не на добывание дополнительной собственности только для себя.

3. Опыт и пути расширения сотрудничества предприятий в Узбекистане

В отличие от развитых стран Узбекистан имеет специфические особенности экономического, социального и демографического характера, которые связаны и с развитием малого

предпринимательства. В первую очередь это длительное пребывание республики в качестве сырьевого придатка бывшего союзного государства, когда более 70 процентов готовых изделий, в основном потребительских товаров завозилось из других республик и стран. Устранение создавшегося положения требует кардинальной структурной перестройки экономики, прежде всего, создания собственной индустриальной базы легкой и пищевой промышленности, в основном за счет ускоренного развития малого предпринимательства.

Решение этих проблем возможно и за счет более тесного сближения и взаимодействия малого и крупного предпринимательства. В республике за последние годы в этом отношении уже предприняты практические меры.

В ассоциации «Автосаноат» стала использоваться субподрядная система организации производства по примеру Японии и других стран. Для головного завода «Уздеуавто» начали работать многие заводы по производству комплектующих деталей и узлов: «Автоойна» - производство автомобильных стекол, «Узэксайд» - аккумуляторов, «Узкоджи» - электрических жгутов, «Узсекюнче» - топливных баков, «УзТонг-Хонг» - автомобильных сидений, «Узкоромко» - бамперов, «УзДонгвонг» - глушителей.

В составе ряда концернов, ассоциаций и холдингов создаются малые предприятия, которым оказывается помощь в укомплектовании технологическим оборудованием, разработке технико-нормативной документации, обеспечении сырьем и материалами, выделение неиспользуемых производственных площадей. Так в составе ассоциации «Узхимпром» создан торговый дом «Кимё» для организации фирменной мелкооптовой и розничной сети во всех регионах республики, а также созданы малые предприятия в городах Навои, Ангрене, Янгиюле и других.

В ассоциации «Узмашсаноат» создано несколько десятков малых и частных предприятий, большая часть которых производит товары народного потребления, выполняет ремонтно-строительные работы, изготавливает строительные материалы, оказывает услуги населению. На предприятиях «Масложиртабакпром» на основе организационных форм малого бизнеса введены в действие мощности по производству оли-

фы, антифриза, колбасных и кондитерских изделий, молочной продукции, пива и других. Однако этих и других примеров недостаточно, чтобы констатировать наличие эффективного содружества малого и крупного бизнеса в республике.

В Узбекистане с 1995 года проводился эксперимент эффективного взаимодействия малых предприятий с крупными. По инициативе Государственного Комитета по управлению государственным имуществом и поддержке предпринимательства (Госкомимущество) были созданы зоны экономического сотрудничества (ЗЭС) «Предприятие - махалля». В основе эксперимента было создание на территории одной или нескольких махаллей малых предприятий, индивидуальных предпринимателей, которые имеют тесные хозяйственные связи с крупными предприятиями. Создание ЗЭС давало возможность решить ряд проблем: трудоустройство населения, повышение уровня доходов людей, благоустройство территорий и т.д. Сами предприятия получали возможность увеличить доходы за счет дополнительной рабочей силы, использования отходов и снижения издержек производства.

За 1995-2000 годы в республике функционировало более 100 ЗЭС, куда входило более 400 микрофирм и малых предприятий, в которых было занято более 6000 человек, выпускавших продукцию на несколько сот миллионов сумов. С помощью крупных предприятий во многих жилых массивах оживилась производственно-экономическая деятельность, о чем свидетельствуют некоторые примеры.

В экономической зоне под патронажем АО «Узэлектроаппарат» было создано дополнительно 250 рабочих мест, освоен выпуск 250 новых наименований товаров народного потребления, в том числе электрические шкафы для сушки овощей и фруктов.

АО «Тафтинч» в своей махалле имени «Фуркат» организовало швейные и трикотажные участки, выпускаюшие постельное белье, чехлы для мебели и автомашин, халаты, детские платья и другие изделия.

В экономической зоне АО «Юлдуз» были вовлечены в работу около 30 процентов примыкающих к ней махаллей, созданы швейные участки. Кроме того предприятие оказывало материальную помощь ветеранам, проводило ремонтно-вос-

становительные работы отопительной системы, выделяло швейные изделия нуждающимся семьям.

Однако после 2000 года деятельность ЗЭС полностью прекратилась по некоторым причинам. На первых порах в этот эксперимент были вовлечены крупные предприятия государственной собственности, обладавшие значительными запасами материально-технических ресурсов, что давало возможность активно поддерживать и стимулировать деятельность малых фирм. Но после их приватизации и усиления конкурентных процессов, они утратили стимулирующие факторы для поддержки низкотехнологичных малых производств. Поэтому многие предприятия не смогли адаптироваться к условиям рыночной экономики, загрузить полной деятельностью созданные микрофирмы и наладить качество продукции.

Не были разработаны эффективные нормативные документы, определяющие статус и формы взаимодействия участников ЗЭС, не были определены методологические процессы сотрудничества. Зачастую махаллинские органы рассматривали крупные предприятия, расположенные в их зоне как простых спонсоров благотворителей. А сами предприятия не смогли наладить самостоятельную и активную деятельность махаллинских предпринимателей, привить им начальные знания в области бизнеса, организовать взаимовыгодные принципы совместной деятельности.

В этот процесс слабо были вовлечены государственные и местные органы управления, рыночные инфраструктуры, которые не проявили должной инициативы. Кроме того и махаллинские комитеты обладали минимальными материально-финансовыми ресурсами и правовыми рычагами в создании у себя даже небольших предпринимательских структур. Идея и содержание этого эксперимента были весьма положительными и можно сказать благородными. Поэтому стоило бы возродить его, но с учетом новых процессов в социально-экономической системе, влить в него новые положения, отрегулировать его правовое поле и создать обоюдовыгодные стимулы. Это явилось бы одной из мер во взаимодействии крупного и малого бизнеса и значительным шагом в ускоренном развитии последнего.

Следует отметить, что сочетание крупного и малого производства не надуманный, а вполне объективный процесс

всего мирового хозяйства. Этому способствовали развивающаяся конкуренция, углубляющаяся специализация производства, тенденция к децентрализации, устранение бюрократизации, упрощение управленческой деятельности, усиление гибкости и динамизм внутренних производственных связей. Благодаря этому в развитых странах основной рост эффективности уже не обеспечивается за счет экономии на масштабах (на концентрации производства), серийности и массовости приизводства, централизации управления. Новые технологии и материалы позволяют экономически эффективно производить быстро обновляемую продукцию на мелких предприятиях малыми сериями.

Возрождение, а вернее сказать продолжение этого экономического сотрудничества, получило свою реализацию в Указе Президента "О мерах по стимулированию расширения кооперации между крупными промышленными предприятиями и производством услуг на базе развития надомного труда" (5 января 2006 г.). В нем предусматривается, что крупные предприятия будут поставлять гражданам сырье, материалы, полуфабрикаты, оборудование, инструменты и инвентарь в безвозмездное пользование, или на условиях аренды, в том числе лизинга для организации производства отдельных организаций надомного труда.

Развитие кооперации между промышленными предприятиями и услуг на дому, в первую очередь предусматривается организовать в швейной, галантерейной, шелковой, перерабатывающей, электронной промышленности, а также в телекоммуникациях и различных отраслях услуг и сервиса.

Это своего рода семейный подряд, который призван защитить в первую очередь социальные задачи: увеличение занятости, устойчивый рост доходов населения, рациональное использование гражданами своего времени, овладение профессиональными навыками. Выполнение Заказов предприятий с гражданами работающими на дому осуществляется на основании трудового договора, что дает право получения трудовой книжки, учета времени работы трудового стажа для получения пенсий и пособий по социальному страхованию.

Экономическая выгода такого взаимодействия для предприятий состоит в том, что отдавая на заказ отдельные виды

низкорентабельной и требующей больших трудозатрат продукции, они повышают эффективность производства. Такие предприятия освобождаются сроком на пять лет от уплаты единого социального платежа от фонда оплаты труда в размере средств, выплачиваемых надомникам.

В связи с тем, что ключевая роль крупных предприятий в ведущих отраслях, обеспечивающих политическую и экономическую независимость страны, будет укрепляться, развитие малого бизнеса целесообразно рассматривать в единстве с подобными предприятиями. Для этого следует проводить изучение потребностей крупных предприятий, включая совместные предприятия, которые наиболее полно могут быть удовлетворены за счет взаимодействия на подрядной основе с малыми фирмами через установление субподрядных отношений.

Сотрудничество различных по масштабу предприятий целесообразно организовать на основе совместного использования или полной передачи материально-технических ресурсов крупных предприятий мелким. В настоящее время на многих предприятиях накопилось неиспользуемое оборудование, которое чем дальше тем более будет устаревать, было бы целесообразно передать его в аренду или другую форму владения малым предприятиям.

Подытоживая сказанное, а также учитывая накопленный опыт взаимодействия крупного и малого бизнеса, можно определить следующие формы успешного сотрудничества между ними:

* широкое распространение субподрядных отношений, когда малые предприятия поставляют узлы, детали или выполняют технологические операции для крупных предприятий;

* создание сети филиалов, представительств, самостоятельных производств с учетом наличия материальных и трудовых ресурсов в различных регионах;

* предоставление возможностей малым предприятиям работать на экспорт по производству соответствующей продукции и ее реализации;

* выполнение малыми предприятиями единовременных или постоянных заказов, как со стороны крупных частных предприятий, так и для государственных нужд;

* установление тесных партнерских отношений, когда крупные компании помогают малым в разработке новых технологий, повышении качества продукции, подготовке квалифицированных кадров и т.д.;

* использование различных видов франчайзной системы, способствующих созданию и успешной деятельности малых предприятий;

* по примеру некоторых развитых стран государство могло бы устанавливать минимальный процент производственных заказов, которые крупные фирмы обязаны передавать малому бизнесу при получении государственного заказа.

Все это может быть успешно осуществлено благодаря активным мерам государства в создании нормативно-правовых норм и его непосредственному практическому участию в организации сотрудничества малого и крупного предпринимательства.

4. Объединения предприятий

Предпринимательские структуры на добровольных началах могут объединяться для совместной деятельности в различные формы по отраслевому, территориальному или другим признакам, сохраняя при этом самостоятельность и права юридического лица. Объединение позволяет значительно повысить производственно-технический, экономический и организационный потенциал каждого предприятия, входящего в объединение. Они получают возможность успешно координировать свои действия, обеспечить степень защиты своих прав, более эффективно решать внешнеэкономические связи, усилить выживаемость в конкурентной рыночной среде.

Объединение предприятий в совокупные структуры принимает различные ассоциативные формы, наиболее распространенные из них следующие:

Трест - характеризуется высокой степенью централизации функций управления, для чего создается общий орган управления. Оставаясь самостоятельными, предприятия выполняют общие цели и задачи, действуют на основе единого плана и подпадают под контроль единого руководства.

Концерн - представляет форму договорных отношений крупных объединений, имеющих общность отраслевых инте-

ресов и связанных договорами по использованию капитала, производственно – технологического кооперирования, централизации научно- технических разработок, внешнеэкономических и других видов деятельности. Такое объединение позволяет рационально использовать производственные мощности предприятий, организовать диверсификацию производства, противостоять колебаниям рыночной конъюнктуры. Для концерна характерно единое управление из одного центра, определяющего общие задачи по стратегии развития, использования инвестиций, ценообразования и др.

В ряде отраслей Республики Узбекистан с середины 1992 г. начали создаваться концерны: нефтяной и газовой промышленности (Узбекнефтегаз), по производству строительных материалов (Узстройматериалы), по водохозяйственному строительству (Узводстрой) и др. С начала 1993 г. часть концернов стала преобразовываться в **корпорации** – более крупные объединения, включающие в свой состав всю систему хозяйственных единиц, обеспечивающих комплексное развитие соответствующей отрасли. Одна из них Ташкентская Государственно - Акционерная строительная Корпорация (Ташкентстрой). Она представляет собой объединение на принципах акционирования строительных, промышленных, проектных и других предприятий и организаций.

Ассоциация – представляет собой договорное объединение предприятий одной отрасли, создаваемое в целях совместного осуществления производственно- хозяйственных функций. Участие в ассоциации накладывает на предприятие менее жесткие, чем в концерне, ограничения. Участники хозяйственной ассоциации могут входить и в другие объединения без согласования с другими участниками.

Примером такого объединения является Узбекская государственно-акционерная ассоциация «Узбексавдо», созданная в 1992 г. путем преобразования Министерства торговли. На базе областных управлений торговли и общественного питания образованы территориальные Торгово-производственные Концерны, которые входят в состав ассоциации на правах ее учредителей и подчиняются хакимам областей.

Отличие ассоциации от бывшего министерства состоит в том, что ликвидировано жесткое распределение фондов и

размещение заказов на товары производимые предприятиями и предоставление последним свободы действий. Ассоциация решает экономические, финансовые, социальные вопросы, участвует во внешне экономической деятельности. «Узбексавдо» объединяет на договорных началах кроме концернов также акционерные объединения и общества, государственные, средние, коллективные, частные предприятия, занятые организацией торгового обслуживания и выпуском товаров.

Синдикат- создается для совместной коммерческой деятельности (снабжение, сбыт, ценообразование). Предприятия, входящие в синдикат, сохраняют хозяйственную и юридическую самостоятельность. Создание синдиката позволяет устранить конкуренцию между его участниками в области сбыта и закупок ресурсов.

Конгломерат- объединение большого числа компаний, не имеющих между собой функциональных связей. От концерна он отличается гораздо большими масштабами диверсификации производства и акцентом на финансовых операциях. Значительную прибыль конгломерат извлекает не от производственной деятельности, а от выпуска ценных бумаг. Это сближает его с чисто финансовыми институтами, например, с инвестиционными фондами.

Консорциум - временное добровольное объединение предприятий и организаций для решения конкретных задач и проблем, осуществления крупных инвестиционных научно-технических, социальных, экономических проектов. В консорциум могут входить и крупные и мелкие предприятия, желающие принять участие в осуществлении проектного или иного предпринимательского замысла, но не обладающие самостоятельными возможностями для их реализации.

Однако не все из перечисленных видов объединений нашли применение в хозяйственной практике Узбекистана.

Корпорация – создается как объединение картелей, синдикатов, трестов и других групп для достижения общих целей, осуществления совместной деятельности. Они организуются в форме акционерных обществ.

Картель – характеризуется как договорное объединение предприятий для общего соглашения об установлении общих

объемов производства, ценах, условиях продажи, разграничения рынков сбыта. Они создаются с целью установления монопольного положения на рынке определенных товаров.

Холдинговая компания - это, прежде всего, финансовый фонд, объединение капиталов, а не предприятий. Отличительная черта его - владение делами акционерного капитала других компаний для финансового контроля над ними. Такая компания, владея контрольными пакетами акций входящих в нее структур, может управлять разными сферами их деятельности. Главная функция холдинга - мобилизация финансовых ресурсов и методы их использования, которыми не обладают отдельные предприятия. Это эмиссионно- учредительская деятельность, платежи за разнообразные услуги в сфере управления, финансирование рекламы, перераспределение финансовых средств и т.д.

В декабре 1998 г. Корпорация «Узбекнефтегаз» была преобразована в национальную холдинговою компанию, на которую возложены задачи по разработке целевых научно-технических, экономических, социальных программ развития газовой, нефтяной и нефтеперерабатывающей промышленности по наиболее полному обеспечению потребности экономики и населения в энергоресурсах, по расширению сотрудничества с зарубежными компаниями. Для этого холдинг владеет 51% пакета акций входящих в его состав акционерных обществ.

Другая крупная холдинговая компания «Узсельхозмаш - холдинг» объединяет 16 предприятий сельскохозяйственного машиностроения, 13 технических центров и 3 специализированные фирмы, в которых занято более десяти тысяч работников.

В 1997 г. была создана агропромышленная компания «Узплодоовощвинпром-Холдинг», которая состоит из 27 специализированных фирм по заготовке и реализации плодоовощной продукции и винограда, 19 торговых домов в других странах, 89 сельскохозяйственных предприятий. На долю предприятий холдинга приходится 95 % объемов производимого в республике спиртных напитков и более 80% плодоовощных консервов.

Кроме вхождения предприятия в состав объединения в его жизненном цикле могут происходить и другие изменения,

принимающие различные формы реорганизации. К вариантам таких изменений относятся: а) преобразование предприятия в иную организационно – правовую форму (например, в процессе приватизации оно может из государственной перейти в акционерную или частную форму); б) слияние предприятий различных форм собственности; в) присоединение к другому предприятию (новое юридическое лицо при этом не образуется); г) разделение предприятия на несколько самостоятельных предприятий; д) выделение из состава действующего предприятия его структурного подразделения в самостоятельное юридическое лицо; е) создание филиала, дочернего предприятия, представительства существующего предприятия.

Основные понятия и термины

Крупный и малый бизнес, монополия и концентрация производства, сотрудничество и взаимосвязь бизнеса, субподрядная форма сотрудничества, партнерские отношения в бизнесе, франчайзная система, лизинг, зоны экономического сотрудничества.

Вопросы для самопроверки

1. Каковы преимущества и недостатки крупных и малых предприятий?
2. Необходимость сотрудничества крупного и малого бизнеса.
3. Мотивы сотрудничества, вызванные современным научно-техническим и экономическим развитием.
4. Примеры взаимодействия крупных и малых предприятий в зарубежных странах.
5. Конкретный опыт сотрудничества предприятий в Республике Узбекистан.
6. Основные формы сотрудничества крупного и малого бизнеса.
7. Основные направления по развитию взаимодействия предприятий в Узбекистане.

Глава 5. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ПРОСТРАНСТВЕ И ВО ВРЕМЕНИ

1. Внутренняя среда предприятия.
2. Внешняя среда предприятия.
3. Краткосрочное поведение предприятия.
4. Долгосрочное поведение предприятия.
5. Деятельность предпринимателей в условиях конкуренции.

1. Внутренняя среда предприятия

Предпринимательская деятельность постоянно находится под воздействием разнообразных факторов, оказывающих влияние на степень эффективности экономического процесса. Факторы – это параметры, определяющие возможности и характер проявления процесса, явления. Применительно к предпринимательству – это причина, движущая сила или проблемы, с которыми сталкивается предприниматель. Их можно разделить на две группы: внутренние, обусловленные особенностями внутренней организации предпринимательской структуры и внешние, обусловленные характером окружающей среды (схема 2). Каким же проблемам отдать предпочтение: внутренним или внешним? Мнения здесь диаметрально противоположные: одни специалисты выдвигают на первый план внешние, а другие внутренние условия предпринимательской деятельности.

Такое деление проблем в пространственной ориентации предприятия следует считать не совсем правомерным. Во-первых, совершенно не сопоставимы масштабы, формы и методы деятельности во внутренней и внешней среде. Во-вторых, трудно разграничить относится ли какое-либо мероприятие к внутренней или внешней сфере. В-третьих, не существует пока еще показателей и методик измерения величины результатов, достигнутых за счет решения внешних и внутренних факторов. Например, как подсчитать долю прибыли получен-

ную только за счет улучшения собственного производства и сколько за счет внешних действий? Можно ли с уверенностью сказать что важнее: техническое перевооружение предприятия или его экспортная деятельность? По всей вероятности первое будет способствовать увеличению объема производства и повышению качества продукции, что может активизировать внешнеэкономические связи. Еще пример для подтверждения вышеизложенного: что выгодно предприятию-кропотливая работа по снижению затрат или элементарный поиск нужного потребителя продукции? Однозначного ответа на этот вопрос тоже нет.



Схема 2. Внутренняя и внешняя среда предприятия

Такое деление проблем в пространственной ориентации предприятия следует считать не совсем правомерным. Во-первых, совершенно не сопоставимы масштабы, формы и методы деятельности во внутренней и внешней среде. Во-вторых, трудно разграничить относится ли какое-либо мероприятие к внутренней или внешней сфере. В-третьих, не существует пока еще показателей и методик измерения величины результатов, достигнутых за счет решения внешних и внутренних факторов. Например, как подсчитать долю прибыли полученную только за счет улучшения собственного производства и сколько за счет внешних действий? Можно ли с уверенно-

тью сказать что важнее: техническое перевооружение предприятия или его экспортная деятельность? По всей вероятности первое будет способствовать увеличению объема производства и повышению качества продукции, что может активизировать внешнеэкономические связи. Еще пример для подтверждения вышеизложенного: что выгодно предприятию - кропотливая работа по снижению затрат или элементарный поиск нужного потребителя продукции? Однозначного ответа на этот вопрос тоже нет.

Поэтому ориентировать предпринимателя либо на решение первоочередных проблем внутри себя или за пределами своей территории будет не только заблуждением, но и вредным. Это может побудить предприятие заниматься внешними делами в ущерб внутренним или наоборот. Все зависит от условий функционирования предприятия, от срочности реализации той или иной программы, от наличия средств. Но с уверенностью можно утверждать: для фирмы важны как внутренние, так и внешние проблемы.

В период централизованной системы хозяйствования на первом месте стояли внутренние вопросы выживания предприятия, а внешние вопросы решались Государством и его органами (утвержденный план, прикрепление поставщиков и потребителей, выделение капитальных вложений, доля экспорта продукции и т.д.). Предприятию оставалось напрягать усилия для выполнения плана, стараться уложиться в лимит фонда заработной платы, получить заявленные материальные ресурсы, всеми путями отбиться от дополнительных заданий.

В переходный же период на рынке появились новые, более глобальные рыночные проблемы: формы собственности, ценообразование, получение прибыли различными способами, выживание в условиях конкуренции и др. Они то и заслонили рутинные, повседневные функции, направленные на повышение производительности труда, экономию материальных ресурсов, улучшение условий труда. Между тем общепризнанным приоритетом во внутренней деятельности фирм любой формы собственности является снижение затрат и максимизация прибыли.

Мнение о том, что рыночные инструменты автоматически создадут рациональное управление, нормальную органи-

зацию труда, наладят дисциплину, заставят людей лучше трудиться, совершенно не состоятельно. Так, мотивация труда состоит не только из материальных факторов, но и из высокоорганизованного производства, компетентного управления, соответствующих условий труда и т.д. Естественно, рыночная конкуренция, стремление пробиться, устоять и успешно развиваться в определенной нише рынка заставит предприятие искать резервы, заниматься «мелочами», то есть устраивать организацию своего внутреннего мира. Но стоит ли ждать этого «конкурентного толчка», не лучше ли проводить повседневную организаторскую работу, чтобы быть готовым к любым экономическим ситуациям?

Самосовершенствование и использование резервов внутренней среды предприятия является задачей не преходящей, а первостепенной, способствует устойчивой и эффективной его работе. Все многообразные процессы внутренней деятельности предприятия можно объединить в 4 группы:

1. Технико-технологические - внедрение высокопроизводительной техники, повышение уровня механизации и автоматизации, компьютеризация, использование безотходной, лазерной и другой прогрессивной технологии. Эти процессы хорошо известны, но совершенно не до конца использованы, о чем свидетельствует низкий уровень технической оснащенности многих предприятий.

2. Экономические - планирование, прибыль, экономическое и материальное стимулирование, рентабельность, учет и экономический анализ. Эти процессы также хорошо известны, долгое время делались попытки активно их использовать, но к сожалению безуспешно. Что же касается рыночной экономики, то ее приходится осваивать заново, с элементарных азов.

3. Организационные - создание рациональной организационной структуры управления, совершенствование организации труда, улучшение организации производства, организация принятия решений и их реализация. Все это можно назвать кратко — создание порядка, многое из которого мало известно и практически слабо используется. Об этом свидетельствует хотя бы неумение многих руководителей и предпринимателей быстро и с выгодой организовать совместную деятельность с зарубежными бизнесменами.

4. Социально-психологические - удовлетворение социальных нужд работников, создание нормальных условий труда, повышение квалификации работников, создание психологического климата в трудовом коллективе, использование человеческого фактора. Эти процессы весьма слабо изучены и практически совсем в малой степени применяются, о чем свидетельствует психологическая безграмотность многих, так называемых, менеджеров. Между тем, социальная психология во многом почти беззатратный огромный резерв повышения эффективности производства.

Внутренняя среда предприятия во всех своих составных частях должна действовать слаженно, в единстве, способствуя выполнению основных задач. Здесь нельзя дать конкретных рецептов. При выполнении одинаковых функций каждое предприятие действует с учетом своих особенностей и условий работы, создавая свои правила. А такими правилами является внутреннее «Законодательство». Важное значение имеет разработка устава, в котором центральной линией должно проходить разделение полномочий и ответственности. Например, какие вопросы отнести на уровень собрания и правления. Рекомендуется отдать правлению решение вопросов, требующих квалифицированного обсуждения и тщательного обоснования.

В Уставе может быть двоякое решение вопроса о составе исполнительной дирекции акционерного общества: либо набор команды осуществляет генеральный директор, либо в дирекцию входят лица, обладающие большим количеством акций. Для предприятий с длительным циклом производства, где важна стратегия развития на длительный период, подойдет первый вариант, когда постоянная квалифицированная команда отвечает за реализацию этой стратегии.

Одним из центральных вопросов является выбор уровня централизации управления внутри предприятия. Здесь может быть несколько вариантов. Один из них - традиционная структура с жесткой централизованной системой управления с подчиненностью по вертикали. Другой - предполагает при помощи определенных экономических отношений передачу полномочий на уровень цехов, служб и участков. Третий - основывается на создании в рамках предприятия профессиональ-

ных центров, которые решают освоение нового направления деятельности.

Для предприятий, которые испытывают постоянные изменения в экономике, наиболее подходящим будет второй вариант, так как многочисленные динамичные факторы невозможно регулировать из одного центра. Для предприятий с небольшим числом работающих более подходящей будет централизованная система управления.

Эти примеры показывают, что выбор той или иной системы внутренней организации зависит от построения производства, объемов и степени управляемости, традиций коллектива, авторитета руководителя, наличия квалифицированных кадров.

Чтобы лучше вписаться в рыночную систему предприятию выгодно провести кардинальную реорганизацию структуры (производственной и управленческой) изменить состав цехов и участков, ввести новые должности в руководящем составе, упразднить старые или укрупнить функциональные службы, ликвидировать ряд отделов, функции которых не отвечают характеру рыночной экономики. Такая реорганизация позволит установить четкую ответственность не только за выполнение конкретных функций, но и за расходование средств на те или иные программы, за результаты деятельности.

Рыночная экономика будет постоянно воздействовать на предприятие по изменению и многих других внутренних преобразований. Так, в результате аттестации рабочих мест может выявиться целая программа их организационной реорганизации, включая меры по организации двухсменной работы на высокопроизводительном оборудовании. Внутренние потребности в организационной перестройке могут быть вызваны и необходимостью решения задач социального развития. Это улучшение условий труда, повышение уровня его привлекательности и содержательности, сокращение текучести кадров, обеспечение занятости высвобождаемых работников.

2. Внешняя среда предприятия

Если внутренняя среда предприятия остается на длительный период более или менее стабильной и ее эффективное

функционирование зависит в основном от компетентности самого предпринимателя и подобранного им управленческого аппарата, их знаний и опыта в принятии решений, то внешняя среда постоянно меняется и динамизм этих изменений не всегда поддается учету и влиянию со стороны предпринимателя. Здесь действуют уже не субъективные, а объективные факторы: экономическое положение страны, воздействие на бизнес со стороны государственных органов, конкурентная среда и другие, которые порой носят случайный непредвиденный характер и предпринимателю приходится прилагать много усилий и знаний, чтобы ориентироваться во внешней обстановке. Внешняя среда предприятия довольно обширная и многообразная. Наиболее важные ее составляющие можно объединить в следующие группы.

Экономическая среда, которая характеризуется уровнем инфляции и доходов населения, денежно - кредитной политикой, темпами развития экономики и т.д. Так, общее экономическое состояние страны может повлиять на изменение налоговой системы, что приведет к колебаниям объемов производства фирмы, ее инвестиционным возможностям, вкладываемым в дальнейшее развитие. Колебания процентных ставок на капитал могут также повлиять на перспективное развитие существующих компаний и создание новых.

Рыночная конъюнктура проявляется в изменении конкурентной среды, колебаниями объемов выпуска и реализации различных товаров, предоставляемых услуг, приводящих к изменениям цен. Вторжение новых фирм на рынок, использующих рекламный натиск и новые технологии маркетинга могут серьезно осложнить деятельность существующих фирм.

Политическая обстановка, проводимая внутри и за пределами страны может повлиять на степень поддержки предпринимательства, на приток инвестиционных потоков из других стран. Внешняя политика других государств, применяющих в отношении других экономические санкции, жесткое ограничение уровня цен, таможенных процедур и других мер может неблагоприятно сказываться на ведение бизнеса.

Правовая среда, характеризующаяся качеством принимаемых Законодательных актов, регулированием их исполнения, частыми изменениями, недостаточная четкость подза-

конных положений также могут заморозить предпринимательскую активность. В этом же направлении действует отсутствие решительных мер по защите прав и интересов участников рыночной системы.

Научно-технический прогресс оказывает положительное влияние на развитие тех предприятий, которые нацелены на быстрое использование прогрессивной техники и технологии. Однако не всем предпринимателям удается успешно воспользоваться нововведениями из-за отсутствия финансовых ресурсов, либо недопонимания значимости тех или иных новшеств для повышения эффективной работы фирмы.

Социально-культурная среда представляет собой спектр явлений в жизни общества, начиная от социальной ответственности всех его структур и каждого человека и заканчивая развлечениями, отдыхом, изменениями моды и фасонов. Появление новых социальных и культурных идей и потребностей в значительной степени воздействуют на экономическую жизнь предприятий.

Природно-географические условия оказывают влияние на урожайность сельскохозяйственных культур, на уровень затрат при добыче полезных ископаемых, на дальность перевозок грузов, на необходимость защиты от природных катаклизмов и т.д. А все это сказывается на величине затрат при производстве и реализации продукции, на соблюдении экологических условий. При этом одни фирмы могут оказаться в более выгодных, другие в менее выгодных условиях.

Демографическая ситуация характеризуется уровнем занятости в различных регионах, миграцией населения, рождаемости и смертности, состоянием здоровья людей и другими факторами, что также оказывает воздействие на эффективность деятельности фирм.

Особенность деятельности предприятий во внешнем пространстве в рыночной экономике определяется следующими признаками:

* отсутствие централизованного административного воздействия на предприятия через отраслевые и функциональные органы управления, экономическая и юридическая самостоятельность, свобода их в выборе методов и направлений хозяйствования;

* переход от вертикальных экономических связей к горизонтальным, возрастание роли договорных отношений между равноправными хозяйствующими субъектами;

* преобразование налоговой, финансово-кредитной, инвестиционной систем, возлагающих на предприятия большую ответственность в эффективном использовании финансовых и материальных ресурсов;

* свободная конкуренция между товаропроизводителями за рынки сбыта продукции, за завоевание доверия потребителей;

* предоставление предприятиям широких возможностей во внешнеэкономической деятельности, установление партнерских отношений с зарубежными предпринимателями;

* изменение форм собственности, предоставление возможностей предприятиям в выборе наиболее подходящей формы имущественного владения.

Здесь перечислены не все стороны социально-экономических преобразований, а только те, которые оказывают наиболее решающее воздействие на поведение предприятий во внешнем пространстве.

Один из составляющих элементов рыночных отношений — преобладание интересов потребителей над интересами производителей, то есть примат потребителя. Экономическая реформа создает такую обстановку, когда предприятия во многом подлаживаются к запросам потребителей их продукции. Изменение спроса на изделия или объективной потребности в них заставляет оперативно обновлять ассортимент, улучшать качественные характеристики, выпускать совершенно новые изделия с иными потребительскими свойствами. Так, в ФРГ женщины перестали покупать моющие средства, выпускаемые одной из фирм из-за того, что они оказывают неблагоприятное воздействие на кожу рук. Пришлось фирме искать новые компоненты для производства порошков и вновь завоевывать престиж у покупательниц.

Многие факторы, порождаемые действием рыночных отношений, побуждают предприятия быть более чуткими к изменениям во внешней среде, своевременно предвидеть эти изменения, а также вызываемые ими последствия, заранее подготовиться к ним, заняться преобразованием своей орга-

низационно-технической системы и отладить внешние связи. К таким факторам можно отнести изменение цен на сырье и комплектующие изделия, возникновение новых конкурентов на рынке данной группы изделий, снижение объемов государственного заказа, изменение ставок за предоставляемые кредиты, изменение условий транспортировки продукции, требования потребителей к изменениям условий обслуживания проданной им техники и т.д.

Успешная деятельность во внешнем пространстве может быть достигнута использованием нескольких принципов жизнедеятельности предприятий. Один из них - принцип диверсификации, означающий осуществление фирмой одновременно несколько разнообразных видов деятельности. У западных бизнесменов есть изречение: "Нельзя класть все яйца в одну корзину". Смысл ее в том, что если фирма вложит весь капитал в одно дело, то при банкротстве бизнес может полностью прекратиться. Поэтому рациональней заниматься разносторонней деятельностью. Например, наряду с производством какого-либо товара, часть средств вложить в транспортную компанию, другую часть использовать на строительство жилья и т.д. В случае убытков в одной части бизнеса их можно покрыть за счет успешной деятельности в других сферах.

В какой-то мере принцип диверсификации применим и к распределению закупок сырья и материалов между несколькими поставщиками, то же самое относится и к распределению поставок между многими потребителями так, чтобы отказ нескольких из них от покупок не сорвал производственную программу в целом.

Другим принципом является принцип мобильности. Он означает способность фирмы оперативно перестраиваться в своей деятельности. Здесь могут быть различные способы: быстро перебросить деньги из одной операции на другую, организовать ускоренное перепрофилирование производства, использовать современные технологии, объединиться с другими предпринимателями. Некоторые предприятия используют такую форму успешной работы, как объединение нескольких видов деятельности, сочетание которых должно быть мобильным: создание совместного предприятия, коммерческая деятельность, объединение с другими предпринимателями.

Успешная работа предприятия может быть достигнута с использованием **принципа комплексного обслуживания.** Многие предприятия, следуя западным образцам, создают торговые дома по форме акционерных обществ, которые занимаются маркетингом, реализацией продукции, допродажным и послепродажным обслуживанием, гарантийным и послегарантийным ремонтом. Это очень выгодно и рационально применимо в отраслях, производящих сложную технику: автомобили, бытовую технику, компьютеры и др. Такая практика требует постоянной координации ценовой политики для того, чтобы не произошло цепной реакции повышения цен на сырье и комплектующие изделия по всей технологической цепочке от начала и до реализации готовой продукции.

Для мелких и средних предприятий весьма эффективным может стать принцип взаимодействия с крупными компаниями, например, при помощи **лизинга и франчайзинга.** Эффективность лизинга заключается в том, что для предпринимателей уменьшается потребность в кредитах и выплаты процентов за пользование им. Кроме того лизинговые платежи могут погашаться частью продукции, производимого на арендуемом оборудовании.

В условиях рынка при постоянном изменении его составляющих элементов (конкуренция, цена, экономические горизонтальные связи) этот принцип может проявляться и по другим вариантам. Предприятиям становится выгодно объединять усилия и средства, т.к. существовать поодиночке просто весьма трудно. Тогда происходит соединение возможностей разноплановых фирм: у одной есть земля, у другой - оборудование, у третьей - квалифицированные специалисты, у четвертой - избыток рабочей силы, у пятой - финансовые ресурсы. Объединившись можно создать новое дело, состоящее из двух-трех отраслей, которые будут нормально функционировать и давать прибыль. Такое сотрудничество дает возможность выжить в условиях рынка не только малым и средним, но и крупным предприятиям.

Для того чтобы успешно действовать во внешней среде предприятия должны ее постоянно изучать, определяя как благоприятные, так и опасные факторы. Первые надо как можно полнее использовать, а вторые - постараться изме-

нить в свою пользу. Но есть такие условия, которые не в состоянии изменить само предприятие. Тогда ставится задача поиска путей адаптации к ним. Это следующие условия: демографические изменения численности и структуры населения, периоды подъема и спада экономики, состояние политики и права, научно-технический прогресс, социально-культурная среда, развитие других стран и конкурентов. Учитывая эти условия, фирма выбирает такую стратегию действия во внешней среде, которая приводит к желаемым результатам.

3. Краткосрочное поведение предприятия

Экономическое поведение предприятия должно строиться во временном измерении, т.к. при осуществлении своей деятельности его руководству приходится принимать массу решений, имеющих либо текущий, либо перспективный характер. Если фирма решает наилучшим образом организовать производство на имеющихся производственных мощностях с составом действующих кадров, то период, в течение которого фирма решает эти вопросы, называют краткосрочным (текущим) периодом. Его длительность определяется до одного года. Если фирма решает какие технические и технологические достижения выбрать, какие капиталы для этого вложить, сколько и где подготовить новых квалифицированных работников, то период, в течение которого фирма решает эти вопросы, называют долгосрочным (перспективным) периодом. Его продолжительность - за пределами текущего года.

Поведение фирмы принципиально отличается в зависимости от того, в каком из этих периодов она функционирует. В краткосрочном периоде отдельные факторы производства не изменяются, их называют постоянными (здания, оборудование, технология), а другие изменяются незначительно, их можно назвать условно-постоянными (обеспечение сырьем, энергией, текучесть кадров и др.). В долгосрочном периоде могут меняться все факторы производства. В любой экономической системе текущая хозяйственная политика фирмы в значительной степени отличается по характеру действий от перспективной.

Текущей политике присуща малая свобода выбора: фирма находится в рамках уже заключенных контрактов и других обязательств, его деятельность направлена на выполнение

ранее принятых решений об инвестициях. Кроме того производственные возможности предприятия в любой момент ограничены имеющейся материально-технической базой, количественным и структурным составом рабочей силы, существующей социальной сферой.

Но это не означает, что у предприятия не остается простора для маневрирования, для принятия мер в целях улучшения результатов хозяйствования. В целях изменения ситуации в краткосрочном периоде предприятие может сосредоточить свои оперативные действия во многих направлениях. Прежде всего путем **постоянного проведения текущего анализа хозяйственной деятельности,** что позволит определить какие изменения происходят, какие недостатки появились и как они влияют на отклонения от заданного направления, выявить причины и принять своевременные меры по их устранению.

В текущей политике фирмы важное значение имеет **поиск новых рынков сбыта,** т.е. осуществление так называемого **тактического маркетинга,** что в свою очередь потребует изменения цен на продукцию и услуги, возможно даже в сторону их снижения.

Вероятность дальнейшего поведения фирмы будет заключаться в нахождении путей **минимизации издержек производства** или увеличения объема продаж. И тот и другой путь связан с использованием внутренних оперативных резервов. В первую очередь это **сокращение условно-постоянных расходов,** связанных с административно-управленческой деятельностью, содержанием и эксплуатацией зданий и сооружений. Затем сюда можно включить целый набор организационных и экономических мер: **экономия материалов, снижение потерь рабочего времени, изменение организации и режима труда, организация надомного труда.**

Таким образом, краткосрочная деятельность предприятия строится на постоянной информированности о положении текущих дел, оперативности принятия мер по перестройке процессов производства, тактической маневренности на внешнем пространстве.

4. Долгосрочное поведение предприятия

Получение фирмой постоянно устойчивых текущих доходов во многом зависит от вложений в перспективное разви-

тие, продуманного планирования на долговременный срок, внедрения новой техники и прогрессивной технологии, реконструкции и перевооружения производства. Здесь текущие цели должны совпадать с перспективными. Поэтому желательно перспективные задачи решать без ущерба для текущих, не снижая объема производства и реализации, следовательно, доходов предприятия. Но бывают ситуации, когда за счет снижения кратковременных успехов, необходимо заняться долгосрочными проблемами, которые в будущем позволят покрыть затраты прошлых периодов. Опыт работы многих фирм подтверждает, что в тех из них, где применяется стратегическое планирование, достигаются самые высокие темпы роста.

Разумеется, долгосрочное предвидение - весьма трудное и ответственное занятие. Управленческая система, как правило, не желает рисковать ввиду того, что ее деятельность оценивается по результатам текущей хозяйственной практики. Сегодняшняя прибыль, как важнейший критерий оценки работы, не может быть принесена в жертву перспективных успехов, так как от этого зависят положение руководителей и специалистов в фирме, а также их личные доходы.

Поэтому в дореформенный период, при всеобъемлющей административно-командной системе, вопросы перспективного планирования, реконструкции и перевооружения производства, перепрофилирования его и другие долгосрочные проекты решались высшими эшелонами и за счет общебюджетных затрат. На уровне предприятий из общего числа принимаемых решений лишь примерно 25% составляли решения, имеющие более или менее перспективный характер. В настоящее время, когда еще не завершен переходный период к рынку, положение не изменилось. Нынешние предприниматели, наблюдая быстрые и непредвиденные изменения экономической ситуации, не рискуют тратить время и ресурсы на разработку долгосрочного планирования, все силы направляют на решение текущих задач.

Естественно, проводимые экономические преобразования создают неопределенность условий, в которых руководители вынуждены принимать решение, иначе говоря действовать в условиях риска. Но лучше принимать неопределенные реше-

ния, чем медлить или вообще не принимать их, потери для предприятия могут быть более ощутимыми. Например, уходя от решения долгосрочных проблем можно лишиться надежды выхода на внешние рынки с высококачественной продукцией, обладающей значительной долей интеллектуального содержания.

За пределами текущей деятельности фирма полностью освобождается от своих прошлых обязательств и ранее принятых решений, может пересмотреть все стороны своей политики. Свобода поведения резко расширяется, вступают в силу долгосрочные стратегические прогнозирование и планирование.

Стратегия предприятия - это упорядоченная во времени система приоритетных направлений и форм использования его ресурсного потенциала, синтезирующая различные частные стратегии: товарно-рыночную, инвестиционно-финансовую, интеграционную, технологическую.

Стратегическое прогнозирование представляет собой процесс выбора целей организации на основе анализа внешней и внутренней среды и определения стратегии достижения целей. Чем крупнее фирма, чем больше она делает вложений в будущее развитие, тем настоятельнее она нуждается в определении направлений своего долгосрочного поведения. Но и мелкий бизнес не может успешно существовать не обращаясь к долгосрочным перспективам, сосредотачиваясь лишь на борьбе с текущими трудностями.

Долгосрочная экономическая политика требует постоянных инвестиций в развитие предприятия. Для благополучно развивающихся эта проблема решается сравнительно легко. Но и для тех, которые в условиях перманента рынка оказываются в затруднительном положении имеются пути **изыскания средств для инвестиций.**

Первый путь заключается во вложении средств в техническое перевооружение производства профильной продукции, имея в виду, что средства, затраченные на современное оборудование, обесцениваются в условиях инфляции медленнее, чем другие вложения. Это дает дополнительный эффект, ускоряющий окупаемость вложенных средств.

Второй путь — вложение средств в акции других предприятий и фирм, что позволит за счет получаемых дивидендов

компенсировать потери от инфляции, еще лучше вложить в акции предприятий-смежников, что позволит укрепить горизонтальные связи, обеспечит бесперебойную поставку необходимых материальных ресурсов.

Третий путь - вложение средств в непрофильные виды деятельности, обеспечивающие **выход предприятия на новые рынки** сбыта, что даст возможность реализовать продукцию с более высоким уровнем рентабельности и увеличить прибыль.

Для решения долгосрочных проблем важнейшее значение имеет сохранение и развитие **научно-исследовательской** базы путем улучшения условий для работы научных сотрудников, повышение стимулов их труда. Предприятиям ни в коем случае нельзя свертывать собственные исследовательские работы в погоне за экономией текущих затрат.

Среди долгосрочных затрат предприятия, определяющих его конкурентоспособность, достойное место занимает забота о **профессиональной подготовке кадров и состоянии окружающей среды.**

Здесь приведены лишь основные направления поведения предприятия в долговременном периоде деятельности. Перечисление всех возможных путей поведения было бы не совсем оправданным, так как в одинаковых общих ситуациях каждое предприятие находится в особом своем положении. Поэтому поведение его будет индивидуальным и руководство его вырабатывает свою стратегию, находит приемлемые пути выхода из ситуации, наиболее подходящие предприятию, способы повышения надежности его работы в неопределенной внешней и внутренней среде.

5. Деятельность предпринимателя в условиях конкуренции

Среди многочисленных факторов, воздействующих на предпринимательство, одним из главных является конкуренция. Этот фактор приходится решать как в пространстве, так и во времени. Иначе говоря, в конкурентной борьбе предприниматель, чтобы завоевать прочные позиции на рынке, должен уметь улаживать как внутренние, так и внешние проблемы, правильно сориентировать свою деятельность в краткосрочном и долгосрочном периодах.

Конкуренция - это такое явление, которое присуще всему живому миру на земном шаре. В мире животных идет естественный отбор, в результате которого выживает сильнейший. В растительном мире также происходит приспособляемость отдельных экземпляров к тем или иным условиям. В человеческом обществе в виду ограниченности ресурсов законы конкуренции также имеют место и стоят очень остро.

В переводе с латинского конкуренция означает **«сходимость», «сталкиваться»**. В связи с этим имеет место несколько понятий, связанных с конкуренцией.

Конкурент — лицо соперничающее на каком-либо поприще с другим, соискатель, соперник.

Конкуренция - соперничество между отдельными лицами и группами заинтересованными в достижении одной и той же цели, каждый для себя лично.

Экономическая конкуренция - это соревнование предприятий на рынке за предпочтение потребителей с целью получения наибольшей прибыли, максимального эффекта.

Конкурентоспособность - это не что иное, как умение завоевать покупателей в условиях открытого рынка и превышения предложений над спросом.

Конкурентность рынка — это способность отдельной фирмы оказать влияние на рынок товара, прежде всего, изменить цену производимого товара.

Конкурентная борьба - степень соревновательности фирм отрасли друг с другом.

Применительно к социально-экономическим отношениям конкуренция — это столкновение экономических интересов участников рынка, сложный механизм удовлетворения общественных и личных потребностей, регулирующих экономические и социальные отношения на уровне макро- и микроэкономики.

Анализ конкуренции гарантирует от возможных просчетов в будущем, поскольку определяет реалистичную модель поведения на рынке. В зависимости от возможностей фирмы и сложившейся ситуации на рынке можно проводить следующие формы конкурентного поведения:

* Активная конкуренция, при которой применяются целенаправленные действия, мощный прессинг с одной зада-

чей - победить конкурента путем оказания на него активного давления.

* Пассивная конкуренция предполагает сосредоточение усилий на внимательном, профессиональном изучении положения конкурента на рынке, в отрасли и в регионе с привлечением консультантов и экспертов, которые могут предположить расчеты, рекомендации вариантов развития сценариев действия. Если активную конкуренцию можно сравнить с боксом, то пассивную с серьезным шахматным анализом.

* Временная конкуренция появляется от случая к случаю, обычно под влиянием сезонных особенностей спроса.

* Постоянная конкуренция, которая чередуется фазами активности, ожидания, спокойствия, столкновения, то есть конкуренция не прекращающаяся, зависящая от конъюнктуры рынка.

* Конкуренция может проявляться и в других формах: ценовая и неценовая, в рамках закона и вне закона, внутриотраслевая, межотраслевая, региональная и межрегиональная, монопрофильная и полипрофильная.

Конкуренция является неотъемлемым свойством рыночных отношений. Условиями зарождения рыночной конкуренции являются полная хозяйственная обособленность каждого производителя, его абсолютная зависимость от конъюнктуры рынка, борьба с другими изготовителями за покупательский спрос. В свою очередь покупатели очень часто вступают в конкуренцию за право купить тот или иной товар.

Таким образом, рыночная борьба за выживание и экономическое процветание - закон товарного хозяйства рыночной экономики. Остановиться - значит проиграть в соперничестве.

Конкуренция - двигатель, мотор экономики, главный рычаг прогресса. Именно конкуренция позволяет добиться успеха за счет повышения эффективности производства, введения новшеств и достижений научно-технического прогресса.

Конкуренция ставит на свои места продавца и покупателя: первый лишен диктата, второй становится королем положения, обрекая на победу или на разорение производителя, голосуя кошельком за лучший и дешевый товар.

Главная цель конкурентного соперничества - борьба за потребителя, удовлетворение его запросов, в основе ее лежит

мотив прибыльности. Там, где нет конкуренции, наступает застой. Рыночное хозяйство не может быть отделено от свободной конкуренции, оно не может отказаться от функции свободной цены. Выигрыш от конкуренции полезен всем:

* производители постоянно стремятся снизить затраты, чтобы увеличить свои прибыли. В результате повышается производительность труда, снижаются издержки, а значит и цены.

* улучшается качество товаров, постоянно увеличивается разнообразие товаров и услуг.

* расширяется и улучшается ассортимент товаров и услуг, предлагаемых по более низким ценам. В итоге выигрывает потребитель и все общество в целом.

Значение конкуренции проявляется в ее функциях, которые она выполняет всегда и повсеместно:

Функция регулирования. Для того чтобы устоять в борьбе, предприниматель должен предлагать изделия, которые предпочитает потребитель. Отсюда и факторы производства под влиянием цены направляются в те отрасли, где в них существует наибольшая потребность.

Функция мотивации. Для предпринимателя конкуренция означает шанс и риск одновременно:

* предприятия, которые предлагают лучшую по качеству продукцию или производят ее с меньшими производственными затратами, получают вознаграждение в виде прибыли, что стимулирует технический прогресс;

* предприятия, которые не реагируют на пожелание клиентов или нарушения правил конкуренции своими соперниками на рынке, получают наказание в виде убытков или вытесняются с рынка.

Функция распределения. Конкуренция не только включает стимулы к более высокой продуктивности, но и позволяет распределять доход среди предприятий и домашних хозяйств в соответствии с их эффективным вкладом. Это отвечает господствующему в конкурентной борьбе принципу вознаграждения по результатам.

Функция контроля. Конкуренция ограничивает и контролирует экономическую силу каждого предприятия. Например, монополист может назначать цену. В то же время конкуренция предоставляет покупателю возможность выбора среди

нескольких продавцов. Чем совершеннее конкуренция, тем справедливее цена.

Конкуренция вездесуща. Она пронизывает все общество, затрагивает каждого человека. Возьмем хозяина магазина. Он конкурирует с другими предпринимателями за место на рынке. Он соревнуется с другими покупателями за право купить магазин или земельный участок. Он конкурирует со многими желающими получить кредит в банке. Он вступает в состязание за наиболее выгодные сделки при покупке товаров у поставщиков. Он должен соревноваться за клиентов с другими магазинами. Он борется за то, чтобы сохранить квалифицированного работника, который может уйти на другую работу. Этот работник требует большую зарплату, значит хозяин и работник конкурируют с друг с другом.

Сферы конкурентной борьбы в условиях рынка разнообразны:

* Материально-техническая сфера – борьба за качественное сырье, новые технологии, прогрессивное оборудование;
* Транспортно-географическая - соперничество за удачное расположение фирмы вблизи источников сырья, в зоне с развитым рынком, транспортными развязками;
* Кадровая сфера - стремление заполучить квалифицированных и компетентных работников;
* Мобильная - борьба за скорость появления нового товара на рынке;
* Конечная сфера - соперничество за рынки сбыта, за потребление.

В рыночной экономике выделяют четыре вида конкуренции, соответствующие четырем типам рынков, моделям рыночного поведения субъектов: совершенную (чистую), монополистическую (несовершенную) конкуренции, олигополию и монополию. Не вдаваясь в подробную характеристику каждой из них, что входит в предмет других экономических курсов, приведем табл. 7, которая дает определенное представление о видах конкуренции.

В условиях каждой из указанных форм конкуренции предприниматель организует свою деятельность.

При совершенной конкуренции фирма получает максимальную прибыль до тех пор, пока объем производства уста-

новлен при цене, равной предельным издержкам. В долгосрочном периоде фирма может расширить масштабы производства при сохранении цен на продукцию, что позволит увеличить прибыль.

Таблица 7

Характеристика форм конкуренции (типов рыночных структур)

Признаки	Совершенная конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Монополия
Количество и размер фирм	Множество мелких фирм	Множество мелких фирм	Число фирм не велико	Одна фирма
Характер продукции	Однородная продукция	Разнородная продукция	Разнородная продукция	Уникальная продукция
Условия входа-выхода с рынка	Никаких затруднений	Никаких затруднений	Отдельные препятствия	Непреодолимые барьеры при входе
Доступность информации	Равный доступ	Некоторые ограничения	Некоторые ограничения	Некоторые ограничения
Степень контроля цен	Отсутствие контроля	Очень слабый контроль	Частичный контроль	Высокий контроль
Неценовая конкуренция	Отсутствует	Упор на рекламу, торговые марки и т.д.	Очень типична	Реклама, связи фирмы с общественными организациями
В каких отраслях	Сельское хозяйство	Розничная торговля, производство одежды	Автомобильная, сталь, бытовая техника	Местные предприятия, общественное питание

В условиях монополистической конкуренции фирма может испытать снижение спроса, так как продукт каждой фирмы несколько отличается от продукта конкурентов. Поэтому возникает необходимость увеличения расходов на рекламу, улучшения качества товара, чтобы сохранить своих покупателей.

Олигополическая конкуренция вынуждает фирмы прибегать к соглашениям по вопросам цен, обособлению рынков, о размерах выпуска продукции, качестве продукции и т.д. Вместо конкуренции фирмы начинают сотрудничать, выбирают общее руководство, определяют общие доходы и распределяют их между собой.

В условиях монополии фирма старается установить цены на основе спроса, не допускать на свой рынок конкурентов, рассчитать предельный объем выпуска товаров, предложить новый товар и т.д.

Таким образом, предприниматели при любой форме конкуренции не могут пребывать в спокойном состоянии, должны постоянно отслеживать состояние рынка, считаться со спросом и предпочтениями потребителей, анализировать позиции и намерения конкурентов.

С целю получения выгод в хозяйственной деятельности, вытеснения конкурентов с рынка, сокращения собственных расходов и достижения других успехов фирмы устанавливают свои условия, оказывают давление на других, изменяют цены, используют недостойную рекламу и т.д. Это оказывает отрицательное влияние не только на производителей, но и на потребителей. Чтобы избежать этих негативных последствий монополизации рынка, государство принимает меры по ограничению монополии, охране свободной конкуренции и, следовательно, для защиты государственных и общественных интересов.

В Узбекистане нормативно-правовую основу государственного регулирования монополистической деятельности составляют:

Законы: «Об ограничении монополистической деятельности» (2.07.1992г.), «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (27.12.1996г.), «О естественных монополиях» (19.08.1999г.), «О защите прав потребителей» (17.05.1996г).

Для сферы предпринимательской деятельности законодательство имеет прямое отношение, так как оно запрещает злоупотребление доминирующим положением на рынке, неправомерные соглашения между хозяйствующими субъектами, организационные преобразования, **ограничивающие недобросовестную конкуренцию.**

В частности, к недобросовестной конкуренции по закону относятся:

* Распространение ложных, искаженных сведений, способных нанести ущерб имуществу и деловой репутации другого хозяйствующего субъекта;
* Самовольное использование товарного знака, фирменного наименования, а также копирование упаковки, внешнего оформления;

* Получение, использование или разглашение любой информации без согласия ее владельца;

* Введение потребителя в заблуждение относительно характера товара;

* Действия, ограничивающие доступ на рынок других хозяйствующих субъектов.

Целью закона является определение организационных и правовых основ предупреждения, ограничения, пресечения монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции, обеспечение условий для формирования и эффективного функционирования конкурентных отношений на товарных рынках.

Важнейшее значение в решении этих проблем имеет Указ **«Об образовании Государственного комитета по демонополизации, поддержке конкуренции и предпринимательства» (2.05.2005г.),** который был создан на базе нескольких органов: Государственного комитета по демонополизации и развитию конкуренции, Комитета по делам об экономической несостоятельности предприятий при министерстве экономики, управления развития малого и частного предпринимательства Госкомимущества.

Основные задачи и направления деятельности нового комитета следующие:

* создание условий для ускоренного развития частного сектора, в том числе защита законных прав и интересов частного предпринимательства;

* проведение глубокого анализа финансово-экономического состояния и конкурентоспособности предприятий, реализация мер в области демонополизации, в том числе путем разукрупнения и реструктуризации крупных предприятий-монополистов, создание на их основе частных самостоятельных производств, способных эффективно конкурировать на внутреннем и внешнем рынках;

* разработка и осуществление программ реструктуризации отраслей естественных монополий, предусматривающих выделение из них и последующую приватизацию производств, способных осуществлять деятельность в условиях конкурентной среды;

* осуществление контроля за деятельностью предприятий естественных монополий с целью недопущения исполь-

зования их монопольного положения на внутреннем рынке для необоснованного искусственного завышения цен на производимую продукцию и оказываемые услуги;

* совершенствование правового поля для конкурентной среды, пресечение антиконкурентных действий со стороны крупных монополий, органов государственного и хозяйственного управления, а также органов государственной власти на местах;
* организацию системы государственной защиты прав потребителей;
* регулирование рекламного рынка с целью недопущения недобросовестной конкуренции в сфере рекламы;
* решение вопросов об экономической несостоятельности предприятий, осуществление функций в области банкротства.

Перечисленные полномочия и направления действий свидетельствуют, что вновь созданный комитет будет способствовать защите прав предпринимателей, оказанию стимулирующего воздействия на увеличение массы предприятий малого бизнеса, серьезной помощи частному сектору в упрочении позиций на рынке.

Законодательная база в области ограничения монополистической деятельности и расширения конкуренции приносит реальные положительные результаты. В Государственном реестре все меньше значится предприятий-монополистов и монопольных товаров. Так, если в 1996 г. в реестре числилось 827 предприятий-монополистов, то в 2003 г. их осталось 386 (сокращение в 2,1 раза), соответственно, количество монопольной продукции и услуг сократилось с 4351 до 247 (в 17 раз).

Из 35 предприятий химической отрасли, вырабатывающих 100 видов профильной продукции, монополистами являются 20 предприятий по 18 видов продукции. Из 117 предприятий промышленности строительных материалов, производящих 60 видов продукции – 73 монополиста по 26 видам продукции. Из 2800 предприятий пищевой промышленности, вырабатывающих 45 видов продукции, в Государственном реестре числится лишь 82 предприятия по 24 видам продукции.

Как известно, отрасли естественных монополий имеют сильное влияние на формирование цен на товары и услуги других отраслей. Поэтому в стране установлен государственный контроль над процессом ценообразования этих монопо-

лий: добыча нефти, газа, угля, производство электроэнергии, тепловой энергии, почтовая связь, водопровод и канализация, аэропорты, железнодорожный транспорт. К 2003 г. субъектов естественных монополий насчитывалось 271 предприятие по 16 видам услуг. Деятельность этих монополий не может регулироваться «естественным» путем, то есть созданием параллельных производств, в них конкуренция вообще не эффективна или невозможна. Поэтому государство вынуждено административными методами добиваться регулирования путем установления цен и других мер воздействия.

Основные понятия и термины

Внутренняя предпринимательская среда, внешняя предпринимательская среда, краткосрочное поведение предприятия, долгосрочное поведение предприятия, принцип диверсификации, принцип комплексности обслуживания, стратегия предприятия, минимизация издержек.

Вопросы для самопроверки

1. Какие мероприятия должен предпринять руководитель внутри предприятия для эффективной работы?
2. Какие факторы влияют на деятельность предприятия во внешней среде?
3. Каково соотношение внутренней и внешней среды и их влияние на деятельность предприятия?
4. Какие признаки рыночной экономики влияют на предпринимателя во внешней среде?
5. Каковы преимущества диверсификации предпринимательской деятельности?
6. Какие пути изыскания инвестиций может использовать предприниматель?
7. Какие меры более доступны в краткосрочном периоде для улучшения деятельности предприятия?
8. Какие меры должен предпринять предприниматель в долгосрочном периоде?

Варианты контрольных работ

Приведенные ниже вопросы, тезисы и суждения преподаватель может использовать для промежуточной проверки

экономических знаний и интеллектуального уровня развития студентов.

Каждому студенту можно предложить для изложения вариант из 3-5 тезисов и выставить по результатам ответов соответствующие баллы.

Вопросы и тезисы подобраны так, что они не представляют конкретный учебный материал и студент не найдет готового ответа. Он должен проявить свои творческие возможности, общий уровень развития и интеллекта. Следовательно, выставленные преподавателем баллы за каждый ответ дадут объективную оценку мышления студента и пополнят его рейтинг.

Студент может высказать свою точку зрения по каждому тезису, сказать в чем тезис не верен или противоречив, дать свой вариант или сформулировать новый тезис.

Варианты

1. а) В условиях свободного рынка прибыль – это награда, которую общество вручает тем, кто служит его интересам.

б) Возможность самостоятельно зарабатывать себе на жизнь является одним из мощных факторов, позволяющих человеку чувствовать себя личностью.

в) Тот, кто не умеет улыбаться, не должен открывать дело.

г) Женский гардероб: надеть нечего, а вешать некуда.

д) Одинокая футбольная команда желает познакомиться с олигархом.

2. а) Принцип нынешнего бизнеса: идет постоянное увеличение стоимости за счет ухудшения качества.

б) А ведь права народная мудрость: Всех денег заработать нельзя! В то же время растратить можно.

в) Кого надо больше поддерживать: своего или зарубежного производителя? Президент США Д.Кеннеди обратился с призывом: «Будь американцем – покупай американское». И тогда высочайший американский патриотизм противостал нашествию японских товаров. А как у нас?

г) Директор – такой же человек, как и все остальные, только он об этом не знает.

д) Из всех вещей время менее всего принадлежит нам и более всего не достает его.

3. а) Предприниматель – это не тот, кто хочет разбогатеть, а тот, кто постоянно ищет.

б) Формула успеха компании в том, что мы нанимаем самых лучших и талантливых людей, а затем совершенствуем и развиваем их навыки (принцип успешного предпринимательства).

в) Чем выше качество, тем выше престиж; чем выше престиж, тем выше прибыль.

г) Умные стремятся владеть информацией, мудрые результатом их обработки.

д) Люди должны сдвинуться с иждивенческих позиций и осознать, что только трудом могут изменить к лучшему свою жизнь.

4. а) Рокфеллер вспоминал: «Я начинал свой бизнес как бухгалтер и научился уважать цифры и факты независимо от того, насколько они малы».

б) Японский метод бизнеса: «Открытость к суперсовременным идеям и отсутствие страха перед рискованными проектами» (например, выпуск портативных магнитофонов с наушниками, когда было еще неясно, будут ли они востребованы).

в) Можно ли в бизнесе надеяться на простое везение? Много ли таких примеров?

г) Поступай с людьми так, как хочешь, чтобы они поступали с тобой.

д) Не говори всегда, что знаешь, но знай всегда, что говоришь.

5. а) Девиз японских предпринимателей: «К успеху ведут нехоженые тропы, но пройти по этой тропе надо первым».

б) Победите конкурента, но оставьте ему его честь. Конкурента надо побороть, но не уничтожить (глава «Сони» Акио Морита).

в) Уметь жертвовать сиюминутными интересами ради будущего прогресса. Если руководитель сконцентрирует свое внимание на сегодняшнем выигрыше, он проиграет завтра.

г) Многие студенты подобны колбасам: чем их начинят, то и носят в себе (Козьма Прутков).

д) Как все-таки мучительно больно, что бесцельно прожитые годы так быстро прошли.

6. а) Бизнес должен быть уникальным и уникальность нужно постоянно обновлять. Если вы производите и упаковывае-

те продукт тем же способом, что и два года назад, он безнадежно устарел.

б) Бизнес — это не легкая прогулка по жизни, а неустанный и тяжелый труд.

в) Богатство состоит не во владении имуществом, а в праве пользоваться им.

г) Знание стоит дорого, но незнание обходится дороже (академик В.И. Вернадский).

д) Все, кто открывает новое предприятие, всем им нужно давать медали за личное мужество (В.В.Путин).

7. а) Работать честно трудно, но экономически выгодно (относится к бизнесу).

б) Чем дороже становится жизнь, тем дешевле становится человек.

в) Наибольших успехов достигают те компании, которые сумели создать веру в единую судьбу и у работников и у руководителей.

г) Желание — тысяча возможностей, нежелание — тысяча причин.

д) Умный на критику не обижается, он ищет причины и пути исправления.

8. а) В бизнесе нет вечных друзей, есть вечные интересы.

б) Если дать человеку рыбу, он будет сыт один день, если дать удочку и научить его ловить рыбу, он будет сыт всю жизнь.

в) Риск — благородное дело. Кто не рискует, тот не пьет шампанское! Как это относится к бизнесу?

г) Какие ценности наши студенты ставят на первое место: патриотизм, трудолюбие, личное благополучие, поддержку родителей и другие ценности?

д) Человек без улыбки на лице не должен открывать лавку (древняя китайская пословица).

9. а) Со старыми взглядами и подходами невозможно построить новую жизнь (И. А. Каримов).

б) Американцы приходят на работу, чтобы работать. Для них она главное. У русских работа — это своего рода клуб (бизнесмен, вернувшийся через 15 лет из США).

в) Что лучше: продавать зерно другим странам или пропустить его через животных и произвести больше мяса, яиц, молочной продукции?

г) Какие бы задачи мы сегодня не ставили, какие бы проблемы нам не приходилось решать, в конечном итоге все упирается в кадры и только кадры.

д) Шутить надо так, чтобы потом не было мучительно больно за бесцельно выбитые зубы.

10. а) Русские не умеют гордиться своей страной. Им постоянно кажется, что в России очень плохо, а везде гораздо лучше. Я считаю, что это неправильно. Так нельзя относиться к своей стране (принцесса Шри-Ланки). А как у нас?

б) Работая без плана бизнесмен реагирует на совершающиеся события, а деятельность на основе плана - реализация на предвиденные явления.

в) У вас возникла блестящая идея по созданию собственного бизнеса, но нет денег для ее осуществления, возьмите кредит и сделайте что задумали, пока вашу идею не перехватили.

г) Играйте по-крупному. Чем большую ставку делаете, тем крупнее будет выигрыш. Чем больше вкладываете денег в бизнес, тем больше будет прибыль.

д) В России 62% юношей и девушек считают, что ради достижения успеха можно поступиться моральными принципами. Но все же 38% сказали, что никогда так не поступят. А как у нас?

РАЗДЕЛ II. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Глава 6. ЧАСТНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

1. Разнообразные формы собственности и предпринимательской деятельности.
2. Индивидуальное предпринимательство.
3. Частное предприятие.

1. Разнообразие форм собственности и предпринимательской деятельности

Важнейшей составляющей частью реформирования многоукладной экономики и конкурентной среды является изменение форм и отношений собственности. Владение, пользование, распоряжение, наследование – это правовые, организационные, экономические и социальные признаки отношений собственности, которые имеют кардинальное значение для предпринимательской деятельности.

Рыночная экономика характеризуется большим разнообразием форм собственности: В Законе «О собственности в Республике Узбекистан», принятым в 1990 г. она подразделяется на следующие формы:

* индивидуальная (личная и частная) собственность граждан;

* коллективная (ширкатная) собственность: семейная, махаллинская, кооперативная, арендная, акционерная, общественных и религиозных организаций, хозяйственных обществ и товариществ, ассоциаций;

* государственная собственность: межреспубликанская, республиканская, административно-территориальных образований (коммунальная);

* смешанная форма собственности;

* собственность совместных предприятий, иностранных граждан, организаций государств, в том числе иностранных юридических лиц.

С точки зрения предпринимательской деятельности весьма важное значение имеют следующие наиболее принципиальные положения законодательства о собственности:

1. Собственник по-своему усмотрению осуществляет право владения, пользования и распоряжения принадлежищим ему имуществом. Он может использовать имущество для осуществления любой хозяйственной или иной деятельности сам или передавать право пользования другому лицу. При этом собственность подразделяется на две категории – потребительскую и предпринимательскую (производственную). Первая удовлетворяет потребность самого собственника и членов его семьи, то есть собственность для себя. Вторая - используется для производства товаров, работ и услуг, с целью получения прибыли. Она удовлетворяет потребности общества в каких-то благах, то есть является производительной.

2. Все предприятия независимо от форм собственности пользуются равными правами. Для них действуют все ограничения, касающиеся различных сторон хозяйствования. Есть, однако, некоторые исключения. Например, определенные виды деятельности могут быть прерогативой только государственных предприятий (производство оружия, ядовитых веществ, наркотических средств и др.).

3. Для предприятий всех форм собственности существует ограничение деятельности по лицензиям. Устанавливается перечень видов деятельности, заниматься которыми можно только на основании выданных лицензий компетентными государственными органами. Требуется также разрешение заниматься предпринимательством, если для этого необходимы участок земли или природные ресурсы, которое выдают местные органы власти.

4. Собственник вправе передавать принадлежащее ему право владения, пользования и распоряжения имуществом другим лицам. В связи с этим все предприниматели делятся на собственников и не собственников. Первые – это те, имущество которых находится у них в собственности. Вторые – это те,

которые пользуются имуществом, предоставленным собственником. Это весьма существенно, так как если кто-то владеет собственностью, то он может делать с ней все, что не запрещено законом, а если оно передано другому в пользование, то собственник устанавливает ограничения и предприниматель будет связан условиями. Однако после заключения договора с указаниями всех условий, собственник не имеет права вмешиваться в хозяйственную деятельность того, кому он предоставил имущество.

5. Осуществление права собственности не должно наносить ущерба окружающей среде, нарушать права и охраняемые законом интересы граждан, предприятий, организаций и государства.

6. Собственность в любой форме неприкосновенна. Не допускается принудительное изъятие имущества у собственников, за исключением случаев предусмотренных законами. Всем гражданам, организациям и другим собственникам обеспечиваются равные условия защиты права собственности.

7. Субъектами права собственности являются физические и юридические лица, а также государство. Имущество может принадлежать на праве собственности одному, двум и более лицам. Объектами собственности могут быть земля, недра, воды, воздушное пространство, растительный и животный мир и другие природные ресурсы, предприятия, вещи, здания, квартиры, оборудование, сырье, продукция, деньги, ценные бумаги и другое имущество, а также объекты интеллектуальной собственности. Последняя имеет весьма важное значение для участия ее обладателя в предпринимательской деятельности, но однако на практике она часто остается вне поля деловых отношений.

Таковы основные формы и законодательные положения о собственности. Предпринимателю, принимающему решение о своем участии в бизнесе необходимо обоснованно подойти к выбору формы собственности, как начать дело, какую организационную систему предпринимательства создать, которая соответствовала бы его финансовым и материальным ресурсам, компетентности, опыту и другим факторам.

При этом следует отметить еще одно принципиальное обстоятельство, связанное с процессом выбора – из всех форм

собственности нет ни одной, которая считалась бы самой выгодной, эффективной и привлекательной. Все без исключения формы собственности имеют как положительные, так и отрицательные стороны. Поэтому при выборе ее форм необходимо провести анализ в какой отрасли производства, в каком регионе, в какой период времени та или иная форма собственности окажется более благоприятной для бизнеса.

Для желающих стать субъектами предпринимательской деятельности необходимо иметь ввиду, что законодательство предполагает множество случаев изменения права собственности: приобретение, прекращение, изъятие, национализация, реквизация, конфискация и т.д.

Для стимулирования предпринимательства в целом, особенно развития малого бизнеса, Закон «О разгосударствлении и приватизации» (ноябрь 1991 г.) имел важное значение. **Разгосударствление** означает преобразование государственной собственности в другие формы: коллективные и частные с созданием различных видов предприятий: кооперативы, ширкаты, акционерные общества и другие. Такая смена форм собственности по инициативе государства означает, что оно устраняется от непосредственного управления и хозяйственного воздействия на предприятия, оставляя за собой функции законодательного и регулирующего характера. Этим самым открывается простор для экономической свободы и инициативных методов хозяйствования, для деловой активности независимых производителей.

Под **приватизацией** понимается процесс передачи или продажи государственных предприятий в собственность частных или коллективных предпринимателей, то есть это по существу тот же процесс преобразования государственной собственности в другие формы. Приватизация может проводиться в виде продажи целых предприятий или их частей, продажи акций государственных акционерных обществ, преобразования государственных предприятий в общества или товарищества, продажи государственного имущества физическим или юридическим лицам и т.д.

Разгосударствление и приватизация имеют важное значение для широкого развития рыночных отношений, увеличения доли негосударственного сектора в экономике, создания

среднего класса собственников, а в конечном итоге для ускоренного развития экономики страны. Кроме того, эти процессы способствуют решению и социальных проблем: увеличению занятости населения, приобщению значительной его части к инициативной деловой сфере деятельности, сокращению доли малообеспеченных граждан и семей. Немаловажно и то, что это позволяет осуществлять либерализацию экономики, расширять конкурентную среду, увеличить приток внутренних и внешних инвестиций в развитие экономики.

Процесс создания новых собственников за счет разгосударствления и приватизации в Республике Узбекистан происходил постепенно в несколько этапов. **Начальным этапом считается появление огромной массы собственников жилья в 1992-1993 гг.** Тогда была осуществлена продажа, а в некоторых случаях и передача жилья гражданам в личную собственность. Этот процесс имел весьма важное значение в том отношении, что многие граждане почувствовали себя свободными хозяевами, обладателями, хотя и небольшого, но частного имущества, многие граждане стали ипользовать собственное жилье в целях извлечения доходов вполне на законных основаниях.

Вторым этапом считается так называемая **малая приватизация,** завершившаяся в 1993 г. передачей (продажей) госсобственности в отраслях торговли, общественного питания, местной промышленности, бытового обслуживания населения. В результате этого этапа в республике появилась масса мелких частных предприятий, начали распространяться первые ростки рыночных механизмов, часть населения постепенно приобретала личный интерес в инициативной творческой деятельности. На этом этапе было приватизировано около 55 тысяч объектов, производящих продукцию, осуществляющих работы и услуги. Часть из этих объектов превратилась в акционерные общества, часть в арендные предприятия, некоторые стали собственностью индивидуальных предпринимателей.

С середины 1994 г. начался **этап массовой приватизации,** охвативший разгосударствление средних и крупных предприятий промышленности, строительного комплекса, сельского

хозяйства, транспорта, связи, в основном в форме создания акционерных обществ. Для этого была разработана специальная государственная программа, которая предусматривала создание акционерных обществ, формирование рынка ценных бумаг, организацию фондовых бирж, Республиканской биржи торговли недвижимостью.

Таким образом, процессы разгосударствления и приватизации позволили решить глобальные задачи в области создания многоукладной экономики и конкурентной среды, разветвленной инфраструктуры, преобразования социальной сферы, вовлечения широких слоев населения в активную деловую жизнь, создания сферы малого бизнеса, активизации предпринимательской деятельности.

Приватизация способствала созданию разнообразных организационно-правовых форм хозяйствования: индивидуальное предпринимательство, частное предприятие, производственный кооператив, общества, товарищества и другие, которые входят в общую систему типологии организаций, представленной на схеме 3.

Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности – это организационно-оформленные, основанные на определенной форме собственности субъекты предпринимательства, осуществляющие деятельность в соответствии с установленным законодательством.

Все многообразные формы предпринимательства можно объединить с учетом видов собственности в две основные группы:

* частные формы предпринимательства;
* государственное предпринимательство.

В зависимости от организационных и правовых положений эти две формы могут быть индивидуальными, коллективными и иными.

Выбор той или иной организационно-правовой формы хозяйствования предпринимателем решается сугубо индивидуально с учетом множества факторов: финансовых возможностей, характера и целей бизнеса, тщательного анализа преимуществ и недостатков различных форм предпринимательства, законодательных и нормативно-правовых положений каждого из них, региональных особенностей, в которых будет действовать бизнес, наличия партнеров, инвесторов и т.д.

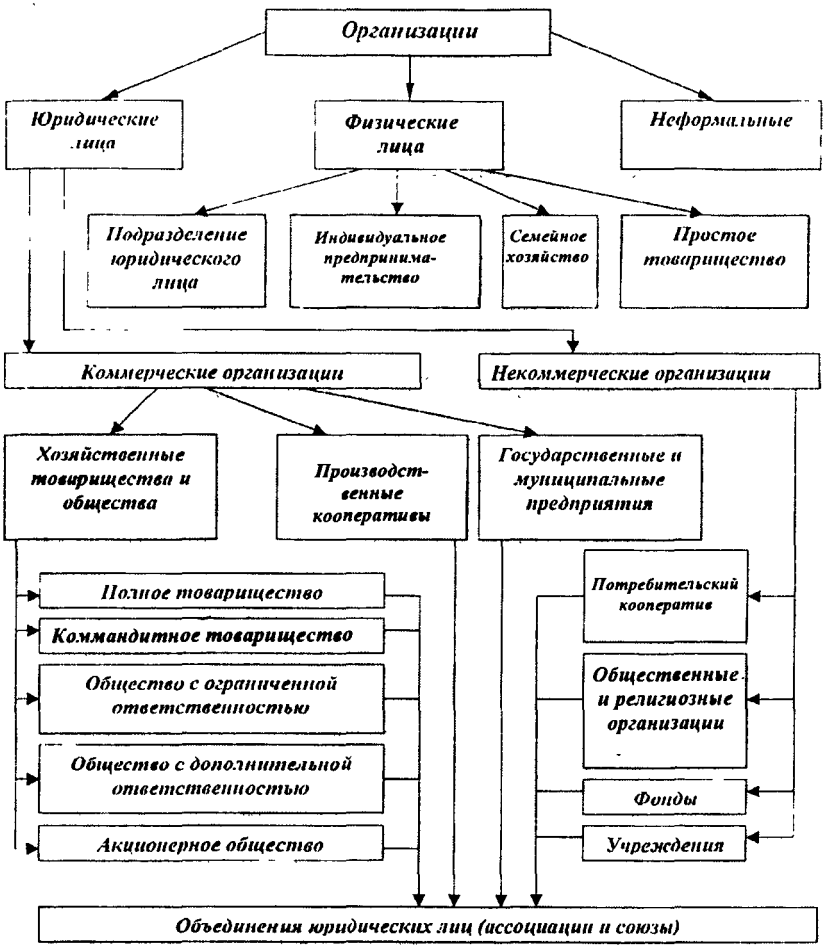


Схема 3. Типология организаций

2. Индивидуальное предпринимательство

Самой простой и доступной формой хозяйственной деятельности является **индивидуальное предпринимательство — осуществление физическим лицом предпринимательства без образования юридического лица.**

Индивидуальное предпринимательство организуется **индивидуальным предпринимателем** самостоятельно, без права

найма работников, на базе собственного имущества или имущества другого лица, взятого по договору во владение и пользование.

Физические лица могут осуществлять и совместную предпринимательскую деятельность также без образования юридического лица в следующих формах:

1. **Семейное предпринимательство** на базе общего имущества супругов и совместного труда. По соглашению членов семьи доходы при такой деятельности могут находиться в общем пользовании либо распределяться между ними в соответствии с вкладом в общие результаты труда. В ряде стран каждый трудоспособный член семьи имеет свой счет в банке, куда перечисляется его доля прибыли. При такой системе член семьи является не просто помощником главы семьи, работая когда захочет, а получает стимул трудиться с целью накопления средств на будущее. При осуществлении семейного предпринимательства от имени супругов выступает один из супругов, с согласия другого, что должно быть зафиксировано при регистрации индивидуального предпринимателя.

2. **Простое товарищество.** Это объединение двух или более лиц обязующихся по договору соединить свои вклады и совместно действовать для извлечения прибыли или достижения иной цели. В качестве вкладов могут быть денежные средства, имущество, профессиональные знания, деловая репутация и др. Ведение общих дел товарищи могут осуществлять как совместно, так и отдельными участниками. При этом каждый вправе действовать от имени всех товарищей в форме определенной договором. Распределение прибыли и покрытие убытков устанавливается либо соглашением сторон, либо пропорционально вкладам участников, в солидарной форме.

Договор товарищества могут заключать только индивидуальные предприниматели или коммерческие организации на определенный или неопределенный срок. Договор может быть прекращен в случаях: объявления кого-либо из товарищей недееспособным или безвестно отсутствующим или банкротом, отказа одного из товарищей от дальнейшей совместной деятельности, расторжения договора, заключенного с указанием срока по требованию одного из участников, при выдаче доли одного из товарищей по требованию его кредитора.

3. **Дехканское хозяйство без образования юридического лица.** Оно представляет собой семейное мелкотоварное хозяйство, осуществляющее деятельность на основе личного труда членов семьи без использования наемного труда на постоянной основе. Членами дехканского хозяйства являются глава семьи, его супруга (супруг), дети, родители и другие родственники, достигшие трудоспособного возраста и проживающие совместно.

Индивидуальный предприниматель имеет широкие права и обязанности. Он может иметь счет в банке, свой товарный знак, обладает правом пользования банковским кредитом, заключать гражданско-правовые договоры на совершение сделок, иметь право использовать персональные бланки деловой документации, печать, штампы с указанием, что он является индивидуальным предпринимателем.

Субъекты предпринимательской деятельности могут самостоятельно осуществлять внешнеэкономические операции. Они ведут учет и отчетность, которые представляют в налоговые и статистические органы. Предприниматель может реализовать произведенную продукцию в любой форме, не запрещенной законодательством. Если он имеет стационарную торговую точку, то обязан использовать контрольно-кассовый аппарат и производить ежедневную сдачу наличной выручки в учреждения банка, которые производят с ним денежные операции в законодательном порядке.

Индивидуальный предприниматель может заниматься разнообразными видами деятельности: в производственной сфере: выпуск промышленных изделий, продуктов питания, земледелием, животноводством, строительно-ремонтными работами; в сфере услуг: транспортные перевозки, туризм, бытовое обслуживание; в коммерции: розничная торговля, посредничество, снабжение и сбыт; в сфере финансовой деятельности: диллерство, брокерство и т.д.

Для занятия индивидуальным предпринимательством можно переделать жилое помещение в нежилое, если оно находится в частной собственности, если перевод не нарушет права и интересы других лиц, если есть отдельный вход или имеется возможность его создать, если жилое помещение не находится в аварийном состоянии.

Индивидуальный предприниматель может стать членом торгово-промышленной палаты или любого другого союза,

или ассоциации. В этом случае он может получить юридическую помощь, консультацию, защиту своих прав и интересов, содействие в решении конфликтов, споров с организациями и учреждениями, услуг по составлению и оформлению документов. Кроме того он может иметь товарный знак, осуществлять внешнеэкономическую деятельность.

Предприниматель уплачивает страховые взносы с целью получения права на пенсионное обеспечение и получение различных пособий. Делает он это самостоятельно, устанавливая размер страховых взносов исходя из своих возможностей, желаемого пенсионного обеспечения и пособий, но не менее суммы одной минимальной заработной платы. **Ему начисляется трудовой стаж и выдается трудовая книжка при условии, если он вносит страховые взносы в Пенсионный фонд.**

Индивидуальное предпринимательство имеет немало преимуществ:

* простота в организации начала собственного дела и осуществлении повседневной деятельности;

* полная свобода, самостоятельность и независимость в принятии решений о виде деятельности, способах реализации товаров и услуг, установлении цен, распоряжении доходами;

* материальная заинтересованность, моральное удовлетворение в реализации любимого дела;

* возможность маневрирования в изменяющейся рыночной обстановке: изменение ассортимента, цены, качества, объемов выпуска товара, места его реализации;

* относительно легкая возможность изменения организационно-правового статуса путем вхождения в производственный кооператив, товарищество и другие формы.

Вместе с тем индивидуальный предприниматель испытывает и отрицательные факторы:

* недостаточность финансовых ресурсов ввиду трудности привлечения внешних источников;

* высокий хозяйственный риск, связанный с наличием большого числа конкурентов и узкой специализацией деятельности;

* неограниченная ответственность по долгам, что может сказаться на полной или частичной потере нажитого семейного имущества;

* невозможность использовать современную технологию и современное оборудование, что ведет к высоким трудозатратам, а, следовательно, и к низкой производительности труда.

Однако, несмотря на указанные недостатки, индивидуальное предпринимательство постоянно развивается, расширяется сфера его деятельности и оно занимает видное место в экономике страны. Это связано, с одной стороны, наличием спроса населения на товары и услуги этой формы бизнеса, так как другие виды предпринимательства их не производят, с другой стороны, индивидуальное производство получает значительные стимулы и поддержку со стороны государства, о которых будет сказано в других разделах книги.

3. Частное предприятие

Частная собственность в рыночной экономике является наиболее распространенной. Субъектами права частной собственности признаются граждане, хозяйственные товарищества и общества, кооперативы, общественные объединения, общественные фонды и другие негосударственные юридические лица. В этом разделе излагаются основы создания и деятельности предприятия, основанного отдельным единоличным владельцем собственности, но в отличие от индивидуального предпринимателя, являющегося не физическим, а юридическим лицом.

Частным предприятием называется коммерческая организация, созданная и управляемая собственником — одним физическим лицом. Оно имеет в собственности обособленное имущество, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности всем принадлежащим ему имуществом. Собственник частного предприятия несет субсидиарную ответственность принадлежащим ему имуществом по обязательствам, при недостаточности имущества предприятия. Главными признаками его являются: наличие фирменного наименования, самостоятельного баланса, расчетного счета, печати, штампов и бланков.

Учредительным документом частного предприятия является его устав, содержащий сведения:

— фирменное наименование;
— местонахождение и почтовый адрес;
— перечень основных видов деятельности;
— фамилию, имя, отчество и место жительства собственника;
— размер уставного фонда и др.

Частное предприятие осуществляет предпринимательскую деятельность на основе следующих положений:

— занятие любой, не запрещенной законом деятельностью или несколькими ее видами;

— самостоятельность в планировании деятельности, реализации произведенной продукции, распоряжении полученной прибылью, установлении цен на продукцию;

— ответственность по договорным, кредитным, налоговым и другим обязательствам;

— возможность найма работников, соблюдение их прав и обязанностей, обеспечение нормальных условий труда;

— ведение бухгалтерского и статистического учета, предоставление отчетности в соответствующие органы;

— обязательная маркировка производимой продукции с указанием фирменного знака и других сведений;

— перечисление обязательных отчислений в фонды социального, медицинского страхования и социального обеспечения;

— создание неделимого уставного фонда в любых размерах.

Частное предприятие может создавать свои представительства-обособленные подразделения, расположенные вне места его нахождения, которые представляют его интересы, а также филиалы, осуществляющие все его функции: производственные, экономические и другие. Эти подразделения могут создаваться как внутри страны, так и за рубежом.

Учредителем частного предприятия является тот, кто его создает, то есть гражданин, который вкладывает имущество и денежные средства, а также права на интеллектуальную собственность.

Частное предприятие может быть двух категорий: индивидуальное-частное и семейное-частное. Разница в том, что в частном индивидуальном предприятии могут состоять лица, не связанные родственными отношениями. Семейные предприятия удобны при создании магазинов, пунктов проката,

ремонта бытовой техники, антенн, фотоателье, где необходима материальная и моральная ответственность за товары и оборудование.

Частное предпринимательство в условиях рыночной экономики получает наибольшее распространение по сравнению с другими организационно-правовыми формами хозяйствования. Однако каждому начинающему свой бизнес, надо знать, что он имеет не только положительные стороны, ему присущи трудности и недостатки, что наглядно демонстрирует табл. 8.

Таблица 8

Плюсы и минусы частного предпринимательства

Плюсы	Минусы
▪ независимость и свобода ▪ возможность личного роста ▪ престижная работа и признание в случае успеха ▪ моральное удовлетворение ▪ гибкий рабочий график ▪ принятие самостоятельных решений ▪ создание капитала на будущее ▪ чувство хозяина ▪ материальное благополучие	▪ финансовый риск ▪ потеря дополнительных льгот, предоставляемых на государственных предприятиях ▪ большая ответственность перед партнерами, наемным персоналом и другими ▪ приложение огромного труда ▪ невозможность обеспечить собственными силами высокий уровень производства и управления ▪ трудности в получении кредита

Для смягчения перечисленных недостатков частный предприниматель может использовать ряд возможностей: возложить надежды на государственную поддержку, войти в состав товарищества, использовать лизинговую или франчайзную системы партнерства.

Основные понятия и термины

Собственность и ее основные формы, организационно-правовые формы предпринимательства, индивидуальное предпринимательство, семейное предпринимательство, простое товарищество, дехканское хозяйство, частное предприятие, учредитель частного предприятия, представительства и филиалы, разгосударствление и приватизация.

Вопросы для самопроверки

1. Для чего рыночная экономика имеет различные формы собственности?
2. Какие положения закона о собственности имеют непосредственное отношение к предпринимательству?
3. Чем характеризуется индивидуальное предпринимательство?
4. Охарактеризуйте семейное предпринимательство.
5. Что такое простое товарищество?
6. Какие положения лежат в основе осуществления деятельности частного предприятия?
7. Дайте разъяснение положительных и отрицательных сторон частного предпринимательства.
8. Какие меры были приняты в Узбекистане в процессе разгосударствления и приватизации?
9. Какое значение имела приватизация для создания предпринимательского климата?

Глава 7. КОЛЛЕКТИВНЫЕ ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1. Хозяйственные товарищества.
2. Хозяйственные общества.
3. Производственные кооперативы и народные предприятия.
4. Совместные предприятия.

1. Хозяйственные товарищества

Законодательством Республики Узбекистан определены правовые основы организации и функционирования хозяйственных товариществ и обществ. К ним относятся предприятия, создаваемые по добровольному соглашению между юридическими и физическими лицами, а также совместно теми и другими на основе объединения их вкладов и имущества в целях осуществления предпринимательской деятельности.

Существуют следующие виды хозяйственных товариществ и обществ: полные и коммандитные товарищества, общества с ограниченной или дополнительной ответственностью и акционерные общества. Все они являются юридическими лицами и действуют как объединения субъектов предпринимательства.

Несмотря на многообразие их видов, они имеют общий признак – их уставный (складочный) капитал разделяется на доли. Именно это отличает хозяйственные товарищества и общества от других форм предпринимательства.

Главное же отличие заключается в том, что в товариществах учредители, как правило, принимают личное участие в делах предприятия, а в обществах такое участие необязательно. Поэтому любое лицо может являться участником лишь в одном товариществе, тогда как одно и то же лицо может быть участником нескольких обществ. В силу этого круг учредителей в товариществах гораздо уже, чем в обществах.

Для хозяйственных обществ характерным является объединение не столько личных усилий участников, сколько их

имущества. Другое важное отличие заключается в ответственности по обязательствам. В товариществах применяется **неограниченная ответственность по долгам,** когда участники расплачиваются не только общим, но и личным имуществом, тогда как в обществах применяется **ограниченная ответственность** и участники покрывают долги только в пределах общего имущества. Схематично это выглядит так: предположим, что долг составляет 20 млн. сумов, общее имущество, оставшееся после ликвидации равно 15 млн. сумов. Тогда у товарищества будет расклад такой: 20=15+5, то есть долг выплачивается в полном объеме, у общества будет 20=15+0, то есть 5 млн. сумов долга оно по закону не обязано покрывать.

Хозяйственное товарищество действует на основе **учредительного договора**, который содержит сведения:

- о виде учреждаемого товарищества, предмете, целях и сроках его деятельности;
- о составе учредителей (участников);
- о фирменном наименовании и почтовом адресе;
- о размере уставного фонда и порядке его образования;
- о размере и номинальной стоимости доли каждого участника;
- о составе, сроках и порядке внесения вкладов;
- о порядке управления деятельностью товарищества;
- о порядке распределения прибыли и возмещения убытков и др.

Обязанности участников хозяйственного товарищества заключаются в следующем: вносить свои вклады в порядке, размерах, способами и в сроки, предусмотренными учредительным договором; не разглашать конфиденциальную информацию о деятельности товарищества. Они могут нести и другие обязанности, предусмотренные законодательством. При невыполнении участником хозяйственного товарищества своих обязанностей, вызвавшим причинение вреда товариществу или его участникам, другие участники вправе потребовать возмещения убытков.

Организационная сторона товарищества должна определить, кто будет выступать от имени товарищества, объем полномочий, согласованный с остальными членами. Каждый, наделенный полномочиями, может действовать от имени то-

варищества самостоятельно. Эти лица обязаны информировать остальных членов о своих действиях.

Участники хозяйственных товариществ и обществ **обладают следующими правами:**

— участвовать в управлении делами предприятия;

— получать информацию о его деятельности, знакомиться с бухгалтерскими и другими документациями;

— принимать участие в распределении прибыли;

— получать в случае ликвидации часть имущества, оставшегося после расчетов с кредиторами.

Хозяйственные товарищества делятся на полные и коммандитные.

Полное товарищество представляет собой объединение лиц, которые договариваются о создании обособленного предприятия для совместной хозяйственной деятельности, внося для этого вклад в виде денежных средств, зданий, сооружений, транспорта, оборудования и др. Полным оно называется потому, что партнеры пользуются полными и равными правами и несут полную солидарную ответственность по обязательствам товарищества. Оно должно иметь фирменное наименование, содержащее имена либо всех, либо одного или нескольких участников с добавлением слов «полное товарищество» или «и компания».

Для осуществления финансово-хозяйственной деятельности товарищества формируется уставный фонд (уставный капитал), который составляется из номинальной стоимости долей участников. Уставный фонд должен быть не менее 50-кратного размера минимальной заработной платы. К моменту государственной регистрации товарищества каждый из его участников обязан внести не менее 30% своего вклада в уставный фонд. Остальная часть вклада должна быть внесена в срок, установленный учредительным документом, не превышающий одного года. В качестве вклада могут быть деньги, ценные бумаги, другие вещи или имущественные права, либо отчуждаемые права, имеющие денежную оценку.

Уставный фонд может быть увеличен или уменьшен по решению общего собрания, принятому единогласно. Увеличение уставного капитала производится за счет имущества товарищества. Эта сумма не должна превышать разницу меж-

ду стоимостью чистых активов товарищества и суммой уставного фонда. Соответственно, увеличивается пропорционально и номинальная стоимость долей всех участников.

Увеличение уставного фонда может происходить и за счет дополнительных вкладов участников и вклада третьих лиц, принимающихся в товарищество, что также делается по решению общего собрания, в котором определяется общая стоимость дополнительных вкладов и размер вклада каждого участника.

Уменьшение уставного фонда может осуществляться путем уменьшения стоимости долей участников товарищества и погашения долей, принадлежащих товариществу. Но такое уменьшение не должно быть меньше минимального размера уставного фонда. Участник товарищества вправе передать свою долю или ее часть другому участнику или третьему лицу с согласия остальных участников либо, наоборот приобрести долю других участников.

Высшим органом управления товарищества является общее собрание участников, которое определяет основные направления деятельности, принимает решения о распределении прибыли или убытков, изменении уставного фонда, утверждения годовых отчетов и т.д.

Каждый участник товарищества имеет один голос. В целях управления текущей деятельностью товарищества может быть предусмотрено образование исполнительного органа, порядок формирования и денежное вознаграждение его членов, который определяется учредительным договором.

Распределение прибыли и убытков товарищества между его участниками осуществляется пропорционально их долям в уставном фонде. Участники солидарно несут субсидиарную ответственность своим имуществом по обязательствам товарищества.

Коммандитное товарищество, наряду с полными товарищами (комплиментариями), состоит из одного или нескольких вкладчиков (коммандитистов), которые несут риск убытков только в пределах сумм внесенных ими вкладов и не принимают участия в осуществлении хозяйственной деятельности. В качестве вкладчиков могут быть юридические и физические лица. Это товарищество имеет и другие названия: смешанное товарищество, товарищество на вере.

Вкладчик коммандитного товарищества имеет право:

— получать часть прибыли, пропорционально внесенному им вкладу в уставный фонд, в порядке, предусмотренном учредительным документом;

— знакомиться с годовыми отчетами и балансами;

— по окончании финансового года выйти из товарищества и получить свой вклад;

— передать свою долю в уставном фонде другому вкладчику или третьему лицу.

Управление и другие позиции в коммандитном товариществе регулируются теми же правилами, что и в полном товариществе.

Объединение предпринимателей в хозяйственные товарищества приносит **немалые выгоды и положительные результаты.**

Во-первых, появляются более сильные финансовые возможности, чем при индивидуальном предпринимательстве и частном предприятии за счет сложения вкладов участников товарищества. А это позволяет реализовать более дорогостоящие и выгодные проекты.

Во-вторых, повышается эффективность производства и управления в результате общей компетентности, один партнер может хорошо разбираться в технологии производства, другой - имеет квалификацию в деле снабжения и сбыта, третий - компетентен в вопросах менеджмента, четвертый - хорошо знает экономику и бухгалтерию и т.д.

В-третьих, простота в организации, свобода и оперативность действия, заинтересованность и ответственность в решении своих функций каждым участником в достижении общих результатов.

В-четвертых, получение экономии при выполнении ряда хозяйственных процессов, сокращение расходов на обслуживание, при использовании транспорта, оборудования и т.д.

Вместе с тем у хозяйственных товариществ есть и существенные недостатки:

* неограниченная ответственность партнеров по долгам;

* возникновение вероятности взаимного недоверия и разногласий среди участников товарищества;

* неопределенность длительности существования товарищества, вследствие выхода из него участника с большой до-

лей вклада, либо недееспособности одного из партнеров, что может привести к ликвидации предприятия;

* в совокупности эти обстоятельства ведут к тому, что поставщики, потребители, кредиторы неохотно и настороженно относятся к заключению сделок с товариществами.

Из-за этих недостатков, а также по причине недостаточной информированности предпринимателей о возможностях этих форм объединения и их положительных сторонах, товарищества не получили в республике широкого распространения.

2. Хозяйственные общества

Наибольшее распространение в республике получили хозяйственные общества, в частности, общества с ограниченной ответственностью (ООО), действующих на основе Закона «Об обществах с ограниченной и дополнительной ответственностью» (6 декабря 2004 г.). Участники ООО не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества в пределах стоимости внесенных ими вкладов.

Обществом с ограниченной ответственностью называется учрежденное одним или несколькими лицами хозяйственное общество, уставный фонд (уставный капитал) которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров.

ООО имеет статус юридического лица и может создавать представительства и филиалы, выступать учредителем или участвовать в уставном капитале других юридических лиц, то есть те же права, что у хозяйственных товариществ.

Полное фирменное наименование ООО должно содержать полное наименование общества и слово «с ограниченной ответственностью». При сокращенном наименовании после этих слов указывается аббревиатура MChJ.

ООО действует на основе учредительного договора и устава. Учредительный договор содержит примерно те же сведения, что и у хозяйственных товариществ. **В уставе общества указывается:**

* полное и сокращенное фирменное наименование общества;
* предмет деятельности;

* сведения о почтовом адресе;
* состав и полномочия органов управления;
* размер уставного фонда;
* стоимость доли каждого участника;
* права и обязанности участников;
* порядок выхода участников из общества;
* порядок хранения документов и предоставления информации участникам общества и др.

Уставный фонд общества должен быть не менее 50-кратного размера минимальной заработной платы, который может быть увеличен или уменьшен решением собрания.

Высшим органом управления ООО является общее собрание участников. Уставом общества может быть предусмотрено образование наблюдательного совета, в полномочия которого входят: образование исполнительных органов, совершение крупных сделок, созыв собрания и др. Руководство текущей деятельности общества осуществляется единоличным или коллегиальным исполнительным органом, которые избираются общим собранием и наделяются им полномочиями. Контроль за деятельностью общества осуществляет ревизионная комиссия или ревизор, образование которых может быть предусмотрено уставом. В обществах, имеющих более 15 участников образование (избрание) их является обязательным.

ООО может подвергаться реорганизации, слиянию, присоединению, разделению, выделению, преобразованию, ликвидации. Наряду с ООО могут существовать общества с дополнительной ответственностью (ОДО), которые имеют некоторые отличия:

* участники солидарно несут субсидиарную ответственность по обязательствам общества своим имуществом в одинаковом для всех кратном размере к стоимости внесенных ими вкладов, определяемыми учредительными документами;
* полное фирменное наименование дополняется словом «с дополнительной ответственностью», а в кратком наименовании указывается кроме этого аббревиатура QMJ.

Если в ООО участники не несут ответственности по обязательствам общества и других участников, и отвечают только в пределах своих вкладов, то в ОДО речь идет о солидарной ответственности участников, когда они отвечают по обя-

зательствам общества и при банкротстве участников, доля ответственности которых распределяется между остальными, пропорционально их вкладам.

ООО и ОДО могут быть учредителями или иным образом участвовать в уставном фонде других юридических лиц, в порядке, установленном законодательством. Срок функционирования общества не устанавливается, если он не предусмотрен в учредительных документах.

Общество имеет в собственности обособленное имущество, учитываемое на самостоятельном балансе, может от своего имени приобретать права, нести обязанности, быть лицом и ответчиком в суде.

Законодательство оговаривает ответственность общества и его участников. Общество несет ответственность по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом. В случае банкротства общества по вине участника, на последнего при недостаточности имущества общества может быть возложена субсидиарная ответственность по его обязательствам. Государство и его органы не несут ответственности по обязательствам общества, равно как и общество не несет ответственности по обязательствам государства и его органов.

Участниками общества могут быть юридические и физические лица. Оно может быть учреждено одним лицом, которое становится его единственным участником. В этом случае учредительным документом является только устав, утвержденный этим лицом.

Число участников общества должно составлять не более 50 физических и юридических лиц. Такое ограничение является оптимальным, так как чем больше участников, тем более сложными становится контроль и управление деятельностью общества. В случае превышения установленной численности, общество в течение года должно преобразоваться в открытое акционерное общество или в производственный кооператив, либо число участников должно сократиться до нормы. В противном случае оно подлежит ликвидации в судебном порядке.

Но здесь есть выход: некоторые участники могут объединить свои вклады в любой удобной для них форме, и соответственно, число участников сократится.

Участники общества обладают широкими правами:

* участвовать в управлении делами общества;

* получать информацию о деятельности общества и знакомиться с бухгалтерскими книгами и другой документацией;

* принимать участие в распределении прибыли;

* продать или уступить свою долю в уставном фонде другим участникам;

* в любое время выйти из общества независимо от согласия других участников;

* получить в случае ликвидации общества часть имущества.

Очень важный пункт закона состоит в том, что участники общества, доли которых в совокупности составляют не менее десяти процентов уставного фонда, вправе требовать в судебном порядке исключения из общества участника, который грубо нарушает свои обязанности, либо своими действиями делает невозможной деятельность общества или существенно ее затрудняет.

В законе содержатся новые нормы и положения, регулирующие:

- порядок избрания наблюдательного совета и ревизионной комиссии и их компетенции;

- право общества самостоятельно решать вопросы формирования и использования резервного фонда;

- совершение крупных сделок, в которых заинтересованы члены наблюдательного совета, единоличный исполнительный орган или участник общества;

- порядок реорганизации и ликвидации общества, распределение имущества между участниками;

- порядок формирования, увеличения, уменьшения размера уставного фонда;

- компетенции общего собрания участников общества, наблюдательного совета, единоличного исполнительного и коллегиального органа, ревизионной комиссии.

Такой широкий комплекс правовых норм и положений, регулирующих все стороны деятельности товариществ и обществ, являющихся в основном субъектами малого бизнеса, способствует эффективному развитию и успешной деятельности этих коллективных форм предпринимательства.

Одним из самых распространенных в рыночной экономике организационно-правовых форм предпринимательской деятельности являются **акционерные общества (АО).** На практике и в быту имеет место недопонимание разницы между ООО и АО, считая что между ними почти нет различий в их организации и хозяйственной деятельности. Поэтому, прежде чем дать характеристику сущности АО, следует показать сравнение их с ООО, что наглядно демонстрирует табл. 9.

Таблица 9

Особенности АО и ООО

АО	ООО
Объединение капиталов	Объединение капиталов и деятельности участников
Действует на основе устава	Действует на основе устава и учредительного договора
При изменении состава участников учредительные документы не меняются	При изменении состава участников меняются и учредительные документы
Передача собственности одним лицом другому происходит без согласия остальных участников	Передача собственности происходит с согласия остальных участников
Выпускаемые акции являются ценными бумагами	Свидетельство внесения пая не является ценной бумагой
Число участников не ограничено	Число участников ограничено
Право решающего голоса имеют все участники собрания и возможен большой разброс мнений	Право решающего голоса имеют только учредители общества
Акционерами могут быть и не участвующие в деятельности общества	Личное участие членов в деятельности общества
Создается раздробленный акционерный капитал	Создается паевой капитал, который не дробится
Акции являются ценными бумагами и свободно обращаются на рынке	Паевые свидетельства не являются ценными бумагами, . они могут передаваться с согласия партнеров

Учитывая эти особенности можно сделать вывод, что форма общества с ограниченной ответственностью является приемлемой для малых и средних предприятий. Поэтому созданию их должен предшествовать тщательный анализ целей, условий функционирования и управления.

Акционерное общество – это юридическое лицо, учреждаемое под особым наименованием, имеющее уставный фонд, разделенный на определенное число акций, удостоверяющих обязательства по отношению к акционерам. Другое название акционерного общества – корпорация.

Акционерные общества могут создаваться двух типов. Общество, участники которого могут отчуждать принадлежащие им акции без согласия других акционеров, признается **открытым акционерным обществом (ОАО).** Оно вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции и их свободную продажу. Общество, акции которого распределяются только среди его учредителей или иного, заранее определенного круга лиц, признается **закрытым акционерным обществом (ЗАО).** Такое общество не вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции или иным образом предлагать их для приобретения неограниченному кругу лиц.

Создание АО преследует ряд целей:

* мобилизация свободных денежных средств населения;
* создание дополнительных стимулов деловой активности граждан;
* приобщение людей к стремлению пополнить свою собственность;
* повышение финансовой устойчивости разгосударствленных предприятий;
* либерализация экономической деятельности, освобождение государства от вмешательства в хозяйственный процесс субъектов предпринимательства, предоставление предприятиям хозяйственной самостоятельности.

Деятельность АО регулируется законом «Об акционерных обществах и защите прав акционеров» (26.04.1999). Закон весьма обширный, ниже излагаются его основные положения, непосредственно касающиеся предпринимательской деятельности.

АО несет ответственность по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом. Акционеры не отвечают по обязательствам общества и несут риск убытков только в пределах стоимости принадлежащих им акций. Общество же не отвечает по обязательствам своих акционеров.

Уставный фонд общества составляется из номинальной стоимости акций общества, приобретенных акционерами. Он

определяет минимальный размер имущества общества, гарантирующего интересы его кредиторов. С 1 февраля 2003 г. минимальный размер уставного фонда ОАО составляет сумму, эквивалентную 50 тыс. долл. США.

Акционерное общество может быть создано путем учреждения нового предприятия, а также реорганизации существующего юридического лица (слияния, присоединения, выделения, приватизации и т.д.). Состав учредителей ОАО не ограничен, а минимальное число их должно быть в количестве трех лиц.

Для руководства АО создаются органы управления. Высшим органом является **общее собрание акционеров,** в компетенцию которого входит:

* внесение изменений и дополнений в устав общества;
* реорганизация и ликвидация общества;
* избрание членов наблюдательного совета;
* увеличение или уменьшение уставного фонда;
* образование исполнительного органа;
* утверждение годовых отчетов, бухгалтерских балансов, распределение прибылей и убытков;
* совершение крупных сделок, связанных с приобретением и отчуждением имущества и др.

Общее руководство деятельностью АО осуществляет наблюдательный совет, который имеет право:

* определять приоритетные направления деятельности общества;
* созывать годовые и внеочередные собрания акционеров;
* давать рекомендации по размеру дивидендов по акциям и порядку их выплаты;
* создавать филиалы и дочерние предприятия и др.

Исполнительным органом общества является либо **единоличный орган (директор), либо коллегиональный орган (правление, дирекция).** Правление общества осуществляет руководство текущей деятельностью общества: организация производства, учет и отчетность, материальное обеспечение и сбыт, совершение сделок, утверждение штатов, издание приказов и т.д.

Для осуществления контроля за финансово-хозяйственной деятельностью общее собрание избирает **ревизионную комиссию,** а также утверждает аудитора общества (отдельно-

го специалиста или аудиторскую организацию), который проводит проверку деятельности общества в соответствии с заключенным с ним договором.

Общее собрание акционеров создает **счетную комиссию** в составе не менее трех человек, которая является постоянно действующим органом собрания акционеров. В его функции входит определение наличия кворума собрания, подведение итогов голосования, составление протокола.

В случае ликвидации общества общее собрание на основе предложения наблюдательного совета принимает решение о ликвидации и назначении **ликвидационной комиссии.** С этого момента к этой комиссии переходят все полномочия по управлению делами общества. Она дает объявления в печать о ликвидации общества, выявляет кредиторов и дебиторов, составляет баланс о наличии имущества, о его разделении между акционерами.

Акционерное общество обладает рядом преимуществ перед другими формами хозяйствования.

Во-первых, это возможность путем выпуска акций аккумулировать в больших масштабах финансовые ресурсы для создания, расширения, модернизации, диверсификации производства.

Во-вторых, объединением на единой правовой основе всех участников, обеспечивается уникальная форма реализации коллективной собственности, создается заинтересованность в конечных результатах работы. Путем выпуска и распространения акций появляется реальная возможность контроля и управления хозяйственной деятельностью со стороны акционеров.

В-третьих, важным фактором является ограниченная ответственность его участников, так как акционеры не несут никакой личной имущественной ответственности по обязательствам АО, рискуя лишь средствами, вложенными в покупку акций.

В-четвертых, простота операций по передаче права собственности путем купли-продажи акций. Это служит гарантией устойчивой и постоянной деятельности. Не требуется как в других формах хозяйствования переоформлять документы и заново проходить регистрационную процедуру.

В-пятых, повышается уровень организации производства и менеджмента за счет создания специального аппарата управления.

Но, как и любая другая форма предпринимательства, АО не свободно от недостатков. Создание общества требует больших издержек и затрат времени, а также сопряжено с некоторыми формальностями. Как правило, в АО налоги взимаются в полной мере, без льгот. В них устанавливается сложная система учета и отчетности. Кроме того, при большом числе владельцев акций невозможно соблюдать полный демократизм в управлении обществом, так как не все участники могут присутствовать на общих собраниях, не все предложения и мнения могут быть учтены и не все могут воспользоваться правом голоса.

В соответствии с Указом Президента РУз. «О мерах по кардинальному увеличению доли и значения частного сектора в экономике Узбекистана» (24.01.2003 г.) акционерные общества получили дальнейший стимул для осуществления предпринимательской деятельности. Отменяется ранее установленная доля государства в уставном фонде в размере 25 и менее процентов; акции приватизированных предприятий, принадлежащих государству, поэтапно реализуются на фондовом рынке. В значительной степени повышена роль общих собраний акционеров, приняты меры по предотвращению необоснованного вмешательства ассоциаций, холдингов, компаний, корпораций, концернов и других объединений в оперативную деятельность предприятий. Повышена ответственность исполнительных органов: избрание директоров на основе конкурсного отбора, заключение договора найма с директором только на один год, разработанный исполнительным органом бизнес-план подлежит утверждению общим собранием или наблюдательным советом, материальное стимулирование директоров и председателя наблюдательного совета зависит от эффективности деятельности АО.

Эти меры приняты в целях стимулирования ускоренного развития частного сектора, кардинального повышения его роли и значения в экономике страны, коренного совершенствования системы корпоративного управления приватизированными предприятиями.

3. Производственные кооперативы и народные предприятия

В Республике Узбекистан функционируют потребительские, производственные, жилищные, садоводческие и другие кооперативы. Характеристика деятельности производственного кооператива следующая:

Производственный кооператив – это коммерческая организация с правами юридического лица, которая владеет, пользуется и распоряжается принадлежащим ему на правах коллективной собственности имуществом. Он представляет собой добровольное объединение физических и юридических лиц для достижения общих целей в хозяйственной деятельности. Численность членов кооператива – граждан не может быть менее трех человек, членом кооператива может быть каждый гражданин, достигший 16-летного возраста. Коллективными членами кооператива могут быть предприятия и организации всех форм собственности, а также другие кооперативы и товарищества. В деятельности кооператива могут участвовать по трудовому договору (контракту, соглашению) наемные работники.

Члены кооператива несут ответственность по долгам ликвидированного кооператива имуществом кооператива, а при его недостаточности сумма долга распределяется пропорционально сумме годового дохода каждого члена кооператива.

Производственный кооператив имеет два важных отличия по сравнению с АО, товариществами и другими формами предпринимательства. Первое – учредители кооператива обязаны сами производительно трудиться в своем кооперативе. Второе – основой распределения доходов является личный вклад каждого участника в конечный результат деятельности кооператива.

Учредительным документом кооператива является устав, содержащий сведения о правах, обязанностях и ответственности членов кооператива, о его названии, адресе, предмете деятельности и другие.

Управление кооперативом осуществляется его **высшим органом – общим собранием,** конференцией, съездом, который избирает председателя (правление), ревизионную ко-

миссию (ревизора), делегируя им свои полномочия по управлению кооперативом. Каждый член кооператива, в том числе коллективный, имеет один голос независимо от размера его имущественного вклада. Общее собрание решает следующие вопросы:

- принимает устав кооператива;
- избирает (нанимает) председателя, правление, ревизионную комиссию, заслушивает отчеты об их деятельности;
- принимает и увольняет членов кооператива;
- принимает правила внутреннего распорядка, о материальной ответственности за ущерб, об оплате труда;
- определяет размеры взносов в кооператив;
- утверждает планы деятельности кооператива;
- устанавливает порядок распределения прибыли и др.

Производственные кооперативы имеют определенные преимущества:

* прибыль распределяется между членами кооператива не пропорционально паям, а в соответствии с их трудовым вкладом. В таком же порядке распределяется имущество, оставшееся после ликвидации кооператива. Такой порядок распределения доходов и имущества материально стимулирует членов кооператива трудиться эффективно и добросовестно;

* кооператив может расширять число своих членов, так как не устанавливается ограничение количественного его состава;

* ввиду того, что каждый член кооператива имеет один голос создается равенство между ними в делах управления и согласования действий.

Кооперативы были одной из первой организационно-правовой формы предпринимательства рыночной экономики, возникшей еще в пору командно-плановой системы в конце восьмидесятых годов XX века, когда был бум «кооперативного движения». Было создано огромное количество производственных кооперативов (артелей) во всех отраслях народного хозяйства. Но в последующие годы с возникновением других форм предпринимательской деятельности кооперативы стали сокращаться и преобразовываться в другие субъекты рыночной экономики. В настоящее время их удельный вес в негосударственном секторе экономики составляет незначительное место.

Есть и еще одна организационная форма коллективного предпринимательства – так называемые народные предприятия. Суть их в том, что собственниками такого предприятия являются все работники: рабочие, служащие, руководители. У каждого из них в общем фонде есть своя индивидуальная доля, стоимость которой пополняется ежеквартально и может быть выдана полностью только при увольнении или при уходе на пенсию. Эта доля подлежит праву наследования, либо собственник может оставить свою долю на предприятии и получать с нее доход.

В народных предприятиях осуществляется особый материальный интерес работников. Здесь уместно напомнить, что в любой организационной форме предпринимательства, при любой форме собственности должен действовать главный принцип: чтобы практически заставить человека работать хорошо – надо сделать так, чтобы он сам захотел это делать, а для этого он должен знать цель, ради которой работает, его нужно сделать участником общего дохода. В коллективном предприятии работник должен усвоить, что его достаток зависит от общей прибыли, от того насколько экономно и интенсивно он работает, насколько успешно трудятся его коллеги рядом.

Исходя из этого положения в народном предприятии действует стимулирующий принцип – от вклада каждого в общий результат работы, а именно, в зависимости от квалификации и отработанного времени (по трудовому участию).

По форме народного предприятия осуществляет свою деятельность знаменитый офтальмологический центр в Москве имени академика С.Федорова, где каждому члену коллектива, начиная от генерального директора и кончая уборщицей, присвоены категории и коэффициенты в баллах, которые лежат в методике распределения дохода.

Механизм создания народного предприятия следующий. Коммерческая организация может быть преобразована в народное предприятие решением его участников, если за это проголосуют три четверти всех работников. После этого заключается **договор о создании народного предприятия,** который подписывается всеми участниками преобразуемого предприятия. В договоре указывается: порядок осуществления со-

вместной деятельности, размер уставного фонда, права и обязанности участников, сведения о количестве акций, которыми может владеть участник, формы оплаты акций и др.

Затем принимается **устав народного предприятия,** содержащий следующие сведения: наименование предприятия, местонахождение, размер уставного фонда, условия оплаты, количество и номинальную стоимость акций (если предприятие превращается в акционерное общество).

Органами управления народным предприятием являются общее собрание, наблюдательный совет, генеральный директор, контрольная комиссия, каждый из которых имеет свою компетенцию.

4. Совместные предприятия

Совместными предприятиями (СП) принято считать такие, в которых иностранные инвестиции составляют не менее 30% акций (долей, паев) или уставного фонда. Они создаются и действуют в любых организационно-правовых формах предпринимательства. Одним из участников предприятия с иностранными инвестициями обязательно должен быть иностранный предприниматель. СП может быть создано либо путем его строительства заново, либо в результате приобретения иностранным инвестором доли участия (пая, акций) в ранее учрежденном отечественном предприятии.

Для экономики республики СП имеют важное значение, так как объективно сложившееся экономическое положение, уровень науки и техники не позволяют на нынешнем этапе производить многие виды продукции и услуг, особенно импортозамещающие и экспортоориентированные. Поэтому одним из приоритетных направлений внешнеэкономических связей республики является эффективное использование передового опыта и современной технологии развитых индустриальных стран. А для этого необходимо постоянное привлечение зарубежных финансовых ресурсов в форме инвестирования их в предприятия различных отраслей.

Создание СП позволяет привлечь в республику прогрессивную технологию и высокопроизводительное оборудование, квалифицированных специалистов. Они способствуют формированию национальных кадров рабочих, инженеров, ме-

неджеров, значительно повысить предпринимательскую активность местного населения в различных регионах республики. Важное значение имеет производство новейших видов продукции и увеличение объема экспорта, что способствует пополнению бюджета иностранной валютой.

Для успешной деятельности иностранных инвесторов в республике была разработана и принята обширная законодательная база. В апреле 1999 г. приняты два закона: «Об иностранных инвестициях» и «О гарантиях и мерах защиты прав иностранных инвесторов», а в последующие годы принят ряд других правовых актов, способствовавших привлечению зарубежных инвестиций и созданию СП, обеспечивая благоприятный правовой, финансово-экономический режим стимулирования их деятельности.

Указом Президента Республики «О дополнительных мерах по стимулированию привлечения прямых частных иностранных инвестиций» (11 апрель 2005 г.) были предусмотрены следующие льготные условия:

* предприятия отраслей экономики, привлекающие прямые иностранные инвестиции, освобождаются от уплаты по основной деятельности налога на доходы (прибыль), налога на имущество, налога на развитие социальной инфраструктуры и благоустройство территорий, экологического налога, единого налога для малых предприятий и микрофирм, а также обязательных отчислений в республиканский дорожный фонд;
* эти налоговые льготы предоставляются при объеме прямых частных иностранных инвестиций: от 300 тысяч до 3 млн. долларов – сроком на 3 года, свыше 3 млн. до 10 млн. – на 5 лет, свыше 10 млн. – на 7 лет;
* льготы применяются при условиях, если доля иностранных участников в уставном капитале составляет не менее 50%, если вложения осуществляются в СКВ, применяется современное технологическое оборудование, доход направляется на реинвестирование предприятия.

Эти меры будут способствовать более ускоренному притоку инвестиций, развитию совместного предпринимательства, прогрессивному совершенствованию производства.

На начало 2005 г. было зарегистрировано около 5000 предприятий с иностранными инвестициями, из которых 88% были

действующими. Если в 1994 г. удельный вес прямых иностранных инвестиций в общем объеме капитальных вложений в экономику Узбекистана составлял всего 1,2%, в 1999 г. он поднялся до 24,3%, то в 2005 г. составил – 40%.

Из общего числа СП в промышленности действовали 42%, в торговле, общественном питании, посредничестве – 32%, в остальных отраслях – 26%. Примечательно, что иностранные инвестиции большей частью направлялись в реальный сектор экономики. Так, доля промышленных СП в общем объеме производства составляла в 2005 г. около 79%. Наибольшее количество СП создано с участием инвесторов из России, США, Южной Кореи, Германии, Турции, Израиля и других стран.

В Узбекистане создано также несколько десятков производств со стопроцентным иностранным капиталом. Одно из них Ташлакская фабрика нетканых материалов, на которой созданы новые рабочие места, сотни работников обучены новым профессиями, выпускается конкурентоспособная продукция мирового качества.

В 2003 г. объем производства СП составил 1940 млрд. сумов, из них объем промышленного производства 1230 млрд. или 85,7%, работ и услуг 210 млрд. сумов или 14,6%. Доля экспорта в общем объеме экспорта республики на СП приходилось 15,2%, а доля импорта – 29%.

Объем производства СП в 2004 г. по сравнению с предыдущим годом возрос на 24%, а их экспорт увеличился на 39%, их доля в общем объеме производства достигла 20%.

Основные понятия и термины

Хозяйственные товарищества и общества, полное товарищество, коммандитное товарищество, ограниченная и неограниченная ответственность, учредительный договор и устав, акционерное общество, общество с ограниченной ответственностью, производственный кооператив, совместное предприятие, субсидиарная ответственность.

Вопросы для самопроверки

1. Какая разница между хозяйственными товариществами и обществами?

2. Дайте характеристику полного товарищества.
3. Дайте характеристику коммандитного товарищества.
4. Каковы преимущества и недостатки товариществ?
5. Дайте характеристику общества с ограниченной ответственностью.
6. Дайте характеристику акционерного общества и отличие его от ООО.
7. Как управляется АО?
8. Каковы преимущества и недостатки АО?
9. Каковы принципы и особенности производственного кооператива?
10. Какова роль в экономике совместных предприятий?
11. Как развивается совместная предпринимательская деятельность в Узбекистане?

Глава 8. ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

1. Особенности и необходимость развития предпринимательства в сельской местности.
2. Фермерские хозяйства.
3. Дехканские хозяйства.

1. Особенности и необходимость развития предпринимательства в сельской местности

Важное социально-экономическое значение в условиях либерализации имеет правильное определение направлений предпринимательской деятельности населения, особенно в сельской местности. Именно на селе имеется избыток рабочей силы, слабо развита инфраструктура, ограничены земельные площади в условиях орошаемого земледелия и другие особенности. Поэтому в преобразованиях проводимых в республике, особое место отводится реформам в сельском хозяйстве, которые ставят важнейшей задачей повысить производительность и эффективность сельскохозяйственного производства, коренным образом изменить условия жизни и труда жителей села.

Исходя из этих особенностей и задач хозяйственная деятельность предпринимательских структур в сельском хозяйстве в отличие от других отраслей должна развиваться на основе особых методов, принципов и форм, главные из которых заключаются в следующем:

1. В условиях орошаемого земледелия и ограниченности поливной пашни предпочтение отводится арендной форме собственности и системе хозяйствования, базирующейся на договорных отношениях.

2. Усиление самостоятельности товаропроизводителей в размещении сельскохозяйственных культур с учетом специализации и на основе заключенных договоров контрактации,

а также в распоряжении результатами своего труда, включая произведенную продукцию, имущество, финансовые и материальные ресурсы.

3. Развитие организационно-правовых форм хозяйствования в виде ширкатных, фермерских и дехканских хозяйств. Особо приоритетное развитие должны получить фермерские хозяйства, которые в перспективе должны стать основными производителями на селе.

4. Создание экономических и правовых условий для обеспечения интересов сельскохозяйственных товаропроизводителей, подчинив этой цели деятельность заготовительных, перерабатывающих предприятий, поставщиков материально-технических ресурсов, финансово-банковских учреждений и др. Для этого создается и постоянно совершенствуется обслуживающая инфраструктура, альтернативные машинно-тракторные парки, мини-банки, склады минеральных удобрений, предприятия по снабжению горюче-смазочными материалами, учреждения водопользования.

5. Устранение административно-командных методов и распределительных функций со стороны государственных структур, в частности, Минсельводхоза в отношении фермерских и других субъектов предпринимательства.

6. Распространение принципов кооперации в аграрном секторе, особенно в процессах кооперированного обслуживания при выращивании урожая, его уборке и транспортировке, а также реализации.

7. Совершенствование договорных отношений на поставку сельскохозяйственной продукции, оказание услуг, ремонт и использование техники, а также фьючерсных и лизинговых контрактов с фермерскими и другими хозяйствами.

Осуществление эффективных методов хозяйствования сельских предпринимателей зависит от налаживания нормальных условий жизни на селе, для чего там надо активно развивать малый бизнес по выполнению строительных работ, бытовому обслуживанию, переработке сельхозпродуктов, а также учреждений культуры, образования, искусства и др.

С учетом требований переходного периода и дальнейшей стратегии либерализации и модернизации сельской экономики со стороны государства особое внимание уделяется ока-

занию действенной поддержке сельхозпроизводителей, которая осуществляется по многим направлениям: ежегодный пересмотр закупочных цен на хлопок-сырец и зерновые культуры с учетом изменения конъюнктуры цен на мировом рынке, повышения эффективности сельхозпроизводства, роста доходов тружеников села.

При Министерстве финансов создан специальный фонд для расчетов за сельскохозяйственную продукцию, закупаемую для государственных нужд. Практикуется также авансирование сельских товропроизводителей. Эти меры позволяют наладить систему расчетов за выращенную продукцию, за поставляемые селу материальные ресурсы (горючее, электроэнергию, семена, удобрения), обеспечить своевременную выплату заработной платы работникам.

Проводятся меры по санации убыточных предприятий, оказанию им конкретной материальной и финансовой помощи, что позволяет восстановить экономическую и финансовую деятельность хозяйств, внедрить передовые формы организации производства и труда, упорядочить систему учета и отчетности, привести в норму численность работающих.

За последние 80 с лишним лет формы хозяйствования на селе претерпели большие изменения: товарищества по обработке земли, сельскохозяйственные артели, колхозы, совхозы, арендные, семейные хозяйства, акционерные общества, межхозяйственные пердприятия, агрофирмы, ширкатные, фермерские, дехканские хозяйства. Это свидетельствует о том, что постоянно происходил нелегкий поиск наиболее эффективных форм хозяйствования путем административного, организационного, экономического, стимулирующего воздействия на тружеников села.

Все они сводились к тому, чтобы заставить их трудиться производительно, рачительно хозяйствовать, повышать свой жизненный уровень, увеличивать богатство страны. Преследовались и другие цели: повысить культуру села, приблизить условия жизни на селе к городским, стереть грань между ними. Преобразования в этих направлениях продолжаются и в настоящий переходный период к рыночной экономике.

В период командно-административной плановой системы преобладающими формами хозяйствования были **государ-**

ственные сельскохозяйтсвенные предприятия (совхозы) и коллективные хозяйства (колхозы). За период 1990-1998 гг. все совхозы были преобразованы в различные формы негосударственных хозяйств. В эти годы была создана правовая база, проведено реформирование экономических отношений на селе, что послужило резкому сокращению доли государственного сектора в общем объеме валовой продукции сельского хозяйства. В этот же период сокращается и количество колхозов, причиной чего послужил ряд обстоятельств. Колхозы не стали по настоящему коллективными хозяйствами, их собственностью и хозяйственной деятельностью распоряжалось государство через свои местные организации и партийные органы. Они по существу назначали их руководителей, делили и укрупняли колхозы, превращали их в совхозы, распоряжались распределением произведенной продукции. В колхозах вся собственность была общая, ни один член колхоза не владел частью общего имущества, никому не разрешалось выделить ее долю для частного ведения собственного хозяйства. В результате в колхозе не было личной материальной заинтересованности. Государство зачастую вынуждено было поддерживать финансовое состояние колхозов.

В 1998-2001 гг. более 87% колхозов были преобразованы в новые организационные формы – **ширкатные хозяйства** (ширкат). Идея их создания и условия деятельности были логично обоснованы.

Ширкат - это сельскохозяйственный кооператив, в котором все имущество (кроме неделимого фонда), так называемый паевый фонд, распределяется между членами кооператива на имущественные паи, на которые дехкане имеют право получать часть прибыли кооператива в виде дивидендов. По сути, дехкане являются акционерами. С другой стороны, члены ширката работают на условиях семейного порядка на выделенных во временное пользование земельных участках и получают за свой труд заработную плату.

Таким образом, в ширкатах по сравнению с колхозами член хозяйства имеет двоякую заинтересованность: общественную и личную. Первая заключается в том, что чем эффективнее деятельность ширката, тем больше прибыль, а значит и дивиденд. Ежегодно пай возрастает на сумму дивиденда. Сле-

довательно, чем более успешно осуществляется хозяйствование в ширкате, тем больше доход каждого труженика. К тому же, если каждый будет производительно трудиться, тем будет выше его заработок. Здесь имеет место сочетание интересов кооператива и дехкан.

Однако материальные стимулы в ширкатах не проявились в полной мере, многие хозяйства оказались в убыточном положении. Причин тут несколько. Имущество было поделено на паи, а земля осталась общей, она выделялась семьям во временное пользование. Это не заинтересовывало дехкан по хозяйски использовать землю. Между отдельными семейными коллективами и управленческим аппаратом ширкатов не сложились нормальные взаимоотношения, так как роль их в управлении общими делами была совершенно незначительной. К тому же во главе многих ширкатов не было компетентных руководителей и специалистов. Формы и методы организации труда в ширкатах не изменились и остались на уровне колхозных. Были причины и общего характера: недостаток материально–технических средств, неотлаженность ценообразования и механизма финансирования сельского хозяйства.

В результате этого с 1998 г. начался этап преобразования убыточных ширкатных хозяйств в фермерские хозяйства. Интенсивность преобразовательного процесса возрастала из года в год. За 1998-2000 гг было преобразовано 21 сельхоз кооперативов, в 2001 г. – 52, в 2002 г. – 86, в 2003 г. – 178.

Однако изменение форм хозяйствования происходит только в убыточных ширкатах. Благополучно работающие хозяйства могут продолжать свою деятельность, так как в них материально–стимулирующие факторы и другие положительные стороны вполне устраивают членов коллектива.

2. Фермерские хозяйства

Фермерское хозяйство – самостоятельный хозяйствующий субъект, ведущий товарное сельскохозяйственное производство с использованием земельных участков, предоставленных в аренду. Они создаются преимущественно на тех землях и территориях, где нет избытка трудовых ресурсов. В законе «О фермерском хозяйстве» (26 августа 2004 г.) определен поря-

док создания животноводческих, растениеводческих, садоводческих и других хозяйств с выделением определенного размера земельных участков, в аренду до 50 лет. Фермерское хозяйство действует на основнии устава, каторый содержит:

* Наименование фермерского хозяйства:
* Фамилию, имя, отчество и место жительства главы ФХ;
* Сведения о местонахождении ФХ и его почтовый адрес;
* Специализацию и основные виды деятельности ФХ;
* Размер уставного фонда и др. сведения.

Фермерскому хозяйству предоставлены широкие права, главные из которых таковы: заключать контракты, распоряжаться произведенной продукцией, приобретать акции, получать кредиты, предоставлять в залог право аренды земельного участка и др. В обязанности его входит: обеспечивать целевое, эффективное и рациональное использование земельного участка, осуществлять мероприятия по улучшению его мелиоративного состояния, обеспечивать государственные поставки продукции, соблюдать агротехнические требования и др.

Главой фермерского хозяйства является его учредитель — фермер, который должен иметь соответствующую квалификацию или опыт работы в сельском хозяйстве. Он определяет сумму уставного фонда, нанимает работников, деятельность которых регулируется трудовым договором (контрактом) в соответствии с законодательством.

В Узбекистане идет процесс ежегодного поступательного движения фермерской системы ведения хозяйства и возрастания доли фермеров в производстве сельскохозяйственной продукции, о чем свидетельствует табл. 10.

Данные таблицы показывают, что фермерские хозяйства в основном специализируются на производстве хлопка-сырца, зерновых и бахчевых культур. Здесь их доля достигает и даже превышает одну треть и более половины их производства в целом по республике. Другие виды продукции: картофель, фрукты и животноводство приходятся на долю дехканских хозяйств.

В настоящее время в среднем на одного фермера приходится около 24 гектаров земельных угодий, в каждом фермерском хозяйстве занято 7 человек. Из числа функционирующих фермерских хозяйств 86% в основном занимаются про-

изводством зерна и хлопка-сырца, 7%-животноводческой продукции и 7%-выращивают овощи и фрукты.

Таблица 10

Доля фермерских хозяйств в валовой продукции сельского хозяйства (в %)

Продукция	1992г.	1995г.	2000г.	2002г.	2003г.	2005г.
Хлопок	0,02	2,6	10,4	31,1	37,8	66,0
Пшеница	0,6	3,8	14,0	27,3	36,1	55,0
Картофель	0,4	2,0	4,0	3,9	3,8	4,0
Овощи	0,3	1,8	5,0	7,5	10,6	13,4
Бахчевые	0,7	4,8	11,0	16,5	30,3	39,5
Фрукты	1,2	1,8	4,0	7,1	7,2	7,4
Мясо	0,4	2,1	1,0	2,1	1,9	2,1
Молоко	0,3	1,9	1,0	2,2	2,1	2,2
Яйца	0,3	0,4	2,0	3,4	3,7	3,9

Для создания фермерским хозяйствам условий с целью устойчивого и эффективного ведения хозяйственной деятельности осуществляется государственная поддержка в следующих направлениях:

* Из государственного бюджета выделяются средства на мелиорацию, содержание и строительство водохозяйственных объектов;

* Созданы специальные фонды льготного кредитования с низкой процентной ставкой;

* Вновь созданные фермерские хозяйства освобождаются от уплаты налога на доход и земельного налога на два года;

* Создан и действует механизм лизинга на приобретение тракторов, комбайнов и другой сельскохозяйственной техники;

* Для обслуживания фермерских хозяйств создана необходимая инфраструктура.

Эти меры способствовали ускоренному увеличению количества фермерских хозяйств. На начало 2004 г. их насчитывалось уже 87,5 тысяч единиц, по сравнению с предыдущим годом число фермерских хозяйств увеличилось на 14 тысяч единиц.

Значительно повысилась и эффективность деятельности этой формы хозяйствования. По сравнению с ширкатными

хозяйствами фермеры стали работать более рентабельно. Производительность труда, то есть выработка на одного работающего в фермерских хозяйствах стала выше на 200 тыс. сумов, чем в ширкатах. Также сократились у них и расходы на выращивание хлопка–сырца и зерновых культур в расчете на один гектар примерно на 15%. Урожайность этих культур была на 4 центнера выше с каждого гектара посевов. Повысилась и эффективность использования материальных ресурсов, что повлияло на снижение себестоимости сельскохозяйственной продукции.

Однако в деятельности фермерских хозяйств есть недостатки и трудности, главные из которых заключаются в мелких размерах земельных площадей, приходящихся в среднем на одно хозяйство, низком уровне технического оснащения (некоторые фермеры не имеют собственного трактора, автомобиля и другой техники), неурегулированность взаимоотношений с органами инфраструктуры и др.

В деле дальнейшего развития фермерского движения предстоит проделать немалую работу. Прежде всего, это экономическое и материальное стимулирование, совершенствование экономического механизма хозяйственной деятельности. Это касается и налаживания достоверного учета и отчетности, анализа хозяйственной деятельности. Каждый фермер должен хорошо представлять сегодняшние достижения, сопоставлять затраты и доходы, определять конкретные меры по улучшению хозяйствования, и видеть дальнейшую перспективу. Это касается организации и оплаты труда работников, которые должны быть нацелены на качество и производительность труда.

Одним из факторов стимулирования сельхозпроизводства является договорная система, где пока еще есть недоработки как при заключении, так и при выполнении договоров. В составляемых договорах должна быть предельная прозрачность, информированность товаропроизводителей, конкретная ответственность сторон, соблюдение прав фермеров. В этом деле должен быть конкретный механизм, который позволял бы четко прослеживать составление договоров и соблюдение обязательств между производителями сельскохозяйственной продукции и организациями, которые обслуживают и обеспечивают сельское хозяйство всем необходимым: техникой, го-

рючим, транспортом, семенами, удобрением, а также финансово–кредитными структурами.

В сельскохозяйственном производстве применяются две системы ценообразования на реализуемую продукцию, от которых зависит финансовое положение фермерских хозяйств. Одна система включает хлопок-сырец и пшеницу, которые находятся под государственным заказом и цены на них регулируются соответствующими государственными организациями. Для других видов продукции (например, рис) реализация находится в ведении местных органов власти. По остальным видам продукции ценообразование зависит от спроса и предложения, которое складывается на рынках, а также на основе договоров между перерабатывающими предприятиями и производителями сельскохозяйственной продукции.

Таким образом, фермерские хозяйства не могут оказывать влияние на произведенную ими продукцию. Все зависит от обстоятельств или решений других структур. Для устойчивости финансового положения фермерских хозяйств, стимулирования их дальнейшего развития необходимо упорядочить систему ценообразования.

В системе мер по реформированию сельского хозяйства весьма важное значение имел Указ «О концепции развития фермерских хозяйств на 2004-2006 годы» (24 марта 2003 года), в котором определены основные задачи фермерских хозяйств, как наиболее эффективной формы организации сельскохозяйственного производства. В концепции были намечены следующие меры:

1. Совершенствование земельно-водных отношений: упрощение договоров аренды земельных участков, заключая их не с ширкатными хозяйствами, а с хокимиятами районов без взимания платы и сборов; повышение ответственности фермеров за целевое, рациональное и эффективное использование земельных и водных ресурсов, повышение плодородия почв и мелиоративное улучшение земель; введение нового порядка исчисления единого земельного налога с учетом ценности сельхозугодий.

2. Совершенствование финансово–кредитного механизма: укрепление финансового положения фермерских хозяйств и обеспечение им возмещения всех затрат полученными дохо-

дами; перевод фермерских хозяйств на прямое упрощенное кредитование; развитие их кредитования через кредитные союзы; предоставление дополнительных льгот фермерам приаралья и других регионов, находящихся в трудных климатических зонах; привлечение инвестиций и развитие инфраструктуры села.

3. Укрепление материально-технической базы фермерских хозяйств и оказание сервисных и правовых услуг: осуществление доступности материально–технических ресурсов для фермерских хозяйств; развитие объектов производственной и рыночной инфраструктуры; расширение лизинговых услуг по поставке техники и оборудования; формирование в регионах системы правовых институтов для защиты интересов сельхозпроизводителей.

4. Совершенствование системы заготовки, переработки и реализации продукции: экономическое стимулирование увеличения объемов производства продукции, ее переработки и экспорта; совершенствование системы маркетинговой службы по изучению конъюнктуры внешнего и внутреннего рынка; совершенствование системы прямых договорных отношений между фермерскими хозяйствами и заготовительными, перерабатывающими и обслуживающими село организациями; создание условий для добровольного вступления фермерских хозяйств в кооперативы, общества, союзы и другие объединения.

5. Совершенствование трудовых отношений и подготовки кадров: формирование трудовых отношений между фермером и наемными работниками на основе договоров; организация постоянно действующих бизнес–школ по подготовке и переподготовке фермеров, их стажировки в развитых зарубежных странах; ускоренное развитие сферы услуг для создания рабочих мест в целях обеспечения занятости высвобождаемых в процессе преобразования ширкатов в фермерские хозяйства; стимулирование фермеров, организующих непрофильные производства; привлечение в регионы, испытывающих дефицит трудовых ресурсов, лиц из густонаселенных районов для создания фермерских хозяйств.

Реализация Концепции принесет следующие ожидаемые результаты к 2007 г:

- увеличение удельного веса земельных площадей, закрепленных за фермерскими хозяйствами с 17,5 до 63,3% от общей площади сельскохозяйственных угодий и до 72,1% - орошаемых площадей;

- доля фермерских хозяйств в валовой продукции сельского хозяйства достигнет 25%, объем производства сельскохозяйственной продукции в фермерских хозяйствах увеличится в 2 раза;

- сеть объектов инфраструктуры по обслуживанию фермерских хозяйств увеличится до 8,2 тысячи;

- в результате развития фермерских хозяйств в период 2004-2006 годы из сельского хозяйства высвободились около 77 тысяч человек, в отношении которых были приняты меры по трудоустройству.

Одним из пунктов концепции предусматривается быстрый рост объектов инфраструктуры для обслуживания фермерских хозяйств. Программой развития производства и рыночной инфраструктуры на селе, принятой Кабинетом Министров количественный состав этих объектов показан в табл. 11.

Таблица 11

Количество созданных и планируемых объектов инфраструктуры для обслуживания фермерских хозяйств

Объекты инфраструктуры	Созданы в 1998-2003 гг.	Созданы в 2004-2006 гг.
Мини банки	442	588
Сеть по реализации ГСМ	514	788
Сеть по реализации минеральных удобрений и средств защиты растений	471	394
Ассоциации водопользователей	516	990
Альтернативные МТП	579	1018
Сеть по заготовке сельхозпродукции	110	318
Сеть по реализации племенного скота и зооветеринарным услугам	108	258
Сеть информационного обеспечения и консалтинга	84	228

Естественно, объекты инфраструктуры не только возрастут, но и значительно повысится объем и качество предос-

тавляемых услуг, а именно, фермерские хозяйства получат их своевременно, по реальной стоимости, на справедливой основе будут налажены взаимоотношения хозяйств со всеми организациями инфраструктуры.

3. Дехканские хозяйства

Дехканским хозяйством считается семейное мелкотоварное хозяйство, осуществляющее производство и реализацию сельскохозяйственной продукции на основе личного труда членов семьи на приусадебном земельном участке, предоставленном главе семьи в пожизненное наследуемое владение. В качестве субъекта предпринимательской деятельности дехканское хозяйство может создаваться как с образованием, так и без образования юридического лица. Такое хозяйство не может использовать в своей деятельности наёмный труд на постоянной основе.

Членами дехканского хозяйства являются глава семьи, его супруга (супруг), дети, родители, иные родственники совместно проживающие и ведущие дехканское хозяйство.

Для ведения дехканского хозяйства семьям членов сельскохозяйственных кооперативов (ширкатов), работникам других предприятий сельского хозяйства, а также семьям учителей, врачей и других специалистов предоставляется приусадебный земельный участок в размере до 0,35 гектара на орошаемых и до 0,5 гектара на неорошаемых землях, а в степной и пустынной зонах до 1 гектара. Решение о выделении земельного участка принимается, одновременно с решением хакима района об образовании дехканского хозяйства, на основании решения общего собрания ширкатного хозяйства, высшего органа управления, администрации других сельскохозяйственных предприятий и организаций.

Закон «О дехканском хозяйстве» (30 апреля 1998 г.) регулирует порядок регистрации дехканского хозяйства, землевладения и землепользования, права и обязанности в целом дехканского хозяйства, а также его главы и членов, определяет имущественные права, процесс производственной деятельности, трудовые отношения, налогообложение, кредитование и другие стороны хозяйствования.

Важной составной частью закона является государственная поддержка дехканских хозяйств в следующих направлениях:

- гарантия соблюдения прав и защита законных интересов, а также содействие развитию и укреплению дехканских хозяйств;
- обустройство на территории коммуникационных объектов: дороги, водоснабжение, электрификация, газификация и др.;
- оказание помощи в возведении производственных объектов и жилья;
- предоставление сортовых семян, посадочного материала, минеральных удобрений, технического обслуживания и т.п.;
- содействие в зооветеринарном обслуживании скота, в заготовке и реализации выращенной продукции;
- оказание консалтинговых и информационных услуг.

Дехканские хозяйства имеют ряд преимуществ по сравнению с другими формами хозяйствования на селе: во-первых, оно владеет земельным участком, являясь его собственником. Поэтому он проявляет хозяйственную заботу о повышении плодородия земель. Во-вторых, дехканин старается вести производство наименьшими издержками на технику, материальные ресурсы, семена и т.д. В-третьих, он полностью самостоятелен в решении вопросов агротехники, определении цены и места реализации своей продукции, распределении доходов. В-четвертых, он хорошо представляет, что только от него зависит благополучие его семьи и поэтому заинтересован в развитии своего хозяйства и получении как можно большей прибыли.

В соответствии с законодательством дехканское хозяйство обязано:

- использовать приусадебный земельный участок строго в соответствии с его целевым назначением;
- не наносить ущерб земле как природному объекту;
- нести расходы по содержанию приусадебного земельного участка, поддержанию и повышению его плодородия;
- нести полную ответственность по обязательствам и долгам дехканского хозяйства;
- обеспечить безопасные условия труда для членов хозяйства, которые имеют также право на получение своей доли дохода, на государственное социальное страхование и социальное обеспечение при условии внесения в пенсионный фонд установленных взносов.

Производственная деятельность дехканского хозяйства заключается в самостоятельном определении структуры и объемов производства, занятии любимым видом сельскохозяйственного производства, переработкой и реализацией продукции, кроме запрещенных законом. Оно обязано соблюдать действующие нормативы и стандарты качества производимой продукции, экологические, санитарные и другие требования, установленные законодательством.

Дехканское хозяйство, зарегистрированное в качестве юридического лица, осуществляет внешнеэкономическую деятельность на равных условиях с предприятиями других форм хозяйствования.

Для координации деятельности и оказания поддержки труженикам села функционирует Ассоциация дехканских и фермерских хозяйств. Ассоциация и ее территориальные представительства защищают и представляют интересы дехкан и фермеров в государственных и других организациях. Между Ассоциацией и ее членами устанавливаются правовые отношения на основе уставов и договоров, заключаемых хозяйствами с районными представительствами, предусматривающих взаимную ответственность и интересы сторон в соответствии с действующим законодательством.

Основными задачами Ассоциации являются: защита прав и интересов дехканских и фермерских хозяйств, мониторинг их деятельности, создание и ликвидация, изучение эффективности использования земель, внесение предложений в хакимиятах о дополнительном выделении или изъятии земельных участков и др.

Ассоциация оказывает помощь хозяйствам по обеспечению на договорной основе семенами, удобрениями, посадочным материалом, племенным скотом и другими ресурсами, в получении ими агротехнических, юридических, информационных и других услуг, помогает в реализации произведенной продукции в торговой сети.

Основные понятия и термины

Фермерское хозяйство, дехканское хозяйство, ширкатное хозяйство, совхозы и колхозы, лизинг сельхозтехники, устав фермерского хозяйства, концепция развития ФХ.

Вопросы для самопроверки

1. Особенности и необходимость развития предпринимательской деятельности в сельской местности.
2. Основные принципиальные положения развития предпринимательства на селе.
3. Сущность и основы деятельности ширкатного хозяйства.
4. Основные положения создания фермерского хозяйства.
5. Какие права и обязанности имеют фермерские хозяйства?
6. Какие достижения имеются в Узбекистане в сфере фермерского движения?
7. Понятие и основы деятельности дехканского хозяйства.
8. Государственная поддержка дехканского хозяйства.
9. Основные этапы преобразования форм хозяйствования на селе.
10. Каковы экономические стимулы разных форм предпринимательства на селе?
11. Что предусмотрено в Концепции развития фермерских хозяйств.

Глава 9. ГОСУДАРСТВЕННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

1. Место и роль государства в экономике.
2. Функции, методы и сферы государственного предпринимательства.
3. Либерализация и расширение самостоятельности субъектов предпринимательства.

1. Место и роль государства в экономике

Какая сила может удержать общество от скатывания вниз? Как создать необходимые правовые рамки и достичь консенсуса в вопросах выбора путей дальнейшего развития общества? Что может предотвратить войны, рост преступности, углубление нищеты, распространение оголтелого национализма и религиозного фанатизма?

Многовековой опыт человечества убеждает: нет другой силы, кроме государства, которая могла бы в переходный период обеспечить национальную и экономическую безопасность страны в её широком понимании. Государство не должно, не имеет права самоустраниться от своей роли особенно в наиболее сложные периоды истории своего народа. Наоборот, оно должно стать консолидирующей силой, способной сплотить общество и направить весь его потенциал на достижение поставленных целей во имя обеспечения человеческого развития.

Государственное регулирование экономики в условиях рыночного хозяйства представляет собой систему мер законодательного, исполнительного и контролирующего характера, осуществляемых в целях стабилизации и приспособления существующей социально-экономической системы к изменяющимся условиям.

Таким образом, государство должно заниматься функциями регулирования, управления, координации, контроля и

другими. Однако все это должно делаться в рамках авторитаризма, демократизма и либерализма, а может быть всеми этими методами, исходя из сложившихся условий экономического и социального развития общества.

Проблема государственного вмешательства в экономику является основной для любого государства, независимо от того, рыночная ли это экономика или же распределительная. В распределительной экономике все проще: государство берет на себя все права и обязанности по производству и распределению товаров и услуг. То есть о регулировании говорить не приходится: государству просто некого регулировать. В таком случае речь идет о замещении всего многообразия форм собственности и способов ответа на вопрос «Что, как и для кого производить?» одной единственной формой собственности - государственной, а ответ на основной экономический вопрос — строгой централизацией и распределением. Однако такая система на деле показала свою неэффективность. Остается рыночный путь развития. Но в рыночном хозяйстве государству приходится постоянно корректировать глубину влияния. Перед государством не стоят такие задачи, как непосредственное производство и распределение ресурсов, товаров и услуг. Но оно имеет право свободно распоряжаться ресурсами, капиталом и произведенными товарами, как это делается в распределительной экономике. Государство должно постоянно балансировать, то увеличивая, то уменьшая степень вмешательства. Рыночная система — это прежде всего гибкость и динамизм в принятии решений как со стороны потребителей, так и со стороны производителей. Государственная политика просто не имеет права отставать от изменений в рыночной системе, иначе оно превратится из эффективного стабилизатора и регулятора в бюрократическую надстройку, тормозящую развитие экономики.

Рынок вовсе не означает уход государства из экономики. Ведь рынок - это не только отсутствие директивных планов и свободные цены. Это целый свод тех самых правил игры, которые должно создать государство: жесткое соблюдение прав собственности, надежная банковская система, условия для кредитования реального сектора, антимонопольное регулирование, валютный контроль. Если всего этого не сделать —

получается не рынок, а хаос. В чисто рыночной стране – Японии правительство жестко регулирует цены на 2,5 тысячи товаров и никто не может доказать на необходимость их удорожания.

Но и чрезмерное вмешательство со стороны государства в экономику также не оказывает положительного влияния и даже вредно. Один из видных российских историков В.О.Ключевский ещё на рубеже XIX-XX столетий говорил: «Государство будет пухнуть, а народ хиреть». Вмешательство государства означает усиление воли чиновничества, проявление коррупции, раздувание государственного аппарата, бюрократизма и т.д.

Задача власти в нормальной рыночной экономике похожа задаче судьи на футбольном поле. Государство должно устанавливать правила, по которым играют хозяйствующие субъекты и следить за их соблюдением, но не должно играть само (так считали творцы западногерманского экономического чуда).

Государство должно быть сильным, чтобы противостоять давлению монополий, но вместе с тем обязательно демократическим и правовым. Только в этом случае ему под силу создать немонополистическую экономику, где будут нормальная конкуренция и нормальные условия для жизни малого предпринимательства.

Государственное предпринимательство осуществляется двумя способами. Первый способ состоит в прямом управлении предприятиями и организациями государством или от его имени и по его поручению различными органами: министерствами, ведомствами, ассоциациями и др. В этом случае определяющее значение имеет тот факт, что государство владеет всей или большей частью собственности, находящейся во владении данных предпринимательских структур. К ним относятся такие предприятия, имущество которых прямо или косвенно принадлежит государству. Государство может также владеть частью уставного фонда, обеспечивающего управление деятельностью предприятия.

Другой способ государственного предпринимательства осуществляется через владение долей акций частных компаний, которая принадлежит государству. Это в основном крупные акционерные общества, которые были приватизированы в результате разгосударствления. В этом случае имеет место

совместная предпринимательская деятельность государством и частным сектором.

Во многих странах государственный сектор занимает значительное место в экономической жизни. Так, во Франции насчитывается несколько тысяч государственных предприятий с развлетвенной сетью филиалов, на долго которых приходится 20% валового национального продукта страны и на которых занято около 14% трудоспособного населения, они привлекают 30% всех инвестиций. Государственные предприятия функционируют в основном в следующих отраслях: промышленность, финансы, энергетика, транспорт и связь.

В США в государственном секторе занято около 40% всех работников. Однако в отличие от других развитых стран государственным структурам не принадлежат крупные отрасли и предприятия. Во владении государственного сектора находятся объекты инфраструктуры: федеральные дороги, аэропорты, службы занятости и социальной помощи, дорожно-коммунальное хозяйство, здравоохранение, образование и другие.

В каждой стране есть свои подходы и аргументы в пользу государственного или частного предпринимательства. Например, в США господствует убеждение, что государственные предприятия имеют низкую эффективность в сравнении с частными. Во Франции, наоборот, за последние годы наибольшие результаты в плане роста производительности труда и применении наукоемких производств были достигнуты в отраслях, где решающую роль играет государство. Но единого мнения в этом вопросе быть не может. Излишние искусственно создаваемые условия для государственных предприятий могут породить иждивенческие настроения у руководителей и привести к бюрократизации управленческого аппарата. Видимо в каждой стране надо учитывать свои особенности и условия и находить приемлемое соотношение между государственным и частным предпринимательством.

2. Функции, методы и сферы государственного предпринимательства

Вмешательство государства в экономику преследует определенные функции. Как правило, оно корректирует те "несо-

вершенства", которые присущи рыночному механизму и с которыми он сам либо справиться не в состоянии, либо это решение неэффективно. Государство берет на себя ответственность за создание равных условий для соперничества предпринимателей, для эффективной конкуренции, за ограничение власти монополий. Оно также заботится о производстве достаточного количества общественных товаров и услуг, так как рыночный механизм не в состоянии должным образом удовлетворить коллективные потребности людей. Участие государства в экономической жизни диктуется еще и тем, что рынок не обеспечивает социально справедливое распределение дохода. Ему также принадлежит сфера фундаментальных научных разработок. Это необходимо потому что для предпринимателей это очень рискованно, чрезвычайно дорого и, как правило, не приносит быстрых доходов. Поскольку рынок не гарантирует право на труд, государству приходится регулировать рынок труда, принимать меры по сокращению безработицы.

В целом государство реализует политические и социально-экономические принципы данного сообщества граждан. Оно активно участвует в формировании макроэкономических и микроэкономических рыночных процессов.

Роль государства в рыночной экономике проявляется через следующие важнейшие функции:

1. Создание правовой основы для принятия экономических решений. Государство разрабатывает и принимает законы, регулирующие предпринимательскую деятельность, определяет права и обязанности граждан.

2. Стабилизация экономики. Правительство использует бюджетно-налоговую и кредитно-денежную политику для преодоления спада производства, для сглаживания инфляции, снижения безработицы, поддержания стабильного уровня цен и национальной валюты.

3. Социально-ориентированное распределение ресурсов. Государство организует производство товаров и услуг, которым не занимается частный сектор. Оно создает условия для развития сельского хозяйства, связи, транспорта, определяет расходы на оборону и науку, формирует программы развития образования, здравоохранения и т.д.

4. Обеспечение социальной защиты и социальной гарантии. Государство гарантирует минимум заработной платы, пенсии по старости, инвалидности, пособие по безработице, различные виды помощи малоимущим и т.д.

Государство оказывает воздействие на рыночный механизм следующими основными методами:

- Налоговая система;
- Ценообразование;
- Внешнеэкономическая деятельность;
- Денежное обращение;
- Кредитование;
- Формы платежей и расчетов;
- Обращение ценных бумаг;
- Бюджетное финансирование;
- Организация органов управления;
- Государственные гарантии;
- Лицензирование.

Государственное предпринимательство осуществляется в тех областях, где хозяйственность противоречит природе частных фирм или же требуются огромные вложения средств и риск. Основное отличие от частного предпринимательства состоит в том, что первоочередная цель государственного предпринимательства не в получении дохода, а в решении социально-экономических задач, таких как обеспечение необходимых темпов роста, сглаживание циклических колебаний, поддержание занятости, стимулирование научно-технического прогресса и т.д. Данная форма регулирования обеспечивает поддержку малорентабельных предприятий и отраслей хозяйства, которые жизненно важны для воспроизводства. Это, прежде всего, отрасли экономической инфраструктуры (энергетика, транспорт, связь). К проблемам, решаемым государственным предпринимательством, относятся также предоставление населению льгот в различных областях социальной инфраструктуры, помощь жизненно важным науко- и капиталоемким отраслям экономики в целях ускорения научно-технического прогресса и укрепления на этой основе позиций страны в мировом хозяйстве, проведение региональной политики - строительство в экономически отсталых районах промышленных предприятий, создание ра-

бочих мест, охрана окружающей среды путем внедрения безотходных технологий, строительство очистных сооружений, развитие фундаментальных научных исследований, производство товаров, являющихся по закону государственной монополией.

Государственное предпринимательство должно развиваться только в тех сферах, где просто нет иного выхода. Дело в том, что по сравнению с частными государственные предприятия являются менее эффективными. Государственное предприятие, пусть даже наделенное самыми широкими правами и ответственностью, всегда отстает от частного в степени хозяйственной самостоятельности. В деятельности госпредприятия, наверняка, присутствуют как рыночные, так и нерыночные, идущие от государства мотивы.

Как правило, государственные предприятия не готовы к рыночному соперничеству, поскольку рассчитывают не только на себя, но и на особое отношение со стороны властей (дотации, налоговые льготы, гарантии сбыта в рамках госзаказов). У государственных предприятий нет обязательств перед акционерами, банкротство им обычно не грозит. Все это негативно сказывается на динамике затрат и цен, скорости освоения новых технологий, качестве организации производства, так как конкуренция в сфере коммерческой деятельности недопустима.

Наряду с регулированием экономического механизма, государство осуществляет непосредственную или же смешанную с другими формами предпринимательскую деятельность.

Так, на полном государственном обеспечении находятся армия, милиция, тюрьмы, суды и другие учреждения. Государственная монополия действует в производстве и торговле оружием, наркотическими средствами, ядовитыми веществами.

Государственное предпринимательство сочетается с частным в таких сферах как образование, здравоохранение, наука, искусство. Государство оставляет часть этих услуг за собой для того, чтобы создать социальную справедливость, обеспечивая доступ к ним всех слоев населения.

Государство сохраняет за собой значительную часть коммунальных услуг, связи, транспорта, энергических предприятий, в которых недопустима свободная конкуренция, так

как она может привести к неэффективной организации общественных услуг.

Таким образом, государственные предприятия и учреждения, также как и частные, ставят своей целью получение прибыли. Но главные функции государственного предпринимательства направлены на:

* обеспечение деятельности отраслей инфраструктуры– транспорта, энергетики, связи, жилищно-бытового хозяйства и др.;

* оказание содействия и поддержки жизненно важным отраслям испытывающим проблемы: черная металлургия, судостроение, атомная, авиационная и космическая промышленность;

* создание рабочих мест в тех регионах, где отстает экономическое развитие;

* охрана окружающей среды путем внедрения безотходных технологий, строительство очистных сооружений;

* природоохранные мероприятия (разведение лесов, создание заповедников, охрана животного мира), создание зон отдыха для населения и т.д.

Государственные органы и органы местного самоуправления могут создавать государственные и муниципальные унитарные предприятия, а также дочерние предприятия.

Унитарное предприятие – коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество, которое является неделимым и не может быть распределено по вкладам (долям, паям). Имущество унитарного предприятия принадлежит ему на праве хозяйственного ведения или оперативного управления. Орган управления (руководитель) назначается собственником. Унитарное предприятие отвечает по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом, но оно не несет ответственности по обязательствам собственника его имущества. Действует такое предприятие на основе устава.

Унитарное предприятие, основанное на праве хозяйственного ведения, также создается по решению собственника. Оно может создать в качестве юридического лица другое унитарное предприятие путем передачи ему в установленном порядке части своего имущества в хозяйственное ведение. Такая

выделенная единица может принять форму дочернего предприятия.

Государственное унитарное предприятие, основанное на праве оперативного управления. В фирменном наименовании его должно содержаться указание на то, что предприятие является государственным. Государство несет субсидиарную ответственность по обязательствам государственного предприятия при недостаточности его имущества.

Дочернее предприятие – это хозяйственная структура создаваемая основным предприятием. Дочернее предприятие находится в экономической зависимости от основного, которое имеет возможность определять решения принимаемые дочерней структурой. Основное предприятие имеет преобладающее участие в уставном капитале дочерней структуры и несет солидарную ответственность по ее обязательствам. Уставом дочернего общества или договором между ним и основным обществом может быть предусмотрено право последнего давать обязательные для дочерней единицы указания в сфере ее деятельности.

Унитарные и дочерние предприятия целесообразно создавать при необходимости упрощения системы управления с делегированием полномочий, прав и ответственности, диверсификации производства, структурных преобразований, финансового оздоровления предприятия, эффективности производства. Такие преобразования были осуществлены в 2003г. на Ташкентском тракторном заводе, на котором были созданы несколько самостоятельных унитарных предприятий на базе бывших цехов и производств. Эти предприятия стали действовать по следующему принципу: головной завод снабжает их материалами, сырьем, комплектующими изделиями, ведет расчеты с клиентами, выполняет другие операции, а унитарные предприятия самостоятельно организуют процесс производства.

3. Либерализация и расширение самостоятельности субъектов предпринимательства

Очевидно, что современная рыночная система немыслима без вмешательства государства. Однако существует грань, за

которой происходят деформации рыночных процессов, падает эффективность производства. Тогда рано или поздно встает вопрос о разгосударствлении экономики, избавлении ее от чрезмерной государственной активности. Существуют важные ограничения для регулирования. Например, недопустимы любые действия государства, разрушающие рыночный механизм (тотальное директивное планирование, всеохватный административный контроль за ценами и др.). Это не означает, что государство снимает с себя ответственность за неконтролируемый рост цен и должно отказаться от планирования. Рыночная система не исключает планирования на уровне предприятий, регионов и даже народного хозяйства; правда, в последнем случае оно обычно является "мягким", ограниченным по срокам, масштабам и другим параметрам, и выступающим в виде национальных целевых программ. Также следует отметить, что рынок во многом является самонастраивающейся системой, и поэтому влиять на него следует только косвенными экономическими методами. Среди методов государственного регулирования не существует совершенно непригодных и абсолютно неэффективных. Нужны все, и вопрос лишь в том, чтобы определить для каждого те ситуации, где его применение наиболее целесообразно. Хозяйственные потери начинаются тогда, когда власти выходят за границы разумного, отдавая чрезмерное предпочтение либо экономическим, либо административным методам. Нельзя забывать и о том, что самими экономическими регуляторами следует пользоваться предельно осторожно, не ослабляя и не заменяя рыночные стимулы. Если государство игнорирует это требование, запускает регуляторы, не думая, как их действие отразится на механизме рынка, последний начинает давать сбои.

Надо иметь в виду, что среди экономических регуляторов нет ни одного идеального. Любой из них, принося положительный эффект в одной сфере экономики, непременно дает негативные последствия в других. Здесь ничего нельзя изменить. Государство, использующее экономические инструменты регулирования, обязано их контролировать и своевременно останавливать. Например, государство стремится обуздать инфляцию, ограничивая прирост денежной массы. С точки зрения борьбы с инфляцией эта мера эффективна, однако

она приводит к удорожанию центрального и банковского кредита. А если процентные ставки растут, становится все труднее финансировать инвестиции, начинается торможение экономического развития. Это еще раз доказывает, что государственное вмешательство нужно только там, где оно жизненно необходимо. Во всех остальных случаях рынок более эффективно решит поставленные экономические задачи.

Для микроэкономического анализа важное значение имеет влияние государственного регулирования экономики на деятельность предприятий.

Предприятие - экономическая единица, функционирующая с целью получения дохода (прибыли), стремится к максимизации дохода самостоятельно принимает решения, использует факторы производства для изготовления продукции с целью её продажи. Оно предполагает вложение в дело собственного или заёмного капитала, что влечёт за собой риск и ответственность. Полученный доход предприятие (фирма) расходует не только на личное потребление, но и для расширения производства.

На деятельность предприятий огромное влияние оказывает государственное регулирование экономики в различных сферах:

1. Создание и дальнейшее регулирование законодательной базы, в основе которой лежит принятие объективных законов (правил), защищающих предприятия от неправомерных действий. Такие законодательные и нормативные акты должны быть по своему характеру объективными.

2. Регулирование бюджетной политики, которая осуществляется путём прямого хозяйственного регулирования. Например, изменяя налоги, государство стимулирует инвестиции и сбережения. Повышая налоги, государство повышает социальные выплаты, которые взаимостабилизируют друг друга. Также государство делает всё для того чтобы поддержать спрос населения на товары, это является немаловажным моментом в стабильной работе предприятия.

Повышая или понижая учётную ставку, государство тем самым оказывает влияние на деловую активность предприятий. Предоставление кредитов, а также вовлечение предприятий в участие на рынке ценных бумаг является одним из

средств государственного регулирования движения материальных и денежных потоков в экономике.

Наряду с этим государство осуществляет государственные закупки, воздействуя на совокупный спрос, и предоставляет государственный заказ на товары и услуги что даёт предприятиям дополнительный стимул для наращивания производства.

Таким образом, регулирование бюджетной политики создаёт экономическую среду, в которой хозяйственные субъекты осуществляют свою деятельность.

3. Регулирование социальной политики и социальных программ по поддержке доходов работников бюджетных организаций, по развитию образования, здравоохранения, которые связаны с большими денежными выплатами, затратами на строительство и содержание учреждений социальной сферы осуществляемых из государственного бюджета.

Одной из форм поддержки предприятий государством являются дотации и субсидии. **Дотации** - это денежные средства, выделяемые в безвозмездном порядке из бюджета для покрытия убытков предприятий и организаций. **Субсидии** - это помощь в денежной или натуральной форме, предоставляемая за счёт бюджета и внебюджетных фондов юридическим лицам на безвозвратной основе. Прямые субсидии выделяются в виде капитальных вложений, затрат на научные исследования, на переподготовку кадров и т.д. Косвенные субсидии предоставляются в виде налоговых льгот, предоставлении кредита на льготных условиях, заниженных таможенных пошлин и др. Субсидии выступают как средство стимулирования национального производства и усиления его позиций на рынке.

4. Регулирование денежной политики путем санкционированного правительственными органами завышения издержек производства через включение в себестоимость завышенных амортизационных списаний и отчисления в другие фонды.

Особое место в системе прямых методов государственного регулирования занимают фиксированные цены. В рыночной системе цены являются главным регулятором спроса и предложения, но практически государство косвенно или прямо воздействует на процесс ценообразования. Прямое вмешательство государства выражается в установлении фиксированных цен на товары и услуги государственного сектора, а также на

отдельные виды продукции частного сектора, например, на сельскохозяйственную продукцию, уголь, металл и др., что ослабляет конкурентную борьбу предприятий, но защищает определённые слои населения. Также государство устанавливает квоты на отдельные виды экспортируемых и импортируемых товаров с целью защиты внутреннего рынка.

На определенном этапе развития любого государства наступает ситуация в социально-экономическом развитии, когда становится возможным и необходимым резкое сокращение вмешательства государства и усиление либерализации экономических реформ. Такое произошло в Республике Узбекистан в начале 2000 г., когда была принята программа либерализации, необходимость которой была вызвана следующими обстоятельствами:

- Цели и задачи реформирования, которые определены в первые годы независимости в основном реализованы, преодолен экономический кризис, созданы новые условия для экономического роста, укрепилась частная собственность, проведена приватизация, созданы новые органы управления, рыночная инфраструктура;
- создана прочная юридическая база, правовое поле, способствующее самостоятельной деятельности хозяйствующих субъектов;
- изменилось сознание людей, их отношение к жизни, они убедились, что благополучие каждого человека зависит от него самого;
- действующий во многих сферах механизм хозяйствования, сохраняющий многие пороки командно-административной, бюрократической системы не способствуют развитию рынков продукции, труда и капитала, не стимулируют мотивацию труда;
- у большинства людей есть желание развивать демократизм, формировать правовое государство;
- Узбекистан получил признание как равноправный субъект в мировом хозяйстве;
- сама жизнь, само время требуют принятия новых, еще более радикальных решений, от чего зависит будущее страны, надо решать проблемы, вскрывать неиспользованные резервы и возможности.

Значение либерализации экономики заключается в том, что она является основой и гарантией продвижения общества вперед, главным условием решения не только экономических, но и социальных и политических задач. Другая сторона этой проблемы - необходимость расширения и укрепления внешнеэкономических связей. Без привлечения иностранных инвестиций в экономику страны, без расширения присутствия иностранного капитала в банковском и финансовом секторах, невозможно обеспечить устойчивую перспективу развития экономики.

Основные направления либерализации следующие:

1. Повышение свободы и экономической самостоятельности хозяйствующих субъектов, устранение имеющихся барьеров в развитии предпринимательской деятельности, создаваемых государственными чиновниками и бюрократами.

2. Сокращение контрольных и регулирующих функций государства, ограничение его вмешательства в хозяйственную деятельность предприятий и в первую очередь в деятельность частного бизнеса. Предоставление свободы рынку, рыночным механизмам функционирования экономики. Создание для этого необходимого правового поля, организационных и экономических условий.

3. Совершенствование системы управления, овладение руководителями всех уровней – от малого бизнеса до центральных органов-современными методами менеджмента.

4. Дальнейшее реформирование финансовой и банковской систем, повышение их ликвидности и уровня капитализации.

5. Реформирование сельского хозяйства, развитие дехканского и фермерского движений и других организационно-правовых форм предпринимательства.

6. Развитие рыночной инфраструктуры, всех его институтов, которые стали бы подлинными регуляторами, механизмом активной и широкой адаптации предприятий к работе в рыночных условиях. Они должны заменить отжившие государственные структуры регулирования экономики.

7. Приоритетное развитие малого и среднего бизнеса, оказание ему всех форм поддержки.

8. Осуществление структурных преобразований в экономике, эффективное использование природных, минерально-

сырьевых и трудовых ресурсов, преобладание производств с законченным технологическим циклом, развитие сферы обслуживания.

9. Либерализация валютной политики.

Главная суть либерализации: защита экономической свободы, прав собственности, меньше администрирования, больше предпринимательской свободы, свободы производить, торговать, инвестировать. Однако нельзя перегибать палку в одну сторону. Необходимо осуществлять государственное вмешательство в тех областях, которые требуют необходимой поддержки, например, в отношении экономической промышленной политики и других, от которых зависит комплексное решение задач всей экономики. Следовательно, государственное регулирование экономики должно быть гибким и целенаправленным.

Основные понятия и термины

Государственное регулирование, функции регулирования, методы регулирования, задачи регулирования, государственное предпринимательство, сферы государственного предпринимательства, либерализация экономики, унитарное предприятие, дочернее предприятие.

Вопросы для самоконтроля

1. Что означает государственное регулирование экономики?
2. Необходимость государственного регулирования.
3. Проблема полного отсутствия и чрезмерного вмешательства государства в экономику.
4. Какова степень регулирования экономики в отдельных странах?
5. Какие функции выполняет государство по регулированию экономики?
6. Какими методами осуществляется регулирование?
7. Миф о том, что рыночная экономика сама все отрегулирует.
8. Каким должна быть правовая основа регулирования?
9. В каких сферах осуществляется государственное предпринимательство.?
10. Чем объясняется необходимость либерализации экономики в Узбекистане?
11. Каковы основные направления либерализации?

Варианты контрольных работ

(о методике выполнения смотри в конце первого раздела)

1. а) Любите клиента – и он будет любить вас (заповедь бизнесмена).

б) Лучше разбогатеть, торгуя соломой, чем разориться, торгуя золотом.

в) В результате реформ, некоторые люди от деления общественного получили частное.

г) Для нас нет непреодолимых трудностей, есть только трудности, которые нам лень преодолеть!

д) Если ты выстрелишь в прошлое своих предков из пистолета, будущее выстрелит в тебя из пушки.

2. а) Утверждение духа предпринимательства в обществе – залог прогресса (И.А.Каримов).

б) Человек, преследуя свой частный интерес, тем самым приумножает общественное богатство (Адам Смит).

в) Государство должно устанавливать правила, по которым играют хозяйствующие субъекты и следить за их соблюдением, но не должно само играть, то есть выполнять задачи судьи на футбольном поле.

г) Некоторым людям точные часы нужны для того, чтобы точно знать насколько они опаздывают.

д) Совет – это не руководство к действую, а информация к размышлению.

3. а) Предпринимательство - это призвание, даже свойство души или врожденная склонность, но это еще и особый образ мыслей, стиль.

б) Наличие полноценного среднего класса собственников - главное условие формирования гражданского общества.

в) Власть должна помогать малым предприятиям, а большие сами пробьются.

г) Без труда - не вытащишь и рыбку из пруда.

д) Каждый хочет иметь друга, но никто не хочет быть другом.

4. а) Без бизнеса не развиваются ни общество ни государство.

б) Типичный бизнесмен состоит на 10% из предпринимателя, на 20% - из менеджера, на 70% - из техника, то есть из специалиста своего дела.

в) Создавая средний класс собственников, мы меняем отношение людей к труду, меняем образ мышления, менталитет нашего населения, его мировоззрение (И.А.Каримов).

г) - Слушай! Ну почему у тебя мат через каждое слово?

- Да чаще не получается.

д) Если судить по содержанию говяжьей колбасы, то выходит, что корова не животное, а растение.

5. а) Развитие предпринимательства – путь решения демографической ситуации в Узбекистане.

б) Один предприимчивый, мужественный, энергичный, решительный, деловой и бдительный человек лучше тысяч и тысяч безвольных, равнодушных людей (Амир Темур).

в) Частое изменение законодательства приводит к низкому уровню правовой грамотности предпринимателей (замечание МФК).

г) Тяжело в учении – иди в армию.

д) Когда человек приходит в гости, он тратит время хозяев, а не свое.

6. а) Предпринимательство - это возможность самореализации, проявления способностей, талантов личности.

б) Если общество кормит не только сильных, но и слабых - это нормальный процесс, если оно начинает кормить только слабых, тогда рано или поздно оскудеет рука дающего.

в) Уплати налоги – и можешь спать спокойно.

г) Хорошо, когда собака – друг, но плохо, когда друг – собака.

д) Духовность, нравственность, просвещенность. Эти три ценности всегда были наиболее почитаемыми в нашем народе (И.А.Каримов).

7. а) «Малый бизнес сильно связан с теневой экономикой» заявляет российский политик. А как у нас проявляется незаконная деятельность малых предприятий? И почему?

б) Деловая среда в регионах сильно зависит от работы местных органов власти (вывод МФК).

в) Налоговое законодательство представляет собой непростую нормативно-правовую базу, которая к тому же часто меняется (вывод МФК).

г) В каждом из нас спит гений ..., и с каждым днем все крепче.

д) Еще до получения диплома желательно позаботиться о будущем месте работы, а приступить к ней лучше, еще будучи студентом.

8. а) Экспортом занимается лишь 3-5% субъектов малого бизнеса, импортом 6-8%. Что является препятствием и причиной этого?

б) Несмотря на высокий общий образовательный уровень предпринимателей (43-50% имеют высшее и средне-техническое образование), большинство из них знают законы только в общих чертах (вывод МФК).

в) Тот, кто владеет информацией, владеет миром. Информация – мать интуиции.

г) Неприятности должны случаться хотя бы для того, чтобы знать как тебя любят близкие и друзья.

д) Для достижения жизненных успехов следует надеяться на советы, моральную и материальную поддержку родных и друзей, но в конечном счете, надо рассчитывать только на себя, хотя бы потому, что сам себя ты не будешь подводить.

9. а) Негласный закон рыночной экономики: «выживает сильнейший, наиболее предприимчивый, прозорливый, смелый, умный, обладающий знаниями».

б) Можно ли начать бизнес без денег? Деньги – всего лишь ресурс. Но они не обязательно должны быть вашими собственными.

в) Тело, находящееся в покое, стремится смотреть телевизор, который кто-то назвал «ящиком для дураков и лентяев».

г) Жить по золотому правилу «Дело не в том, сколько зарабатываешь, а сколько тратишь».

д) Один из мифов гласит: «Качества предпринимателя закладываются при рождении».

10. а) Не опасайтесь занизить цену, бойтесь завысить ее.

б) Бизнес-план – это документ, в котором говорится не только о том, что сделать, но и как сделать.

в) Культурный человек не обязан быть предпринимателем, но предприниматель обязан быть культурным человеком.

г) Какая разница между умным и мудрым предпринимателем? Умный с блеском выйдет из затруднительного положения, а мудрый постарается не допустить подобных ситуаций.

д) Если не хочешь, чтобы кошелек был пустым, нужно что-то делать, лежа на диване деньги не зарабатывают.

РАЗДЕЛ III. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА СУБЪЕКТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Глава 10. НЕОБХОДИМОСТЬ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО БИЗНЕСА

1. Трудности в деятельности малых предприятий и необходимость их преодоления.
2. Зарубежная практика поддержки малого бизнеса.

1. Трудности в деятельности малых предприятий и необходимость их преодоления

За годы независимости малый бизнес в Республике Узбекистан получил определенное развитие. Но темпы создания малых предприятий, их устойчивое развитие и место в общей экономической системе еще не соответствуют требованиям рыночной экономики. Хотя Узбекистан и находится примерно в одном ряду со странами СНГ по количеству предприятий малого бизнеса, приходящихся на 1000 жителей, но далеко отстает от развитых стран. Этот показатель за 2002-2005 годы в среднем составлял в Узбекистане - 8, в Казахстане и России - 7, на Украине - 4, в странах Европы -37-46 предприятий.

Создание и развитие малого бизнеса, как важной сферы рыночной экономики, является новым и сложным процессом, требующим усиленного и постоянного внимания, помощи и крепкой поддержки. **Государственная поддержка малых предприятий заключается, прежде всего, в том, чтобы создать экономические, организационные, правовые и другие стимулы для их создания и устойчивой деятельности.** Эта поддержка должна способствовать устранению трудностей и проблем, которые испытывают субъекты малого предпринимательства. Она необходима и для того, чтобы предприятия не уходили в теневую сферу, а ушедшие туда возвращались на легальный процесс деятельности. Очень важна также за-

щищенность бизнеса от неправомерных действий общегосударственных и местных органов управления и отдельных чиновников. Не исключается пока еще защита предпринимателей и от действий криминальных структур.

Государство должно помогать всем предпринимательским структурам, но в первую очередь малым, так как крупные могут сами своими силами преодолеть возникающие трудности.

Именно малое предпринимательство более всего заинтересовано в сильном и независимом государстве, принципиально и последовательно отстаивающим его интересы. Государство может и должно помогать предпринимателю, в результате чего выиграет общество, выиграет предприниматель, выиграет само государство. Если же государство будет стоять в стороне или же будет подавлять предпринимательскую инициативу, то проиграют все.

На пути развития малого предпринимательства остается еще много трудностей и препятствий, зависящих как от объективных обстоятельств (общее экономическое развитие страны, недостаточность финансовых и материальных ресурсов, отсутствие реальных стимулов и др.), так и субъективных факторов (уровень компетентности предпринимателей, психологическая неготовность многих жителей к занятию бизнесом и др.).

Во многих исследованиях содержится анализ состояния и развития малого бизнеса. Наиболее всестороннее и независимое исследование ежегодно, начиная с 2001 г., проводит Международная финансовая корпорация (МФК), отчеты которой рассматриваются Координационным советом по стимулированию развития малого и частного предпринимательства Кабинета Министров Республики Узбекистан. Исследования проводятся под названием **«Деловая среда в Узбекистане глазами представителей малого и среднего бизнеса»** и охватывают более 2000 субъектов МСБ по всем отраслям экономики и регионам республики.

Так, в 2002 г. были проанализированы десять процессов предпринимательской деятельности, по каждому из которых выставлялись коэффициенты от единицы до четырех. При этом коэффициент 4 ставился если процесс проходил очень сложно, а коэффициент 1 – если процесс осуществлялся легко и

просто. Таким образом, чем выше коэффициент, тем больше испытывали трудностей предприниматели в процессе той или иной деятельности. Результаты анализа представлены в табл. 12.

Таблица 12

Состояние деловой среды в Узбекистане за 2002 г.

№	Процесс предпринимательства	Отдельные трудности и недостатки	Коэффициент
1.	Получение разрешений и согласований	Необходимо добиваться 5 разрешений и согласований сроком от 10 до 30 дней	3,4
2.	Система налогообложения	Налоговое законодательство изменялось 30 раз. Большое количество налогов. Сложность порядка расчетов налогов	3,5
3.	Внешнеэкономическая деятельность	Экспортом занималось лишь 3% предпринимателей, а импортом -6%	2,4
4.	Лицензирование деятельности	Лицензии по закону положено выдавать на срок до 5 лет, а фактически выдают только на 2 года. Значительные денежные затраты	2,6
5.	Регистрация	Затягивание сроков регистрации. Множество документов	3,2
6.	Проверки и отчетность	Множество проверок, сложность отчета, непрозрачность проверок	3,1

Приведенные данные представляют собой фактическое отражение взглядов самих предпринимателей о проблемах, с которыми приходится сталкиваться субъектам малого бизнеса.

В таком же исследовании, проведенном МФК в 2003 и 2004гг., отмечалось некоторое сокращение барьеров для предпринимательства за счет принятия Закона «О частном предприятии», сокращения контрольно-надзорных полномочий государственных органов, принятия системы регистрации «в одно окно», упрощения расчетов по импортным операциям и других мер. Однако в отчете МФК отмечалось, что основные процессы остаются проблематичными по мнению самих предпринимателей. Процент ответивших утвердительно на эти процессы был следующий:

		2002г.	2003г.	2004г.
1.	Налогообложение	50,0	45,0	62,0
2.	Получение разрешений и согласований	55,0	35,0	37,0
3.	Проверки	44,0	35,0	62,0
4.	Регистрация	47,0	31,0	40,0
5.	Экспортно-импортные операции	34,0	30,0	38,0
6.	Лицензирование	33,0	28,0	31,0

В ходе опроса выяснилось, что за указанные три года произошло снижение числа предпринимателей инвестировавших в развитие своего бизнеса с 53 до 20%, то есть почти в три раза. Нестабильным остается налоговое законодательство, в котором за 2003 г. было принято 40 нормативных актов и 90 изменений. Сохранялась непрозрачность методики начисления и уплаты налогов, противоречивость некоторых актов. Оставались сложности при получении наличных денег со счетов в банках, отсутствие наличности, банковская бюракратия. Система проверок хотя и улучшилась, но полномочия по контролю за деятельностью субъектов предпринимательства от налоговых органов перешла к органам прокуратуры, что не уменьшило проблем у предпринимателей. Система регистрации предприятий значительно упростилась, но многие предприниматели вынуждены самостоятельно проходить ряд процедур (постановка на учет, разрешение на изготовление печати и др.). Весьма сложной оставалось и решение процедур по внешнеторговым операциям.

Естественно, все эти недостатки и трудности постепенно, устранялись. Однако многие из них до сих пор имеют место в хозяйственной практике. В национальном докладе «О человеческом развитии. Узбекистан - 2005», подготовленном Программой развития ООН (ПРООН) и Центром экономических исследований, наряду с достижениями, были отмечены сохраняющиеся многие барьеры, создающие неравные возможности для ведения бизнеса: чрезмерные регулируемые и высокие административные барьеры для развития частного предпринимательства, создающие возможность для злоупотребления полномочиями. В докладе отмечалось, что на местах не везде соблюдаются регистрационные процедуры и сроки, не везде решены вопросы устранения бюрократических препятствий на начальной стадии функционирования субъектов предпринимательства.

Республиканский координационный совет по стимулированию развития малого и частного предпринимательства Кабинета Министров РУз. на своем заседании в декабре 2005 г. признал выполнение региональных программ в этой сфере, принятых на 2004-2005 годы неудовлетворительным по целому ряду показателей. Так, в Самаркандской области из 23291

зарегистрированных субъектов предпринимательства 4403 (18,9%) не действовали, в Навоийской области таких было 13,3%. Соответственно, в 53% районных хокимиятах Самаркандской и 70% хокимиятах Навоийской областей выявлены различные другие нарушения в выполнении программ развития малого и частного предпринимательства.

Такой подробный перечень недостатков и трудностей, испытываемых предпринимателями, сделан для того, чтобы показать с каким широким набором препятствий они сталкивались в процессе хозяйствования, что им приходилось буквально бороться за выживание в условиях переходного периода к рыночной экономике.

Все это, естественно, затормозило развитие малого бизнеса, огромный потенциал этого сектора был использован не в полную силу, что сказалось и на общих результатах экономики в целом.

В связи со сказанным, вообще, речь может идти о выживаемости малых предприятий. Ежегодно создаются новые малые фирмы и в то же время десятки и сотни ликвидируются, не вписавшись в режим современной рыночной экономики. Такое положение наблюдается во всех странах. В Великобритании каждое третье из созданных малых предприятий через 2-3 года прекращают свое существование, а через 5-6 лет выживает лишь 30-35% от их общего количества. В Германии каждый год создается 40 тысяч малых фирм, но 20-25 тысяч прекращает свою деятельность.

Главные причины этого следующие:

* сложности во внедрении новой техники;
* ограниченность собственных ресурсов;
* повышенный риск в конкурентной борьбе;
* высокие специфические требования к личным качествам предпринимателя, отсутствие у них деловой и правовой культуры.

Кроме недостатков и трудностей есть и **ряд нерешенных проблем, имеющих место в предпринимательской деятельности.** Прежде всего они связаны с самим процессом предпринимательства, с сущностью организации малого бизнеса. На малых предприятиях собственники единолично вынуждены выполнять все функции организации производства и уп-

равления: материальное обеспечение и сбыт продукции, налаживание технологического процесса, бухгалтерский учет и статистическая отчетность, планирование, экономические и финансовые операции и многое другое. Естественно, одному человеку квалифицированно выполнять эти сложные функции не под силу. Из-за этого принимаемые решения в хозяйственной деятельности не всегда оказываются эффективными, что может быть одной из основных причин банкротства малых предприятий. Это означает, что предпринимателям необходимо создать условия для всесторонней подготовки, обучения, повышения квалификации.

Специфика предпринимательской деятельности связана с постоянным возникновением личных проблем, таких как изнурительная работа при ненормированном рабочем дне, огромная ответственность перед поставщиками и потребителями, налоговыми, таможенными и другими органами, большой риск в результате экономических изменений, свойственные незрелой системе рыночных отношений: инфляция, снижение спроса на продукцию и услуги, соотношение курса валют и т.д.

Нельзя не принимать во внимание и криминальное воздействие, которое порой испытывают деловые люди, а также волокиту и бюрократизм административных чиновников. Для примера можно сослаться на неправильные действия налоговых органов в отношении субъектов предпринимательства: взыскание за одно нарушение двойных штрафов, чрезмерно высокие материальные санкции, отсутствие системы предупреждения налоговых нарушений, наказание без должного анализа и обоснования состояния дел, отсутствие необходимых способов защиты прав и интересов предпринимателей, нечеткая регламентация ответственности налоговых чиновников.

Несмотря на принимаемые меры экономического, правового, организационного характера в предпринимательской деятельности остается много нерешенных проблем.

Одна из них заключается в том, что не разработаны научные и методологические вопросы современного и перспективного развития малых и средних предприятий в отраслевом и территориальном аспектах. Отсутствует точная и полная система учета количественного состава и удельного веса малого

бизнеса в экономических показателях развития отраслей и в целом по республике. Существующая аналитическая и информационная база не позволяют определить тенденции развития малого бизнеса, выбрать конкретные направления и приоритетные формы предпринимательского процесса.

Сохраняется старая психология управленческих кадров республиканских и местных органов власти, продолжающих мыслить прежними категориями командно-административной системы, их медленный переход к рыночным условиям. Из-за этого многие прогрессивные правовые акты и правительственные решения реализуются недостаточно полно и своевременно.

Отраслевые и территориальные органы управления медленно решают проблемы и нужды предпринимателей, глубоко не анализируют их деятельность, не владеют интуицией в сфере развития малого бизнеса. Созданная инфраструктура рыночной экономики работает пока не совсем продуктивно, в результате чего бизнесмены лишены многих информационных, консалтинговых, аудиторских и других услуг.

Нельзя не сказать и о просчетах правовой системы, которая порой сводится к простым запретительным мерам в отношении деятельности предпринимателей. В принимаемых постановлениях иногда не учитываются специфика местных деловых, сложившихся традиций, условия материального положения населения, несложившиеся еще цивилизованные отношения рыночной системы, психологическая неподготовленность людей следовать правилам такого рынка.

Так, например, летом 2002 г. был принят ряд документов регулирующих предпринимательство в области ввоза и торговли импортными товарами, создание фирменных магазинов снабженных кассовыми аппаратами, запрещение индивидуальной торговли на рынках и другие. Все это негативно сказалось на деятельности индивидуальных предпринимателей: усложнилась система приобретения сырья и материалов, реализация готовой продукции, налогообложение и т.д.

До сих пор не отработан действенный механизм, обеспечивающий достаточно четкие гарантии собственникам в отношении их имущества, особенно в случаях сноса помещений, при разделе имущества по разным причинам, нарушаются договорные отношения по аренде помещений и т.д.

Все эти трудности, препятствия и проблемы говорят о том, что только простое желание стать предпринимателем, опираясь лишь на свои собственные силы и средства, еще не гарантирует быстрое и успешное достижение успехов в предпринимательской деятельности, индивидуальными усилиями преодолеть трудности. Предпринимателю, особенно в сфере малых форм хозяйствования необходима активная и гибкая государственная поддержка.

Огромное количество недостатков трудностей и проблем, накопившихся в сфере предпринимательской деятельности и развитии малого бизнеса свидетельствует о том, что в этой сфере наступило время, когда необходимо принимать срочные и решительные меры. И такие меры руководством республики были приняты.

Кардинальный поворот в устранении недостатков и дальнейшего развития предпринимательства в целом, и малого бизнеса в частности был намечен в докладе Президента на совместном заседании Законадательной палаты и Сената Олий Мажлиса (28 января 2005 г.), в котором были определены основные направления развития и углубления рыночных реформ либерализации экономики, демократизации и обновления общества, модернизации страны. Особое место в докладе было отведено малому и частному предпринимательству.

Во исполнение принятой Программы по реализации целей и задач, указанных в докладе, осуществлен критический анализ действующих законодательных и нормативных актов, изучено положение дел на местах по преодолению фактов, сдерживающих развитие и углубление рыночных реформ и выработки эффективных механизмов реализации принимаемых законов, указов и Постановлений Президента Республики Узбекистан, решений правительства в этой сфере.

Началом преобразований явился Указ Президента «О мерах по ускорению реализации приоритетных направлений в сфере углубления рыночных реформ и дальнейшей либерализации экономики» (14 июня 2005 г.). В целях обеспечения безусловной реализации приоритетных направлений в этой сфере были утверждены:

а) перечень законодательных и нормативно-правовых актов подлежащих утверждению на уровне высших органов го-

сударственной власти, правительства, министров и ведомств, обеспечивающих на системной основе реализацию основных приоритетов по дальнейшему углублению экономических реформ и либерализации экономики;

б) перечень законодательных и нормативно-правовых актов, которые должны быть признаны утратившими силу, а также актов, в которые должны быть внесены изменения и дополнения.

Уже в июне 2005 г. был принят целый комплекс Указов и Постановлений Президента, сделавшие коренной поворот в активизации предпринимательской деятельности.

Эти документы являются логическим законодательным подкреплением осуществляемой в стране последовательной политики по снятию преград на пути развития малого бизнеса и предпринимательства. Сделаны важнейшие шаги по пути снижения налогового бремени, либерализации финансовой ответственности, сокращения отчетности, повышения степени правовой защиты субъектов малого бизнеса. Анализ и значение принятых законодательных решений будут изложены в соответствующих разделах учебника.

2. Зарубежная практика поддержки малого бизнеса

Во многих странах мира накоплен огромный положительный опыт государственной поддержки малого бизнеса, который может быть использован в Узбекистане с учетом сложившихся условий и особенностей. **Для многих стран свойственны общие подходы и основные направления регулирования деятельности малых и средних предприятий.** К ним относятся следующие:

- принятие специальных законодательных актов, направленных на поддержку предпринимательства;
- разработка целенаправленных государственных программ развития малого бизнеса, предусматривающих решение общих и частных сторон деятельности предприятий (например, совершенствование методов управления в мелких фирмах, оказание финансовой помощи безработным, желающим заняться бизнесом);
- создание широкой инфраструктуры и государственных организаций для содействия малым предприятиям;

- оказание государственной финансовой помощи (в Италии выделяются солидные суммы на финансирование научно-исследовательских и опытно- конструкторских работ на малых фирмах);

- создание фирм гарантирования и льготного кредитования малых и средних предприятий (в Англии есть специальные фирмы осуществляющие финансирование, причем правительство гарантирует 70% займов);

- широкое распространение льготного налогообложения (например, во Франции ежегодно около сотни тысяч предприятий полностью освобождаются от уплаты налогов).

Вместе с тем, в отдельных странах используются свои собственные меры поддержки малого бизнеса, краткое изложение которых приводится ниже.

Соединенные штаты Америки. Малый бизнес считают хребтом экономики: в нем производится более 40% ВВП, создается более половины инноваций, задействовано 75% рабочей силы, малый бизнес сыграл решающую роль в оздоровлении экономики страны, в конкурентной борьбе на мировом рынке, результатом чего явилась поддержка малого бизнеса со стороны федеральных и муниципальных структур.

Еще в 1953 г. была создана Администрация по делам малого бизнеса с широкой сетью представительств по всей стране. Основные направления ее деятельности: помощь в открытии и ведении собственного дела, предоставление кредитов, гарантирование займов. Она применяет два основных подхода: ориентация на конкретного клиента и качественно сфокусированное управление.

Деятельность Администрации базируется на следующих принципах: а) незамедлительное, вежливое и аккуратное обслуживание клиентов, б) поиск путей по снижению себестоимости обслуживания, в) продолжение процесса руководства и поиск новых путей сотрудничества между предпринимателями и партнерами, г) оказание специальной технической помощи. Администрация разработала 50 программ, каждая из которых имеет свою конкретную цель, сегмент действия, клиентов, условия участия. Среди них есть программы по поддержке деловой активности женщин и представителей национальных меньшинств, развитие экспортоориентированных производств, предоставление адвокатских услуг и др.

Малым предприятиям оказывают содействие многочисленные полуправительственные организации: комитет по политике в области торговли, комиссия при Президенте по проблемам частного предпринимательства. Кроме того, в этом направлении работают: торговая палата, национальная ассоциация промышленников, ассоциации в торговле, сельском хозяйстве, различные клубы, группы и т.п.

Многое делается и на муниципальном уровне на основе специальных программ: поддержка предприятий с низким уровнем дохода, переобучение работников, поддержка трудоспособного населения, не имеющего опыта работы, оказание финансовой помощи, цель которых - научить людей зарабатывать.

Великобритания. Государственная программа в отношении малого предпринимательства осуществляется Департаментом промышленности, Управлением по соблюдению правил предпринимательства, Государственной службой малых фирм, основными принципами деятельности которых являются:

- создание справедливой конкуренции при минимизации налогообложения, регулирования и бюрократии;
- формирование позитивного отношения общества к сектору малого бизнеса;
- свертывание вмешательства со стороны государства, ликвидация различных форм контроля и сведение к минимуму формальных процедур;
- бесплатная помощь в консультировании и выдачи рекомендаций.

Поддержка малому бизнесу в конкретных направлениях осуществляется путем предоставления помещения и оборудования, спонсирования предпринимателей, оказания помощи по выходу на рынок, поиска деловых партнеров и т.п.

Япония. Для поддержки малых и средних предприятий функционируют: Управление по МСП, Государственная корпорация по финансированию МСП, всеяпонский центр, федерация ассоциаций МСП и др. Поддержка включает: льготное налогообложение, ускоренную амортизацию, льготное кредитование, содействие в обучении персонала, предоставление помощи в случае банкротства, стимулирование роста технического уровня предприятий и т.п.

Свыше 500 торгово-промышленных палат и их филиалов, действующих в префектурах, оказывают консультационную,

финансовую образовательную помощь малым предприятиям. Финансовую базу государственной поддержки составляют специальный фонд, народный фонд, финансовая корпорация, различные общественные фонды.

Одной из составляющих экономического рынка стала система японского менеджмента, в основе которой лежат особенности японского народа: честность, прилежание, сильные семейные узы, коллективизм, открытость, дружелюбие, традиции (этими свойствами обладает и узбекский народ).

Китайская народная республика. Быстрому развитию малого бизнеса способствовали углубление реформ в сфере налоговой и финансовой политики, внешней торговли, инвестиционной политики. Особенно быстро развивалось малое производство в сельской местности, так называемая поселковая промышленность. На ее долю приходится 70% производства строительных материалов, 40% готовой одежды, 80% сельхозинвентаря. На долю поселковых предприятий приходится 60% ВПП китайской деревни. Успешное функционирование поселковых предприятий и низкая стоимость рабочей силы превратили их в привлекательный объект для иностранных инвестиций.

Основными направлениями государственной политики были определены следующие:

- активная реструктуризация МСП с целью расширения сфер их деятельности;
- создание специальных фондов для обеспечения материальной и технологической поддержки МСП;
- создание льготного налогообложения для предприятий, которые участвуют в реализации приоритетных проектов;
- создание на базе существующих высших и средних специальных учебных заведений программ по подготовке специалистов в области малого и среднего бизнеса;
- упразднение устаревших и обременительных формальностей, которые не способствуют развитию малых предприятий.

Республика Корея. В 1962 г. была создана Корейская федерация малого бизнеса, а в 1996 г. – Администрация малого и среднего бизнеса. Действует также Президентская Комиссия по малым и средним предприятиям и другие структуры. Основными задачами в деле развития МСБ определены следующие:

- содействие развитию форм венчурного движения в фирмах;

- поддержка внутрипартнерских связей;
- расширение инновационных и технологических систем для МСБ;
- создание условий, способствующих эффективному руководству предприятиями;
- улучшение информационных систем для МСБ;
- расширение рынков для товаров МСБ как внутри страны, так и за её пределами.

Поддержка оказывается, в первую очередь фирмам, обладающим высоким экспортным потенциалом, благодаря чему удельный вес экспорта продукции МСБ в общем объеме экспорта составляет свыше 30% или более 50 млрд. долл. Этому способствовала кредитно-денежная политика, которая обязывает коммерческие банки предоставлять 35% своих займов МСП. Основной принцип государственной поддержки – отсутствие иждивенческого подхода. Малое предприятие должно само выработать иммунитет выживаемости, способность расти и саморазвиваться.

Голландия. В этой небольшой стране существует множество организаций для поддержки МСП: Голландский совет для МСП, Институт исследований и консалтинга по вопросам МСБ, Королевская федерация политики для МСБ, Институт МСП (занимается обучением и консультированием), «Фонд мини-предприятий» (для поддержки студентов, открывших собственные малые предприятия во время учебы), два вуза готовят специалистов для МСП.

Ключевой принцип – предприниматель несет полную ответственность за свою деятельность, правительство же играет вспомогательную роль. Но тем не менее государство оказывает огромную поддержку. При Министерстве экономики создан генеральный директорат по услугам МСП. Местные власти назначают специальных служащих по вопросам создания предприятий, организации бизнес-центров, лицензирования предпринимательской деятельности.

Индия. Государство принимает меры по сохранению кустарной промышленности и развивает общественные работы в деревне, чтобы обеспечить занятость населения. Наряду с этим правительство напрямую помогает созданию мелкой промышленности, базирующейся на современной технике. Для этого

создаются промышленные площадки, на которых строят предприятия, оборудуют их коммуникациями и сдают в аренду предпринимателям.

За малыми предприятиями было зарезервировано 850 видов продукции, для производства которых крупные предприятия не допускаются. Для частных банков установлены нормативы - 40% кредитов направлять в сельское хозяйство и мелкую промышленность. В отношении иностранного капитала были определены сферы, куда можно и нельзя его допускать. Несмотря на давление МВФ, Индия не пошла на тотальное открытие рынка, и не разрешает создания чисто иностранных предприятий. Эти меры способствовали развитию собственного производства, в том числе и малого.

Индонезия. В стране функционируют 40 млн. МСП, в которых занято 93% всех трудовых ресурсов, доля их в общем, объеме ВВП составляет более 50%. Для поддержки малого бизнеса разработаны и выполняются 17 различных программ по обеспечению предприятий кредитами в сферах сельского хозяйства, транспорта, торговли и др. В 2000 г. был создан институт по финансовой поддержке, сформирована правительственная рабочая комиссия по развитию МСП.

Правительство приняло ряд мер, способствующих упорядочению взаимоотношений между малыми предприятиями и местными властями. Было создано 14 региональных бизнес форумов, которые объединяют МСП в провинциях.

Для координации и контроля деятельности МСП создано министерство малых и средних предприятий, которое работает в сотрудничестве с другими организациями.

Малайзия. В 1996 г. была создана Корпорация по развитию МСП, которая контролирует все правительственные программы, стимулирующие развитие устойчивых и эффективных предприятий, способных к конкуренции в условиях свободного рынка. В сферу ее деятельности также входит создание благоприятных условий для интеграции МСП в программу общего национального развития экономики, осуществление поиска возможностей сотрудничества крупных и малых предприятий в различных отраслях.

Значительную роль в развитии МСП играют различные объединения в виде ассоциаций и федераций малазийских производителей, имеющих целью защиту прав и интересов

предприятий, формирование государственной внутренней политики по развитию и стимулированию МСП. Они заняты оказанием конкретной помощи предпринимателям по организации управления, налаживанию связей, технического содействия, выделению земельных участков и помещений, стимулированию экспортной и инвестиционной деятельности, подготовке и обучению кадров. Одной из мер правительства является предоставление предприятиям статуса «Пионер» с частным освобождением их от налогов на доходы в период начального пятилетнего срока деятельности. Установлены некоторые льготы для предприятий в слаборазвитых регионах.

Здесь описан лишь в общем виде механизм поддержки малого бизнеса, применяемый в некоторых странах. Многое из этого опыта уже позаимствовано и используется в Узбекистане. Более конкретное и детальное изучение современной практики поддержки малого бизнеса зарубежных стран и соответствие его национальным особенностям, позволит помочь малому бизнесу занять достойное место в экономике страны.

Основные понятия и термины

Государственная поддержка предпринимательства, деловая среда, проверки и контроль предприятий, лицензирование, получение разрешений и согласований, программы поддержки предпринимательства, регистрация предприятий.

Вопросы для самопроверки

1. В чем заключается государственная поддержка малого бизнеса?
2. Какие недостатки и трудности имеются в деятельности малых предприятий?
3. Каковы результаты исследования «Деловой среды», проведенные МФК?
4. Недостатки в налогообложении, в проверках и контроле.
5. Какие существуют проблемы в развитии малого бизнеса?
6. Каковы общие направления поддержки малого бизнеса в развитых странах?
7. Каковы принципы и методы поддержки малого бизнеса в некоторых зарубежных странах?
8. Чем полезна практика поддержки бизнеса за рубежом для Узбекистана?

Глава 11. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО БИЗНЕСА

1. Государственно-правовая поддержка.
2. Организационно-управленческая поддержка.
3. Финансово-экономическая поддержка.
4. Материально-техническая и социально-экономическая поддержка.

1. Государственно-правовая поддержка

Во всех развитых странах государственная поддержка малого и частного предпринимательства является самостоятельной частью государственной экономической политики. Развитие малого бизнеса рассматривается как важнейшее условие изменения структуры национальной экономики, роста сектора услуг, а также в качестве основного источника прироста занятости, фактора технологического прогресса, поддержания нормальной конкурентной среды, социальной стабильности развития общества. Для этого используются формы, методы и меры поддержки малого бизнеса со стороны государства. Все это многообразие может быть сгруппировано в **пять основных направлений государственной поддержки предпринимательства:**

* Государственно-правовая поддержка;
* Организационно-управленческая поддержка;
* Финансово-экономическая поддержка;
* Материально-техническая поддержка;
* Социально-психологическая поддержка.

В систему государственно-правовой поддержки, прежде всего, относится постоянное расширение и совершенствование законодательной базы по развитию и стимулированию малого бизнеса. Достаточно сказать, что закон о предпринимательстве принимался в 1992, 1999, 2000 годах. Особенно значимые и действенные правовые акты были приняты в пос-

ледние годы. Так, в соответствии с Указом «О мерах по дальнейшему сокращению и совершенствованию проверок субъектов предпринимательства» (5 октября 2005 г.) плановые проверки финансово хозяйственной деятельности микрофирм, малых предприятий и фермерских хозяйств будут осуществляться не чаще одного раза в четыре года (раньше было один-два года), других субъектов предпринимательства – не чаще одного раза в три года. Проверка деятельности субъектов малого бизнеса не должна проводиться в течение двух лет с момента их государственной регистрации. Должностные лица контролирующих органов за несанкционированные проверки и незаконное вмешательство в хозяйственную деятельность субъектов предпринимательства будут привлекаться к ответственности, вплоть до уголовной, с возмещением причиненного экономического ущерба.

Другая важная мера – это обязательное соблюдение со стороны всех властных структур принятых правовых актов. Следует добавить: разумное, не бюрократическое соблюдение законов в интересах защиты и оказания помощи предпринимателям. Возможно также в некоторых случаях делать скидки и послабления в правилах, если это принесет экономическую пользу бизнесу и обществу в целом. Ведь практическая жизнь подвергается быстрым изменениям и законодательство не поспевает за этими изменениями.

В правовом отношении необходимо ужесточить деятельность государственных органов и чиновников, которые порой создают препятствия и волокиту при решении процедур предпринимательства. Довольно часто некоторые правовые документы истолковываются в пользу местных органов, что ущемляет интересы предпринимателей, а отдельные подзаконные акты разрабатываются в интересах ведомственных структур, а не в интересах предпринимателей.

В результате незаконных действий чиновников в отношении предпринимателей наносится материальный и моральный вред их деятельности. Об этом свидетельствуют многочисленные жалобы, поступающие в Управление по защите прав предпринимателей Министерства юстиции. Так, только в первом полугодии 2005 г. было получено 5,5 тыс. заявлений, из которых 74% подтвердились и права предпринимателей

были восстановлены. В органы юстиции было направлено более 8 тыс. исков на сумму 28 млрд. сум и 5,5 млн. долларов по защите законных прав и интересов предпринимателей. И это при том, что многие предприниматели из-за незнания своих прав или из-за нежелания проявлять активность в защите своих интересов, не обращаются в соответствующие органы.

В деле правовой защиты предпринимателей важная роль отводится органам прокуратуры и юстиции республики. Так, при Министерстве юстиции создано управление по защите прав предпринимателей, а в областях и районах есть отделения, создана сеть телефонов доверия, по которым может позвонить любой предприниматель для решения возникающих проблем. Основные задачи указанных органов следующие:

* Предоставление юридических консультаций;
* Рассмотрение жалоб на неправомерные действия государственных органов и отдельных чиновников;
* Возбуждение и ведение административных и уголовных расследований против государственных чиновников, препятствующих нормальному развитию бизнеса;
* Представление интересов субъектов малого бизнеса, выступающих в качестве истцов в судах.

Наиболее действенные меры защищающие права участников бизнеса содержатся в Указе Президента «О мерах по дальнейшему совершенствованию системы правовой защиты субъектов предпринимательства» (14 июня 2005 г.). Действие указа нацелено на реализацию важнейших приоритетов демократизации и обновления общества – сокращение вмешательства контролирующих органов в деятельность субъектов предпринимательства, обеспечение защиты их прав и законных интересов, недопущение необоснованных ограничений хозяйственной деятельности.

Согласно этому документу вводится порядок, в соответствии с которым многие меры правового воздействия к субъектам предпринимательства будут применятся только в судебном порядке.

В указе определены четкие механизмы реализации принимаемых нормативно-правовых актов. Высшему руководству страны, комитетам и ведомствам, хокимиятам областей поручается взять под неослабный контроль исполнение прини-

маемых законодательных актов, обеспечить приведение нормативных документов, принимаемых на своем уровне, в соответствие с высшими актами законодательства. Министерству юстиции поручено установить мониторинг за прохождением в установленном порядке процедуры согласования и внесения в органы государственной власти и правительство проектов законодательных актов. Всем руководителям в масштабе страны, областей, городов и районов возлагается ответственность по обеспечению практической реализации принятых актов с тем чтобы экономика в целом и каждый гражданин страны ощутил конкретные положительные результаты проводимых экономических реформ.

Важная роль в деле развития малого бизнеса принадлежит **Государственному комитету по управлению государственным имуществом и поддержки предпринимательства,** в задачу которого входит формирование многоукладной экономики, содействие развитию частного бизнеса, проведение приватизации и разгосударствления. Данный комитет подготавливает проекты законодательных актов, утверждает положения и правила по проблемам предпринимательской деятельности, организует и руководит сетью учебных заведений по обучению, переподготовке и повышению квалификации предпринимательских кадров, занимается созданием и совершенствованием деятельности инфраструктурных подразделений для рыночной экономики.

Госкомимущество выполняет функции по поддержке предпринимательства, защите имущественных прав населения, привлечению иностранных инвестиций, содействию развития частного бизнеса в республике.

В защиту и создание условий для ускоренного развития частного сектора, формирование конкурентной среды, действует **Государственный комитет по демонополизации, поддержке конкуренции и предпринимательства.** Государственную поддержку малому бизнесу осуществляют и другие республиканские органы.

Однако государственная поддержка должна иметь и обратную отдачу со стороны предпринимателей: не скрывать объемы производства и реализации, в полном объеме уплачивать налоги, вовремя и полностью возвращать кредиты и

проценты за него, соблюдать взятые перед государством обязательства, не уходить в «теневую экономику».

Кроме того, предприниматели должны овладевать правовой грамотностью, чтобы суметь защищать свои интересы. На практике же, как свидетельствуют обследования МФК, дело в этом отношении обстоит неблагополучно. Только 22% индивидуальных предпринимателей и 46% представителей малых предприятий знают содержание правовых актов, 65% предпринимателей не являются членами деловых профессиональных ассоциаций, только 8% обращались в Департамент по защите прав, только 4% официально опротестовали результаты и порядок проверок, преобладающая их часть не обращается к помощи консалтинговых компаний.

Следовательно, надо поднимать правовую грамотность самих предпринимателей путем проведения специальных курсов и семинаров, издания популярных серий правовых документов, привлечения их к обсуждению проектов постановлений, имеющих отношение к предпринимательской деятельности.

2. Организационно-управленческая поддержка

Наряду с повышением правовой грамотности предпринимателям необходима управленческая грамотность, позволяющая избежать банкротства, уметь маневрировать, гибко организовать процесс производства, владеть маркетинговыми исследованиями, уметь составить грамотный и обоснованный бизнес-план. Управленческая грамотность предполагает подготовку профессиональных организаторов малого бизнеса, где, как и в большом бизнесе, требуется высокая культура владения процессами менеджмента, компетентное выполнение таких его функций, как организация, координация, контроль, учет, позволяющие продумывать, принимать и реализовать решения.

Однако, несмотря на высокий общеобразовательный уровень управленческого звена субъектов предпринимательства, знания практических навыков у большинства из них остаются на низком уровне. Об этом можно судить по использованию ими информационных технологий. По данным исследований МФК в 2003 г. доля пользователей персональными ком-

пьютерами среди предпринимателей составляла всего 14%, а пользовались Интернетом – 5%. В основном компьютеры применялись для составления финансовой отчетности и обслуживания клиентов и в меньшей степени для составления планов и бюджета, контроля и управления производством и качеством, управления проектами и персоналом, для налаживания сбыта и маркетинга. Использование Интернета применялось в основном для поиска партнеров и товаров на местных рынках, совсем мало предприниматели выходили с анализом этих процессов за пределы республики.

Для повышения навыков в области управленческой деятельности предпринимателям весьма полезно использовать обобщенные материалы и информационные услуги деловых и профессиональных ассоциаций и союзов. Но пока еще только более половины субъектов малого бизнеса состоят членами этих объединений, а активное участие в деятельности союзов принимают еще меньшее количество. Причиной неучастия в деловых союзах и ассоциациях бизнесмены считают недостаточность времени, отсутствие информации об их существовании, малую практическую выгоду от членства в них, высокие членские взносы. Такое положение во многом зависит и от деятельности самих объединений. Так, наибольшее количество субъектов являются членами Торгово-промышленной Палаты и Ассоциации дехканских и фермерских хозяйств. Здесь необходимо учитывать и потребность предприятий малого бизнеса в тех или иных услугах со стороны союзов и ассоциаций. Многие из них готовы платить за юридические консультации и услуги по защите прав, если они приносят пользу бизнесу.

Таким образом, дополнительное образование в области менеджмента для многих предпринимателей является актуальной задачей, если учесть, что с каждым годом число желающих участвовать в бизнес-деятельности будет все более возрастать. Поэтому необходимо организовать широкую специальную подготовку предпринимателей, руководителей и сотрудников микрофирм, малых предприятий, фермерских хозяйств, профессионально владеющих экономическими и юридическими знаниями, навыками хозяйственной деятельности. Прежде всего такую систему образования необходимо

наладить в существующих колледжах, разработав для них специальные образовательные программы по таким направлениям как экономика, кредитование, бухгалтерский учет, налогообложение, реклама, бизнес-планирование, маркетинг, компьютерная технология и др. Большую работу в этом деле должны выполнять различные бизнес-школы, курсы, семинары и другие учебные структуры, широко использовать опыт обучения предпринимателей в зарубежных странах.

Для предпринимателей, не обладающих областями знаний, и простыми процессами и правилами защиты своих интересов, может отрицательно сказаться на результатах их хозяйствования. Взять хотя бы такой процесс как контроль и проверка финансовой деятельности, где собственник предприятия обязан знать следующие казалось бы простые истины:

- срок проведения любой проверки и ревизии финансово-хозяйственной деятельности не должен превышать 30 дней;
- проверки органами правоохранительной системы проводятся только в порядке следствия по возбуждению уголовного дела;
- предприниматель, являющийся членом ассоциации или союза может требовать при проверке присутствия представителя этих объединений;
- в книге регистрации проверок должна быть роспись всех проверяющих лиц;
- в ней должны быть отражены не только результаты проверяющей комиссии, но и замечания и возражения самого предпринимателя;
- обжалование результатов проверок может осуществляться не только в административном, но и в судебном порядке;
- заполнение книги регистрации проверок должно проводиться согласно особому положению Министерства юстиции.

Такое же знание установленных правил и процедур и по многим другим процессам предпринимательской деятельности позволит предпринимателю сохранить не только средства, но и честь и имидж своей фирмы.

Организационно-управленческая поддержка предполагает создание широкой и надежной инфраструктуры малого бизнеса в виде ассоциаций, консалтинговых, информационных и других организаций, которые призваны обслуживать

интересы предпринимателей. Сюда же относится распространение лизинговой и франчайзной систем, призванных оказывать содействие в устойчивой и эффективной работе малых предприятий и являющихся одной из важных мер по поддержке предпринимательства (об этом будет изложено в последующих главах).

Важное место среди мер организационного характера занимает упрощенная система учета и отчетности для субъектов малого предпринимательства. Такая система применяется наряду с действующей системой, предусмотренной законодательством. Право выбора той или иной системы или возврат к принятой ранее системе предоставляется субъектам малого предпринимательства на добровольной основе.

Что касается отчетности, то малые предприятия представляют ее только в органы государственной статистики и налоговые органы по установленным формам. При этом отчетность максимально сокращена, упрощена и унифицирована, а также упрощен порядок ее представления. Такой порядок был введен с начала 2000 года. До этого различными структурами устанавливалось множество форм отчетности в разные инстанции, в них содержался большой объем информации, что приводило к значительным затратам времени и средств, отвлекало предпринимателей от их активной деятельности и тормозило развитие предпринимательства.

Еще более либерализованный характер имеет Постановление Президента «О совершенствовании системы отчетности, представляемой субъектами предпринимательства, и усиление ответственности за ее незаконное истребование» (15 июня 2005 г.). В соответствии с этим постановлением с 1 июля 2005 г. микрофирмы и малые предприятия вместо ежемесячного будут представлять ежеквартальную отчетность в органы Государственной налоговой службы.

Не допускается истребование у субъектов предпринимательства органами Государственной налоговой службы и органами Государственной статистики дополнительных к установленной финансовой и статистической отчетности любых сведений, справок и документов. Это касается органов Государственного управления, органов государственной власти на местах и иных организаций, которые не вправе истребовать

любую информацию не предусмотренной утвержденными в установленном порядке актами законодательства. Должностные лица этих органов будут нести персональную ответственность за нарушение, предусмотренное данным постановлением.

В серии нормативных актов, принятых в летне-осенний период 2005 г. важное значение для организации предпринимательства имеет постановление «О сокращении видов и упрощении разрешительных процедур для осуществления предпринимательской деятельности» (21 сентября 2005 г.). Этот документ снимает ряд препятствий в бизнесе, способствует созданию стабильного бизнес-климата, появлению на рынке новых предприятий, созданию дополнительных рабочих мест.

Постановлением предусмотрено, что лицензии для занятия предпринимательской деятельностью выдаются сроком не менее пяти лет. А по тринадцати видам предпринимательства (аудиторское, медицинское, фармацевтическое, туристическое и другим) лицензии будут выдаваться на неограниченный срок.

Определено, что перечень действий и видов деятельности субъектов предпринимательства, необходимых разрешений (решений, согласований и заключений), оформляемых и выдаваемых органами государственного управления на местах, устанавливается исключительно законодательными актами. Местным органам запрещено принимать решения, имеющие целью введение разрешений и установление разрешительных процедур в сфере предпринимательской деятельности. Постановлением предусмотрено также значительное сокращение разрешительных процедур и ликвидация имеющихся затруднений в их получении.

3. Финансово-экономическая поддержка

Недостаточность финансовых ресурсов для начала организации и последующей хозяйственной деятельности субъектов малого бизнеса является самой острой проблемой во всей мировой практике, так как они нуждаются в первоначальном капитале, а коммерческие банки весьма неохотно кредитуют малый сектор экономики ввиду высокой степени риска, недостаточности залоговых обязательств и других причин.

Кроме банковских кредитов есть много других источников формирования финансовых ресурсов: инвестиционные фонды, финансовые компании, страховые и пенсионные фонды, частные инвесторы, помощь друзей и родственников, благотворительные организации, взносы учредителей, международные и общественные организации и другие. Однако на практике многие из них недоступны, ненадежны или преследуют свои интересы. Поэтому со стороны государства необходима надежная финансовая и экономическая поддержка, которая в настоящее время применяется по многим направлениям.

Одно из этих направлений осуществляется различными способами кредитования субъектов малого предпринимательства, предусмотренными законодательными положениями.

Предоставление стартового капитала для вновь открываемых предприятий не позднее 6 месяцев после регистрации. Кредит выдается на формирование оборотных средств, разработку технико-экономического обоснования инвестиционного проекта, приобретение оборудования. Размер кредита: до 150 минимального размера заработной платы для микрофирм и дехканских хозяйств и до 300 – для малых предприятий и фермерских хозяйств. Для этого кредита установлены льготные условия: 5% годовых на срок до трех лет, с отсрочкой платежа процентов до 12 месяцев, с началом возврата долга через 18-24 месяца. Установлены ограничения: нельзя расходовать кредит на погашение ранее полученных кредитов, производство табака и алкоголя, создание объектов торговли и азартных игр, приобретение личного имущества, покупку офисной мебели и сотовых телефонов.

Микрокредитование представляет собой долгосрочную программу развития, направленную на стимулирование трудовой деятельности широких слоев населения. Оно нашло широкое распространение во многих странах мира, особенно в странах с переходной экономикой. **Микрокредит** является заемным средством определенного размера и целевого назначения, выдаваемого по особо установленному порядку.

Микрокредитование, наряду с общими принципами кредитования, имеет ряд отличий, которые заключаются в следующем:

а) микрокредит предоставляется, как это вытекает из его названия, в малых дозах только для стимулирования деятельности малых предприятий;

б) он имеет целью оказать финансовую помощь малоимущим слоям населения и предоставления им возможности обеспечить себя доходами для поддержания жизнедеятельности;

в) микрокредит оказывается как государственными и полугосударственными, так и неправительственными организациями;

г) кредитование сочетается с оказанием поддержки в сфере управленческих, консультационных, правовых и других услуг;

д) микрокредит выдается как в наличной, так и в безналичной форме для определенных целей, установленных законом;

е) в некоторых случаях используется принцип групповой гарантии, то есть образование кредитных групп, члены которых взаимно гарантируют возврат полученных кредитов;

ж) используется система поэтапной выдачи кредитов от малой суммы к большей.

В системе микрокредитования в Узбекистане с 1999 г. началось создание законодательно-нормативной базы. В феврале 2000 г. установлен «Порядок микрокредитования коммерческими банками индивидуальных предпринимателей и дехканских хозяйств, осуществляющих свою деятельность без образования юридических лиц, а также фермерских хозяйств и других субъектов малого бизнеса, осуществляющих свою деятельность с образованием юридических лиц».

Микрокредитование осуществляется через систему ведущих коммерческих банков за счет собственных средств, кредитных линий внебюджетных фондов, а также кредитных линий международных организаций.

В Узбекистане микрокредитование установлено для физических и юридических лиц, а именно индивидуальным предпринимателям, микрофирмам, малым предприятиям, дехканским и фермерским хозяйствам. Микрокредиты выдаются на срок до трех лет в размере до 5 тыс. долл. для физических лиц и до 10 тыс. долл. для юридических лиц. Выдача кредита осуществляется в национальной или иностранной валюте как в безналичной, так и в наличной форме по определенному порядку.

Микрокредит может быть предоставлен на следующие цели:

* на приобретение мини-оборудования;
* на развитие и расширение собственного производства;
* для первичной обработки сырья и материалов;
* на развитие сервисных услуг и бытового обслуживания;
* на развитие здравоохранения;
* на развитие индустрии туризма;
* на другие виды предпринимательской деятельности, связанные с производством товаров народного потребления и сферы услуг.

Значительная роль в микрокредитовании принадлежит органам государственной власти, которые разрабатывают законодательную базу в этом направлении, методологию кредитования, выдают денежные фонды для микрокредитов, проводят мониторинг по определению потребности в кредитах и т.д.

Значение микрокредитования заключается в решении проблем связанных с малообеспеченностью населения и его занятостью, стимулированием развития малого бизнеса, ускоренного развития финансовых рынков.

Весьма примечательно, что 2005 год Организация Объединенных Наций провозгласила годом микрофинансирования. Это один из самых доступных и массовых финансовых инструментов в решении экономических проблем, широко практикуемых в мире. В Узбекистане накоплен собственный опыт подобной поддержки малообеспеченных слоев населения, стремящихся улучшить свое благосостояние и проявляющих активные действия в этом деле. Так, например, Самаркандский центр социально-экономического развития «Сабр» работает по программе микрофинансирования в рамках проекта НОВИБ (Нидерландской организации по народному развитию). Кредитный портфель центра составляет свыше 117 млн. сумов и за 2002-2005 годы центр выдал более 5000 займов, что позволило создать более 600 дополнительных рабочих мест.

Значение микрокредитования заключается и в том, что оно исключает преследование коммерческих целей, тогда как другие финансовые структуры заинтересованы в получении прибыли, дивидендов в то время как институты микрокреди-

тования работают лишь на пополнение кредитного портфеля и на покрытие операционных расходов. Процесс микрокредитования отличается малым размером представляемых финансовых услуг для уязвимых, малообеспеченных слоев населения и жителей сельских регионов. Отличается и спектр услуг: микрозаймы, микролизинг, страхование, покрытие личных нужд граждан и т.д.

В таком направлении с начала 1990 г. действуют микрофинансовые организации (МФО). К началу 2005 г. в Узбекистане функционировало 12 международных и местных МФО, которые обслуживают около 10 тыс. мелких предпринимателей, не имеющих доступа к официальному банковскому сектору. Интерес представляет механизм предоставления и возврата кредита. Гарантом возврата средств является групповой метод кредитования, суть которого состоит в том, что заемщиком является группа из 3-10 человек, которые обещают возврат микрокредита на взаимной основе. Данный метод обеспечивает клиентам МФО доступ к небольшому капиталу, поддерживая рост и расширение бизнеса даже тех предпринимателей, которые ведут дело на основе собственного домашнего хозяйства.

Размеры микрозаймов МФО составляют от 30 тыс. до 1 млн. сумов на каждого клиента. Причем размер кредита возрастает от меньшей к большей сумме по мере успешного развития бизнеса. Погашение займов происходит два раза в месяц и включает в себя выплату части основной суммы и начисленной процентной ставки, которая составляет от 2 до 6% в месяц и рассчитывается по уменьшающемуся остатку. Кроме этого МФО обучают клиентов управлению наличными средствами и основным навыкам, необходимым для успешного ведения бизнеса.

Как показывает практика, микрофинансовые организации выступают в роли наиболее общедоступных, гибких и демократичных инструментов, имеющих социальную направленность. Это весьма эффективный механизм для стимулирования создания новых рабочих мест, повышения уровня жизни населения и экономического роста в целом.

Кредитные линии внебюджетных фондов. В сфере финансирования развития малого предпринимательства принима-

ют участие внебюджетные фонды, в частности, фонд содействия занятости, фонд поддержки дехканских и фермерских хозяйств, которые открывают кредитные линии в коммерческих банках ссужая им на договорных условиях свои финансовые ресурсы. Эти кредиты выделяются для субъектов малого бизнеса на целевой основе, а именно, на те же цели, что и микрокредиты, а также связанных с развитием местной промышленности, созданием экспортоориентированных и импортозамещающих производств, преимущественно в сельской местности.

Фонд содействия занятости Министерства труда и социальной защиты населения выделил специальную кредитную линию для поддержки семейного предпринимательства на следующие цели: приобретение скота, фуража, удобрений, семян; строительство и оборудование теплиц; покупку минооборудования и сырья для производства изделий народно-художественных промыслов и прикладного искусства.

Фонд поддержки предпринимательства и реструктуризации предприятий при Государственном комитете по демонополизации, поддержке конкуренции и предпринимательства (создан в августе 2005г.) также способствует развитию малого бизнеса. Средства фонда формируются за счет суммы штрафов, налагаемых за нарушение антимонопольного законодательства, законов о естественных монополиях, о защите прав потребителей, о рекламе, штрафов, взимаемых с должностных лиц, средств поступающих от разгосударствления и приватизации.

Средства фонда используются: а) на разработку программ реструктуризации предприятий, финансового оздоровления низко рентабельных предприятий, б) финансирование содействия развитию в регионах бизнес-инкубаторов, технопарков, структур предпринимательства, в) разработку программ развития малого предпринимательства, г) проведение конкурсов среди предпринимателей.

Кредитные линии международных организаций и зарубежных стран. Они предназначены для финансирования инвестиционных проектов по приобретению новейших высокотехнологичных видов оборудования и технологий, покрытия затрат по формированию рабочего капитала. Сумма предос-

тавляемого кредита составляет от 50 тыс. до 5 млн. долл. сроком на 3-5 лет. На 2005 г. иностранные кредиты составляли: Европейский банк развития и реконструкции – 170 млн. долл., Азиатский банк – 94, Германский банк – 28, Международная финансовая корпорация – 32, ОПЕК – 5 млн. долл., всего около 720 млн. долл., из которых освоено 390 млн. долл. В этом ряду находятся: Эксим банк (США), фонд ОПЕК, корпус милосердия, центральноазиатский фонд по малым предприятиям, банки Италии, Израиля, Чехии, Франции.

Кредитные союзы. В законе «О кредитных союзах» (4 апреля 2002 г.) дается следующее определение «Кредитным союзом признается кредитная организация, создаваемая юридическими и физическими лицами на основе добровольного равноправного членства с целью предоставления кредитов». Членами кредитного союза становятся лица, которые внесли паевые взносы в уставный фонд. В задачу кредитного союза входит: привлечение денежных средств от своих членов, предоставление им кредита, привлечение грантов и других безвозмездно передаваемых средств, оказание консультационных и информационных услуг.

Кредитные союзы – это финансовые институты, построенные по принципу «снизу-вверх» имеющие общую основу для членства – по месту работы, жительства, профессиональной принадлежности и т.п. Кредитный союз по своей специфике является структурой, основная цель которой направлена не на получение прибыли, а на оказание социально-финансовой помощи учредителям и членам в решении их социально-прикладных проблем посредством предоставления финансовых услуг, в том числе кредитов. Особенность их в том, что они опираются на многочисленных рядовых пайщиков, являющихся одновременно и клиентами.

Деятельность кредитных союзов базируется на следующих принципах:

* Принцип независимости при управлении. Этот принцип основан на том положении, что каждый участник является владельцем кредитного союза. Он имеет право принимать участие в управлении деятельностью союза, может определять условия выдачи ссуд, избирать кредитный комитет, решать кому выдавать кредит. В управлении предоставляются полно-

мочия совету кредитного союза, который избирается из числа своих же участников. Однако окончательное решение по всем вопросам деятельности остается за членами кредитного союза.

* Принцип «Один человек – один голос. Каждый член, независимо от размеров своего индивидуального пая, имеет право на один голос в выборах и в решении вопросов деятельности союза. Таким образом, в союзе нет монополистов, а есть равноправие всех в делах управления.

* Принцип добровольности участия. Членство в кредитном союзе открыто для каждого желающего добровольно объединить свои усилия в деле достижения общей цели – оказание кредитно-финансовых услуг друг-другу. Добровольность участия присуща и членам совета кредитного союза, которые безвозмездно выполняют обязанности по управлению в качестве доверенных представителей.

* Принцип доступа к услугам финансирования. Главная цель кредитного союза – повышение благосостояния своих членов. Для них открывается доступ к пользованию различными финансовыми услугами по доступным и выгодным для них условиями.

* Принцип непрерывности образовательного процесса. Одним из основных факторов обеспечения устойчивости деятельности кредитных союзов является обеспечение подготовки и обучения участников членов его совета, менеджеров и сотрудников. В этом деле немалая роль принадлежит ассоциациям и другим объединениям кредитных союзов, предлагающих комплекс учебных семинаров и тренингов по различным проблемам деятельности кредитных союзов.

Таким образом, кредитные союзы являются наиболее демократичными и доступными для всех желающих финансово-кредитными учреждениями. Они в отличие от коммерческих банков, не преследуют цель получения прибыли. При выдаче кредита банки тщательно изучают кредитоспособность заемщика, его способность своевременно погашать сумму долга и процентов по нему, а кредитные союзы опираются на репутацию заемщика. Они выдают кредит без залогового обеспечения. Полученную прибыль кредитные союзы вновь возвращают своим участникам путем улучшения качества предлагаемых и вновь вводимых услуг, снижения стоимости предоставляемых кредитных ресурсов.

К началу 2005 г. в Узбекистане насчитывалось 20 кредитных союзов, объединявших около 25 тыс. членов, из которых 98% составляли физические лица. Суммарный объем привлеченных ими средств на депозиты составлял 2,7 млрд. сумов, капитал союзов составил 950 млн. сумов.

В основном кредиты выдавались на организацию торговли, производство товаров народного потребления и сельхозпродукции, покупку бытовой техники, оплату обучения и другие цели. В 2005 г. была создана Ассоциация кредитных союзов, в задачу которой входит: содействие в разработке правовых актов, развитие кредитных союзов, организация повышения квалификации их работников, координация деятельности союзов и т.д.

Кредитные союзы, как небольшие общественные организации для взаимного кредитования имеют большое будущее и станут занимать в финансовой сфере достойное место. Об этом свидетельствует зарубежная практика. Так, в развитых странах небанковские институты стали играть важную роль (к ним относятся инвестиционные и финансовые компании, благотворительные фонды, трастовые компании и др.). Но главное место заняли кредитные союзы, число клиентов которых в странах ЕС превышает 100 млн. человек, а доля их на рынке банковских услуг достигает 30%. В 1971г. был создан **Всемирный совет кредитных союзов,** который объединяет движение кредитных союзов из 91 страны, включающих 37 тысяч кредитных союзов, членами которых являются 112 млн. человек, общие активы этих союзов составляют более 500 млрд. долларов.

Такому широкому распространению кредитных союзов способствовали присущие им выгоды. Они предоставляют полный пакет финансовых услуг, что не делают зачастую банки: консультативные, выдача кредита без залогового обеспечения, а также наличными деньгами, низкие процентные ставки, кредитование небольшими суммами. Поэтому 30% населения США являются членами кредитных союзов. Там хорошо понимают, что без прямого, открытого для всех граждан доступа к финансовым услугам невозможно достигнуть масштабного экономического роста и социального развития.

Таким образом, кредитование предпринимательских структур является действенным источником экономической под-

держки. Для повышения эффективности этой системы необходимо строить ее на основе следующих положений:

- обоюдность интересов, что означает при решении проблем кредитования следует учитывать интересы как субъектов предпринимательства, так и интересы банков и других кредитных учреждений;
- самостоятельность распоряжения денежными средствами, то есть банковские структуры не должны определять и контролировать направления использования предоставленных кредитов субъектам предпринимательства, устанавливать непредусмотренные законом или договором ограничения их прав распоряжаться денежными средствами по своему усмотрению;
- необходимость предоставления кредитов и использование средств, находящихся на счетах в форме наличных денег в порядке установленном законодательством;
- дальнейшее расширение льготных условий кредитования, осуществляемых в направлениях государственной поддержки предпринимательства.

В системе финансово-экономической поддержки предпринимательства важное место занимает **система налогообложения**, которая является одним из самых уязвимых мест у предпринимателей. До середины 2005 г. в этой системе было много сложностей. Так, по данным МФК в 2004 г. 62% предпринимателей отметили сложность процессов налогообложения и указали на высокий уровень взимаемых ставок налогов, на большое количество налогов и сборов, на противоречивость законодательства и затруднения в понимании многих положений принятых правовых актов, необходимость значительных затрат времени на процесс оформления и сдачи налоговой отчетности. Высокое налогообложение вынуждало предпринимателей повышать цены на товары и услуги, а также скрывать часть своих доходов. Эти факты свидетельствуют о необходимости постоянного совершенствования системы налогообложения в целях стимулирования предпринимательской деятельности, в особенности для развития малого бизнеса. В процессе реформирования экономики постоянно происходило изменение системы налогообложения, вводилось льготное налогообложение для малых предприятий.

Налоговые льготы. В соответствии с налоговым и таможенным кодексами, указами и постановлениями для пред-

приятий, выпускающих потребительские товары, перерабатывающих сельскохозяйственную продукцию и других было установлено более 40 различных налоговых льгот и преференций, в том числе и для малых предприятий, более 10 льгот имели предприятия с иностранными инвестициями.

В налоговом кодексе и в ряде других законодательных актах предусмотрены следующие льготы:

* полностью от уплаты налога на доходы (прибыль) освобождаются вновь созданные частные предприятия, производящие и перерабатывающие сельскохозяйственную продукцию; выпускающие товары народного потребления, строительные материалы сроком на два года;

* предприятия с иностранными инвестициями, производящие экспортоориентированную и импортозамещающую продукцию освобождаются от уплаты налога на прибыль сроком на 5 лет, если в объеме производства более 25% составляют товары детского ассортимента;

* микроформы и малые предприятия при осуществлении видов деятельности, перечень которых определяется Кабинетом Министров, уплачивают фиксированную сумму налога;

* малые предприятия освобождаются от уплаты таможенных пошлин при импорте технологического оборудования для организуемых ими производств;

* субъекты малого предпринимательства вправе применять ускоренную амортизацию основных производственных фондов с отнесением затрат на издержки производства в размере, не более чем в два раза превышающем нормы для соответствующих основных фондов;

* от уплаты налога на доходы (прибыль) освобождаются на три года вновь создаваемые на территории поселков, кишлаков и аулов предприятия по переработке сельскохозяйственной продукции и производству товаров народного потребления;

* вновь созданные предприятия (кроме торговых снабженческих, заготовительных) уплачивают налог в первый год в размере 25% и во второй год в размере 50% от установленной ставки;

* от уплаты налога на доход (прибыль) освобождаются сроком на три года вновь создаваемые в сельской местности производственные предприятия с участием иностранных инвестиций;

* законодательство предусматривает и другие налоговые льготы различным предприятиям, в том числе с иностранными инвестициями, что значительно повышает эффективность их деятельности.

Однако налоговые льготы приходят в противоречие с налоговыми ставками и со временем встает вопрос: что же выгодно для экономики – налоговые льготы или ставки? На этот вопрос был дан практический ответ в США, когда в 90-х годах Президент Р.Рейган принял решение о сокращении налоговых льгот при одновременном снижении налоговых ставок. Эта мера привела к резкой деловой активизации; за несколько лет ВВП страны вырос на 30%, а налоговые сборы выросли в 1,5 раза.

В Узбекистане происходит планомерное снижение налогового бремени. Так, с 1996 г. по 2005 гг. налог на прибыль снижен с 37до 24%, налог на физические лица – с 40 до 33%.

Кроме того, с целью упрощения процедуры налогообложения была введена **упрощенная система налогообложения для малых предприятий,** которая начала действовать с 1998 г.

Предприятия могли по своему усмотрению выбрать действующую систему, предусмотренную налоговым кодексом или новую упрощенную систему. Последняя предусматривала уплату единого налога взамен уплаты совокупности общегосударственных и местных налогов и сборов за исключением сбора за право торговли, регистрацию юридических лиц, парковку автотранспорта. Для малых предприятий сохранялся действующий порядок уплаты таможенных пошлин, налога на добавленную стоимость и акцизного налога на импортируемые товары, государственных пошлин, лицензионных сборов, отчислений во внебюджетные фонды.

Объектом обложения единым налогом было установлено:

- для предприятий торговли (закупочных, посредническ их, оптово-сбытовых, снабженческих) - валовой доход;
- для предприятий остальных отраслей народного хозяйства - валовая выручка.

Ставки единого налога были определены для малых предприятий в процентах от объема реализации товаров в следующих размерах: для торговых предприятий – 25%, предприятий сельского хозяйства – 5% и других отраслей экономики – 10%.

В целях дальнейшего стимулирования ускоренного развития субъектов малого бизнеса и кардинального повышения их роли и доли в экономике страны Указом «О дополнительных мерах по стимулированию развития микрофирм и малых предприятий» (20 июня 2005 г.) для этих категорий предприятий вводится **единый налоговый платеж** взамен уплаты единого налога, обязательных отчислений во внебюджетный пенсионный фонд, республиканский дорожный фонд и фонд школьного образования. Размер ставок нового вида налога приведен в табл. 13.

Таблица 13

Ставки единого налогового платежа для микроформ и малых предприятий

№	Плательщики	В % от объема реализации
1	Предприятия всех отраслей экономики, за исключением указанных в пунктах 2-4	13,0
2	Предприятия сельского хозяйства, за исключением плательщиков единого земельного налога	6,0
3	Предприятия массово-зрелищных мероприятий	30,0
4	Нотариусы, занимающиеся частной практикой	50,0

В соответствии с указом было снижено бремя налоговых ставок. Так, для производственных предприятий все виды платежей и отчислений во внебюджетные фонды снизились на 3,2%, для сельхозпредприятий – на 8,2%, для частных нотариальных контор на 3,2%.

Ставка единого социального платежа от фонда оплаты труда юридических лиц с 2005 г. составляет 31%, которая распределяется следующим образом: во внебюджетный пенсионный фонд – 30,0%, в государственный фонд занятости – 0,5%, совету федерации профсоюзов - 0,5%.

С этого же периода вновь создаваемые микроформы и малые предприятия получают отсрочку по уплате единого налогового платежа сроком на один год, с уплатой отсроченных сумм в течение 12 месяцев равными долями после окончания льготного периода.

Особый режим налогообложения установлен для индивидуальной предпринимательской деятельности. Учитывая, что

такая деятельность является наиболее массовой и в нее вовлечены сотни тысяч людей, была принята очень простая система фиксированного налогообложения в зависимости от вида деятельности, действующая с начала 1999 г. До этого для индивидуальных предпринимателей расчет налога был основан на учете доходов и расходов, которые предприниматели должны были фиксировать в специальной книге. Такая система требовала сложной и дорогостоящей процедуры контроля и исчисления налогооблагаемого дохода, которая в основном приводила к ущемлению государственных интересов и снижению поступлений средств в бюджет.

Суть фиксированной системы налогообложения состоит в том, что Кабинет Министров устанавливает минимальные размеры налога, а местные органы власти определяют их конкретные размеры. Ежемесячный налог устанавливается по отношению к размеру минимальной суммы заработной платы. Так, например, лица, занимающиеся продажей продовольственных и непродовольственных товаров уплачивают от 5 до 12 минимального размера оклада в зависимости от наличия торгового зала, занятые торгово-посреднической деятельностью уплачивают 20-30 этого оклада, в бытовом обслуживании размер налога колеблется в пределах 5-12 оклада.

Система фиксированного налогообложения дала возможность упростить исчисление налога, свести к минимуму издержки, связанные с контролем за деятельностью предпринимателей, освободить последних от ведения книги учета расходов и доходов.

Конечно, данная система не может считаться идеальной ввиду того, что она создает неравные условия для предпринимателей, связанные с их квалификацией, доступностью и ценами на материалы, транспортировкой товара, района расположения и другие факторы. Корректирующие коэффициенты, устанавливаемые местными органами также не всегда объективны.

Финансовая поддержка предполагает также оказание помощи малым предприятиям **в организации внешнеэкономической деятельности**: тарифное регулирование, валютный контроль, привлечение иностранных инвестиций, таможенное регулирование.

Государство обязано оказывать помощь, поддержку, содействие и другие методы стимулирования предпринимательской деятельности. Но в свою очередь и сами предприниматели должны рационально использовать свои внутренние источники финансирования: прибыль, амортизационные отчисления, инвестиции, вкладывать их в развитие производства, а не тратить на сверхизлишнее благосостояние. Поэтому экономическая поддержка бизнеса должна носить стимулирующий и выборочный характер, государство должно помогать, прежде всего, хозяйственным структурам, деятельность которых отвечает целям и направлениям социально-экономического развития страны и общества. Поддержка не должна принимать форму источника увеличения дохода и рентабельности. В поддержке малых производственных и инновационных предприятий, сочетающих стадии старта развертывания деятельности и достижения устойчивого технико-экономического развития, государство должно переходить от предоставления прямых льготных кредитов, имеющих низкую степень возвратности, к выдаче адресных поручительств и гарантий. Они являются эффективным средством использования финансовых ресурсов и привлечения частных инвестиций.

Государственную политику поддержки малого бизнеса следует проводить жестко и с учетом приоритетности сферы деятельности. Например, в развитых странах налоги на прибыль предприятий, занятых производственной деятельностью, не превышают 20-30%, а на коммерческое посредничество и зрелищные мероприятия налоги составляют 90% и выше.

4. Материально-техническая и социально-экономическая поддержка

Многие субъекты малого бизнеса создаются без тщательной подготовки, ютятся порой в неприспособленных помещениях, не обеспечены материально-технической базой, используют устаревшее малопроизводительное оборудование, испытывают недостаток сырья и материалов. Из-за этого предприятия не способны выполнять сложные технологические процессы, выпускать качественную продукцию и выдерживать конкуренцию не только за рубежом, но и внутри страны.

На производство продукции и оказание услуг затрачиваются лишние трудовые, материальные и финансовые ресурсы, в результате чего не достигается необходимая эффективность деятельности.

Следовательно, для малых предприятий необходимо создать условия для организации производственно-коммерческой деятельности на качественной современной технологической основе для внедрения новинок техники и ноу-хау. Им нужна всесторонняя **материально-техническая поддержка,** которая может осуществляться по различным направлениям.

Прежде всего, для малых предприятий следует предусмотреть **возможность обеспечения беспрепятственного доступа к материальным ресурсам,** особенно к квотируемым и лимитированным материалам. Проще всего в условиях рынка вопросы обеспечения материальными ресурсами решаются на основе прямых договоров между производителями этих ресурсов и их потребителями. Но в условиях неразвитости рынка этот путь не всегда срабатывает и предприниматели вынуждены приобретать сырье и материалы окольными, незаконными путями, зачастую по весьма высоким ценам. Поэтому им необходима конкретная помощь, которую могут обеспечить Торгово-промышленная палата, Акционерная компания «Узулгуржисавдо», товарно-сырьевые биржи, хакимияты и другие организации. Для этого применяются различные меры: создание широкой сети торговых предприятий по продаже металлоконструкций, строительных материалов, удобрений и других товаров, введение системы госзаказов, организация биржевой и ярмарочной торговли и т.д. Со своей стороны предприниматели должны определять свои потребности в материальных ресурсах и направлять их в соответствующие органы, чего к сожалению многие не делают. Другими мерами решения проблемы могут быть взаимодействие малых предприятий с крупными по налаживанию долговременных кооперационных связей, упрощение таможенных процедур и платежей на импортируемые сырьевые и материальные ресурсы.

Субъектам малого бизнеса необходима также **поддержка оборудованием, производственными площадями, транспортом, инструментом и приспособлениями.** Покупка импорт-

ного оборудования требует больших средств, которых у начинающих бизнесменов недостаточно, поэтому здесь должна помочь лизинговая система, которая, к сожалению, пока не развита. Пока же малые предприятия могут брать в аренду или получать оборудование по сходным ценам у предприятий, где на складах и в цехах имеется неиспользуемое оборудование. Целесообразно такое оборудование собрать в одном центре, где арендовать его можно значительно быстрее и легче. Существенно помогают в этом деле и проводимые выставки мини-технологий и оборудования, которые желательно сделать постоянно действующими.

Таким же образом можно решить и с производственными площадями, так как многие здания и помещения длительное время остаются неиспользованными как в городах, так и в сельской местности. Торгово-промышленная палата проводит инвентаризацию таких помещений, а предпринимателям надо посодействовать по приведению зданий в эксплуатационную готовность.

Для оказания содействия и создания условий в деятельности предпринимателей важное значение имеет и **социально-психологическая поддержка**. Хотя прошло уже более 16 лет с начала перехода к рыночной экономике и частному предпринимательству, в обществе, как отмечал Президент И.А.Каримов в своих выступлениях, еще живут старые стереотипы, порождающие недоверие, а порой и неприятие предпринимательской деятельности, бытует представление, что предприниматель – это потенциальный нарушитель закона, живущий на нетрудовые доходы. Это глубокое заблуждение, от которого необходимо избавляться, надо всемерно укреплять дух и культ предпринимательства в обществе.

Вокруг предпринимательства (бизнеса) важно создавать такое отношение в общественном сознании, которое оно по праву заслуживает. Ведь этим процессом занимаются энергичные, деловые люди, хорошие организаторы, умелые руководители, профессионально подготовленные специалисты. В развитых странах справедливо считают, что предприимчивый, преуспевающий человек выгоден всем: себе, правительству, малоимущим, временно не занятым.

Занятие бизнесом должно стать у нас, как и за рубежом, престижным занятием, к которому надо прививать интерес и

побуждать людей, особенно молодежь, создавать для этого условия, поощрять успех бизнесменов, радоваться их достижениям. Любой предприниматель, обогащающий общество и обогащающийся сам полезнее стране, чем пассивные слои населения, которые не приносят пользы ни себе, ни обществу. В свою очередь, предприниматели должны быть ориентированы на социальные аспекты общественной жизни, соблюдение этики и морали предпринимательства, быть готовыми оказать материальную помощь тем, кто не сумел или не способен преуспеть в условиях рыночной системы.

Таким образом, поддержка предпринимательской деятельности в социальном аспекте обеспечивается рядом условий:

* утверждение в обществе благоприятного климата, положительного отношения к предпринимателям;

* создание условий, при которых каждый человек имел бы возможность раскрыться как личность, проявить свои способности, сделать свою жизнь в материальном и духовном отношении более богаче;

* смягчение трудностей переходного периода путем поддержки социально уязвимых слоев населения и адаптации их к новым жизненным условиям;

* утверждение во всех сферах общественных отношений принципа социальной справедливости, в частности, сокращения разрыва доходов между богатыми и бедными;

* ориентация самих предпринимателей на социально-психологические процессы общественной жизни, на приобретение знаний в области психологии бизнеса и менеджмента.

Последнее очень важно, так как предприниматель для достижения успехов в своем деле должен сочетать свою экономическую и правовую грамотность с психологическими качествами, к которым можно отнести: интеллект, умение владеть собой и общаться с окружающими, проявление здравого смысла и творческих усилий, мотивация поступков и многое другое, что можно определить понятием «психологическое поведение делового человека». Иначе говоря, предпринимателю необходимы: психологическое самосовершенствование, приобретение таких свойств как самовнушение, уверенность в себе, рациональное мышление, интуиция, настойчивость, умение преодолевать трудности, способность к творчеству и многое другое из области психологии.

К перечисленным категориям можно отнести умение улаживать конфликтные ситуации, использование принципа компромисса, создание и поддержание благоприятной социально-психологической атмосферы в коллективе, налаживание коммуникаций между участниками бизнеса, завоевание доверия окружающих, стремление к социальной справедливости, умение раскрыть личность, таланты и способности своих сотрудников, наладить их настроение. Здесь уместно привести слова Генри Форда: «Для создания массового производства автомобилей понадобилось несколько десятилетий, а теперь нам нужно всего десять лет, чтобы достичь таких же успехов за счет применения социологии и психологии».

Наряду с такими отраслями психологии, как педагогическая, медицинская, судебная, спортивная, военная и другие, имеет право на существование и психология бизнеса. Психологические свойства личности предпринимателя весьма многогранны, которые можно свести к следующим группам:

1. **Направленность личности:** убежденность в достижении поставленных целей, завоевание доверия у окружающих, целенаправленность в действиях, выработка положительных качеств и устранение отрицательных привычек и негативных проявлений характера.

2. **Общие качества:** практичность ума, самообладание, наблюдательность, общительность, инициативность, уровень общего развития.

3. **Специфические организаторские свойства:** организаторское чутье, взаимоотношение и взаимодействие с партнерами, подчиненными, конкурентами и другими людьми, способность увлечь и мобилизовать энергию других, эмоционально-волевые качества.

4. **Индивидуально-психологические особенности:** выработка индивидуального стиля, индивидуальный диапазон действий, индивидуальный почерк поведения, которые воздействуют на окружающих и импонируют им, укрепляют авторитет.

Высоких успехов в предпринимательстве можно достичь за счет правильного построения психологических взаимоотношений с подчиненными, от которых зависит достижение намеченных целей и задач. В этом отношении предпринимателю, надеемся, помогут следующие советы:

* говорите людям о поставленных целях и о результатах работы четко и однозначно, удостоверьтесь, что все вас правильно поняли;

* поддерживайте нормальные взаимоотношения со всеми подчиненными, заботьтесь о том, чтобы на результатах работы не отражались чьи-то плохие взаимоотношения, не имейте «любимчиков»;

* не опекайте подчиненных и не вмешивайтесь в детали работы, дайте им возможность «развернуться»;

* будьте хладнокровны, демонстрируйте выдержку в самых кризисных ситуациях, это побуждает и сотрудников сохранять спокойствие;

* стимулируйте проявление разных точек зрения, успеха не будет если люди «смотрят вам в рот»;

* делайте свои идеи достижением других;

* стремитесь избегать шаблонных подходов, стереотип в мышлении не дает успеха;

* овладевайте культурой служебного общения, вежливый тон обращения, тактичность, корректность, лаконизм и четкость изложения своих мыслей — важные элементы этикета на работе;

* не переносите личные обиды и неприязнь на деловые отношения, будьте равными со всеми подчиненными, помните имя и отчество каждого работника, первыми здоровайтесь со всеми, дорожите мнением и временем сотрудников;

* помните, что на вас равняются все остальные сотрудники, следите за своим внешним видом.

Предприниматель должен систематически и критически оценивать свои действия и ставить перед собой не совсем удобные для него вопросы: правильно ли я руковожу людьми, в какой мере я инициативен, в чем причина постигших меня неудач, добился ли я того, чего хотел, удовлетворен ли я качеством своей работы, чего мне не хватает, как реагируют на результаты моей работы подчиненные.

Следовательно, предприниматель должен верить в себя, верить в успех, верить своим сотрудникам и не забывать, что кроме техники, технологии, экономики и других областей знаний есть и такая нужная ему сфера, как «психология бизнеса», которую он обязан взять на вооружение.

В заключение необходимо привести основные положения, которые государство использует в системе поддержки предпринимательской деятельности:

1. Помощь малым предпринимателям должна носить стимулирующий селективный характер. Это означает, что государство стимулирует деятельность, прежде всего, жизнеспособных предприятий, которые призваны для решения государственных и общественных задач, ориентированных на экспорт, решение процессов локализации, обеспечение важнейших социальных нужд населения и т.д.

2. Финансовая и материальная помощь должна быть дозированной, оказываться в оптимальных размерах. Чрезмерная опека может привести малые предприятия к иждивенческим настроениям, создать у них тепличные условия. Эта помощь должна оказываться только в самых необходимых случаях. Малые предприятия обязаны самостоятельно решать свои задачи, надеяться, прежде всего, на свои силы и средства, чтобы они не рассматривали помощь как постоянное необходимое условие для выживания в конкурентной среде и как источник повышения прибыльности.

3. Поддержка вместо прямой финансово-экономической помощи (снижение налоговых и таможенных платежей и др.), должна оказываться в виде организационных и правовых гарантий. Ведь большинство жалоб бизнесменов сводится, например, не к высоким таможенным тарифам, а к сложности и затягиванию сроков таможенных процедур.

4. Одним из условий государственной поддержки является постепенное сокращение административно-директивного, закрепительного регулирования в пользу экономических и правовых стимулов развития малых хозяйствующих субъектов. Прежде всего это касается создания равных прав и условий для всех предприятий независимо от форм собственности размеров и форм предпринимательской деятельности. В рыночной экономике все должны в равной степени быть участниками в конкурентной борьбе, быть ответственными во взаимоотношениях друг с другом, пользоваться услугами инфраструктуры и т.д.

5. Поддержка бизнеса имеет целенаправленный характер на текущее или перспективное развитие каких либо сфер хо-

зяйственной деятельности или процессов предпринимательства. Государство определяет, например, меры и программы, принимает законодательные акты по развитию сельского хозяйства, по созданию совместных предприятий и привлечению иностранных инвестиций, по сокращению монополистической деятельности и усилению конкуренции, по либерализации экономической деятельности и т.д.

Основные понятия и термины

Правовая поддержка, законодательная база, Госкомимущество, правовая грамотность, управленческая поддержка, льготное налогообложение, кредитный союз, психология бизнеса, микрокредитование, стартовый капитал, единый налоговый платеж.

Вопросы для самопроверки

1. Пять основных направлений поддержки малого бизнеса.
2. Каковы роль и место государственной поддержки бизнеса?
3. Роль хозяйственных объединений и юридических органов в поддержке предпринимательства.
4. Насколько предприниматели владеют правовой грамотностью?
5. Содержание мер по организационно-правовой поддержке.
6. Что должен знать и предпринять предприниматель при проведении проверок его деятельности?
7. Какие меры входят в финансово-экономическую поддержку?
8. Какие кредиты используются для финансирования субъектов предпринимательства?
9. Какова роль кредитных союзов?
10. Какие льготы по налогам предусмотрены малым предприятиям?
11. Какие меры используются при материально-технической поддержке?
12. В чем суть и содержание социально-психологической поддержки?

Глава 12. ИНФРАСТРУКТУРА МАЛОГО БИЗНЕСА

1. Общие понятия об инфраструктуре.
2. Задачи и функции инфраструктуры малого бизнеса.
3. Классификация инфраструктуры.
4. Современное состояние и проблемы инфраструктуры.

1. Общие понятия об инфраструктуре

Инфраструктура – дословно означает (лат.) – inpra – ниже, под; structura – строение, расположение. Или иначе – основание, фундамент, внутреннее строение системы.

Следовательно, с экономической точки зрения, инфраструктура представляет собой комплекс производственных и непроизводственных отраслей, совокупность различных организаций, обеспечивающих условие для эффективного функционирования основных структурных подразделений экономики в целом, отдельных ее частей и предприятий.

Инфраструктура – это обязательный компонент любой целостной экономической системы. Развитый цивилизованный рынок требует и развитой инфраструктуры. Впервые термин «инфраструктура» был использован в экономическом анализе для обозначения объектов и сооружений, обеспечивающих жизнеспособность вооруженных сил (начало XX века). В сороковые годы на Западе под инфраструктурой стали понимать совокупность отраслей, обслуживающих основные отрасли материального производства с целью их нормального функционирования.

В зависимости от обеспечения функционирования различных уровней экономики, инфраструктуру можно разделить на следующие виды:

* **инфраструктура народного хозяйства в целом,** куда входят сеть дорог, связь, транспорт, энергоснабжение, образование, здравоохранение и другие отрасли и службы, обеспечивающие успешное функционирование основных произ-

водственных отраслей: промышленность, строительство, сельское хозяйство;

* **инфраструктура отдельных отраслей,** например, машиностроение должны обслуживать: конструкторские бюро, научно-исследовательские институты, проектные организации, учебные заведения и другие структуры;

* **инфраструктура отдельных предприятий,** которая в свою очередь делится на **производственную инфраструктуру,** обслуживающую бесперебойную работу основных цехов (энергетическое, транспортное, инструментальное, ремонтное хозяйства и др.) и **социальную инфраструктуру,** обслуживающую работников (жилье, медицинские пункты, столовые, зоны отдыха, детские учреждения, гардеробные, душевые, комнаты гигиены, помещения психологической разгрузки);

* **рыночная инфраструктура,** призванная обеспечить, создание, эффективное функционирование и дальнейшее развитие рыночных систем;

* **инфраструктура малого бизнеса,** которая является частью рыночной инфраструктуры, но целенаправлена непосредственно на создание условий для успешного развития предпринимательской деятельности и призванная оказывать поддержку малым предприятиям, микрофирмам, индивидуальным предпринимателям, дехканским и фермерским хозяйствам.

Термин «рыночная инфраструктура» не дублирует, не смешивается ни с производственной, ни с социальной инфраструктурой, он легко отличается от них. Рыночная инфраструктура — это система институтов и посреднических организаций, связывающих поизводителя товаров (работ и услуг) и потребителя в едином рыночном пространстве. Она призвана устранить противоречия между масштабами производства и потребления и позволить всем участникам рынка обеспечить достижение поставленных целей и задач.

2. Задачи и функции инфраструктуры малого бизнеса

На рынке встречаются два противоположных, но необходимых друг другу участника: производитель и потребитель, собственник и клиент. Между ними возникает противоречие: один желает быстрее и по высокой цене реализовать продукт

или услугу, другой желает быстрее и по низкой цене приобрести их. Для разрешения этого противоречия и существует инфраструктура, которая создает одновременно благоприятные условия для производителя и потребителя, уравновешивая спрос и предложение.

Институты или инфраструктура рыночного хозяйства обеспечивают взаимосвязанную систему потоков товаров, услуг, ценных бумаг, кредитов, материальных ресурсов, рабочей силы, для перемещения которых создается целая сеть транспортных, складских, торговых, биржевых, кредитных и других посреднических организаций.

Без таких помощников-посредников производителю было бы затруднительно довести самому товар до потребителя. Для этого ему надо иметь собственный транспорт, складские помещения, торговые предприятия, что было бы весьма обременительно и обошлось бы очень дорого.

Поэтому производитель ограничивается изготовлением товара и организацией его сбыта, для чего устанавливает отпускную цену, покрывающую его издержки и обеспечивающую ему прибыль. От изготовителя товар переходит к транспортной организации, которая доставляет его в оптовую базу, где происходит проверка качества, сортировка и другие операции, затем товар отправляется в мелкооптовую базу, которая доставляет его до конечного пункта – в розничную торговлю. На всех этих этапах посредники делают наценку на товар для получения своей части прибыли. Эту цепочку прохождения товара, а также некоторых услуг через инфраструктурные подразделения можно изобразить схемой 4.

Схема изменения цены товара в процессе его продвижения



Схема реализации импортных контрактов

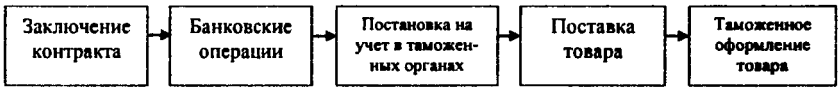


Схема получения кредита в банке

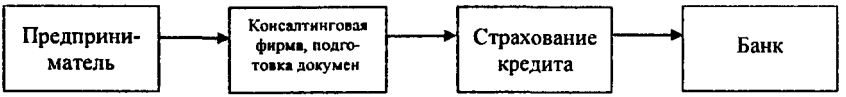


Схема 4. Продвижение товаров и услуг через инфраструктурные подразделения

Здесь показаны упрощенные схемы действия звеньев инфраструктуры. Кроме указанных действует и ряд других звеньев: юридические службы, аудиторские фирмы, рекламные агентства, маркетинговые и другие организации. Каждая из них в первую очередь преследует свои выгоды в виде получения прибыли за свои услуги, но в конечном итоге они должны считаться с предложением и спросом на товар или услугу, чтобы не произошло затоваривания или дефицита на них. Поэтому инфраструктура призвана находить триединый баланс интересов участников рынка: производителя, потребителя и свои собственные.

Таким образом, **цель инфраструктуры – максимализация прибыли участников рынка в условиях ограниченного платежеспособного спроса на основе компромиссов, заключаемых в поисках баланса интересов.**

Для достижения этой цели инфраструктура решает следующие задачи:

* содействие активной и широкой адаптации предпринимательских структур к эффективной деятельности в рыночных условиях;
* создание условий, обеспечивающих всем участникам рынка реализацию их интересов, с наименьшими материальными и моральными издержками;
* повышение степени оперативности и эффективности работы субъектов рынка на основе специализации отдельных органов и видов услуг, обеспечивающих деятельность основных структур;
* организационное оформление рыночных отношений, облегчение форм юридического и экономического контроля, государственного и общественного регулирования деловой практики;

* регулирование рыночного спроса и цены потребительских товаров, недвижимости, средств производства, рабочей силы, используя для этого биржевой, маркетинговый и другие механизмы;

* сокращение в целом общественных издержек на производство и услуги, регулируя объемы выпуска продукции, исходя из сложившейся рыночной конъюнктуры.

Решая эти задачи, совершенствуя механизм своей деятельности, увеличивая спектр услуг, инфраструктура способствует ускоренному созданию цивилизованной рыночной экономики.

Инфраструктура рыночной экономики выполняет многообразные функции, главные из которых следующие:

1. Транспортировка товаров до промежуточных и конечных пунктов потребления, выполнение дополнительных операций, складирование.

2. Кредитование предпринимательской деятельности.

3. Страхование предпринимательского риска.

4. Регистрация, лицензирование, стандартизация.

5. Юридическая защита интересов предпринимателей, консалтинговое, информационное, аудиторское обслуживание.

6. Налоговый контроль и налоговое инспектирование.

7. Регулирование занятости населения, и содействие по трудоустройству.

8. Аукционное, ярмарочное и другие виды организационного внебиржевого посредничества.

9. Стимулирование деловой активности путем создания государственно-общественных и общественных фондов.

10. Обучение, переподготовка, повышение квалификации кадров для предпринимательских структур.

3. Классификация инфраструктуры

Инфраструктура рыночной экономики, в том числе и малого бизнеса в Республике Узбекистан стала создаваться с первых лет становления независимости и в настоящее время представляет собой разветвленную систему структурных подразделений, способных оказать существенное содействие развитию малого предпринимательства, во многих случаях на льготных условиях и безвозмездно. Она включает сециализи-

рованные институты, помогающие разработке и реализации политики в сфере малого предпринимательства, которые создаются и действуют при государственном участии, либо общественными организациями, либо по инициативе самих предпринимателей (фонды, кредитные союзы, бизнес-инкубаторы и др.).

Инфраструктура малого бизнеса является тем каналом, по которому государственная поддержка в основных своих формах доводится до малых предприятий, благодаря чему обеспечиваются благоприятные условия для развития всей системы предпринимательства.

Эта инфраструктура представляет собой весьма разнообразную систему органов, организаций, групп и видов, что предполагает их разбивку по родственным группам и направлениям воздействия на стимулирование малого бизнеса, то есть необходима их классификация, что и сделано в табл. 14.

Таблица не охватывает всю систему инфраструктуры малого бизнеса. Но и этого вполне достаточно, чтобы судить о разнообразии ее деятельности, а также констатировать факт, что предпринимательство окружено широкой поддержкой. Конечно, не все органы инфраструктуры занимаются только развитием малого бизнеса, функции многих из них гораздо шире, так как они действуют для устойчивого функционирования рыночной экономики в целом. То, что все они в той или иной степени имеют связь с процессом стимулирования развития малых предприятий, свидетельствует практика их деятельности, краткое изложение некоторых из них приводится ниже.

Торгово-промышленная палата (ТПП). Образована в сентябре 2004г. (с марта 1996г. действовала Палата товаропроизводителей и предпринимателей). ТПП является негосударственной, некоммерческой общественной организацией, выполняющей следующий круг задач:

* разработка проектов нормативных актов в сфере предпринимательской деятельности;
* представление интересов бизнеса и их защита в республике и за рубежом;
* оказание консультационной помощи в развитии и практической деятельности субъектам предпринимательства;

Таблица 14

Основные группы и органы инфраструктуры малого бизнеса

№	Группы	Наименование органов
1	Основные инфраструктуры по развитию малого предпринимательства	Межведомственный совет по экономической, реформе предпринимательству и иностранным инвестициям при Президенте РУз., Республиканский координационный Совет по стимулированию развития малых и частных предприятий при КМ РУз , Комитет по экономической реформе и поддержке предпринимательства Олий Мажлиса, Государственный комитет по управлению государственным имуществом и поддержке предпринимательства, Торгово-промышленная палата, Ассоциация деловых женщин Узбекистана, Ассоциация дехканских и фермерских хозяйств
2.	Финансово-кредитная инфраструктура	Коммерческие и частные банки, финансово-инвестиционная компания «Тараққиёт», Фонд содействия занятости при Минсоцтруде, Межбанковская компания «Инвест-Траст», страховые компании, агентство по страховой защите ЧП и МБ «Мадад» и др.
3.	Инфраструктура по подготовке и обучению предпринимателей	Ассоциация бизнес-инкубаторов, Высшая школа бизнеса Академии Государственного и общественного строительства при Президенте РУз., Центр развития рыночных навыков, Республиканская и региональные бизнес-школы, Микрофинансовый учебный центр «Nufus Ta'lim» и др
4.	Инфраструктура в сфере рынка ценных бумаг (РЦБ)	Республиканская фондовая биржа, национальный депозитарий, агентство по оказанию консультационно-аудиторских и информационных услуг участникам РЦБ, центр по координации и контролю за функционированием РЦБ, валютная биржа, государственная инвестиционная фирма «Davincom» и др.
5	Специализированные инфраструктуры по оказанию услуг	Консалтинговые, аудиторские, бухгалтерские фирмы, юридические консультации, рекламные агентства, информационные бюро, факторинговые, лизинговые, франчайзные компании, многофункциональный информационный центр «Мараканд», Аналитико-инфомационный центр «Тахма», Республиканская инжиниринговая компания «Узбекинвестлойиха» и др.
6.	Оптово-посреднические организации и биржи	Узбекбирлашув, Уззаготторг, Узулгуржисавдо, товарно-сырьевые биржи, аграрно-промышленная биржа, биржи «Хумо» и «Хамён» и др.
7.	Инфраструктура, созданная зарубежными странами	Комиссия Европейского сообщества по развитию МСБ, Центр деловых связей (ЦДС) ЕС, Консультационный центр для МСБ (Израиль), Международная Финансовая Корпорация, ТАСИС и др.

* создание и поддержание конструктивного диалога между государством и частным сектором с целью устранения административных барьеров;

* разъяснение и пропаганда норм этики и морали в деловых отношениях;

* организация симпозиумов, выставок, ярмарок и других мероприятий для обсуждения проблем, продвижения продукции предпринимателей, ознакомления с прогрессивной технологией и современным оборудованием.

Только за один год с момента создания ТПП организовала 20 международных выставок и ярмарок, провела 30 кооперационных бирж, бизнес-семинаров, встреч с представителями деловых кругов зарубежных стран. За этот период подписано около 70 соглашений о сотрудничестве, более 290 протоколов намерений об открытии совместных предприятий, договоренностей по организации 30 экспортоориентированных производств в республике.

Огромная работа Палатой проводится на местах, для чего создана широкая сеть объектов инфраструктуры малого бизнеса (более 500 единиц) в виде консалтинговых, юридических, маркетинговых, аудиторских, рекламно-информационных фирм. Создано более 200 территориальных, районных и городских центров информационно-консультационной поддержки предпринимательства, занятых обеспечением деловых людей экономической, правовой, производственно-технической информацией, оказанием помощи в разработке учредительных документов, бизнес-планов, заявок на получение кредитов, услуг во взаимоотношениях бизнесменов с налоговыми, финансовыми и другими органами.

Покажем это на примере одной из организаций ТПП, созданной в феврале 2005 г. Это унитарное предприятие «Law Spieled», в деятельности которого можно обозначить четыре направления:

1. Представление, защита прав и интересов субъектов предпринимательства, оказание им самого широкого спектра услуг, включая информационное обеспечение, консультативную и правовую помощь, развитие правовых знаний предпринимателей.

2. Оказание правовой поддержки в разрешении хозяйственных, гражданских, банковских, налоговых, производственных и других вопросов, связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

3. Содействие предпринимателям в патентовании изобретений новых моделей, промышленных образцов, регистрации товарных знаков, наименований, содействие в разработке учредительных документов и регистрации вновь создаваемых субъектов предпринимательства.

4. Оказание помощи в правовой экспертизе хозяйственных договоров и юридических заключений по ним, участие в проверках хозяйствующих субъектов, на основе доверенности ТПП предъявление исков предпринимателей в суд без уплаты государственных пошлин.

Многофункциональный информационный центр (МИЦ) «Мароканд».

Инфраструктурные функции этого центра весьма многообразны и выполняются широкой сетью организаций в составе 14 территориальных, более 200 городских и районных палат и свыше 200 органов рыночной инфраструктуры. Информационные услуги центра охватывают широкий круг сведений, необходимых предпринимателям:

* разработка программ по рекламе продукции субъектов малого бизнеса с использованием современных технологий и средств коммуникации;

* сведения о товарах и услугах более 200 тысяч хозяйствующих субъектов;

* оказание помощи предприятиям по подбору минитехнологий и оборудования;

* изучение конъюнктуры основных видов продуктов, реализуемых на дехканских рынках;

* сбор и обобщение данных о мировых биржевых ценах;

* оказание через сеть интернет и ее систему биржевых, лизинговых, страховых, аудиторских, правовых и других услуг.

Основная задача МИЦ – напрямую свести покупателя и производителя, минуя посредников, для заключения сделок.

Акционерная компания «Узулгуржисавдо», создано в апреле 2001 г. на базе бывшей ассоциации «Узоптбиржеторг». Главной задачей ее является обеспечение свободного доступа к материально-техническим ресурсам всех товаропроизводителей независимо от формы собственности, оказание услуг в области оптовой торговли и складского обслуживания по заказам предприятий и организаций. Особой задачей компании

является создание благоприятных условий по доступу к материально–техническим ресурсам для субъектов малого бизнеса. Для этого организована сеть прокатных пунктов для предоставления в аренду технических средств, созданы в регионах магазины мелкооптовой торговли сырья и материалов.

Компания осуществляет организацию оптовой, биржевой, ярмарочной и аукционной торговли на внутреннем и внешнем рынках товарных ресурсов. Она располагает собственной развитой инфраструктурой: универсальными складскими помещениями, специализированными предприятиями по поставкам продукции, многочисленными мелкооптовыми магазинами, пунктами проката, различными участками по сортировке и расфасовке продукции.

Особое внимание компания уделяет выполнению заказов частных предприятий. Она занимается насыщением рынка продукцией производственно–технического назначения с целью удовлетворения предпринимательских структур путем закупки продукции у производителей и завоза ее из других стран.

Бизнес- школы и бизнес инкубаторы. Для развития бизнеса важное значение имеет грамотность и ориентация тех, кто этим делом занимается. Московские ученые–психологи, наблюдая студентов бизнес-школ и студентов обычных вузов, установили, что первые обладают:

* более выраженной жаждой деятельности;
* постоянным стремлением к напряженному труду;
* высокой работоспособностью;
* широким контактом с людьми;
* высоким темпом выполнения операций и скоростью движения;
* повышенной уверенностью в себе.

Поэтому в республике этой группе инфраструктуры уделяется особое внимание. Для этого действуют: главное управление экономического образования Госкомимущества, Департамент образования торгово-промышленной палаты, Республиканская и региональные бизнес-школы, центр развития рыночных навыков, а также школы бизнеса, открытые Великобританией, Японией и многие другие.

Создана специальная программа подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для малого пред-

принимательства, которая включает **четыре основных вида обучения**:

а) профессиональная подготовка кадров для малого и среднего бизнеса, осуществляемая на долгосрочной основе – два и более года;

б) переподготовка и повышение квалификации работников рыночной инфраструктуры и предпринимательских кадров;

в) предрегистрационное обучение лиц, для открытия собственного дела и прединвестиционная подготовка предпринимателей, желающих получить кредиты;

г) тематические семинары по актуальным проблемам малого и среднего бизнеса.

Такая разветвленная система бизнес-образования приносит свои результаты. Только за первую половину 2005 г. 11 тыс. предпринимателей прошли курсы обучения и повысили квалификацию на специальных учебных курсах и тренингах, 8,2 тыс. из них посетили информационно-консультационные центры при торгово–промышленной палате, около 2 тыс. обучались в бизнес–инкубаторах и технопарках, 200 повысили квалификацию в Центре рыночных навыков.

Особое место в создании своего бизнеса принадлежит **бизнес–инкубаторам,** работающим под эгидой Ассоциации бизнес–инкубаторов и технопарков (АБИТ). Задачей этих структур является: организационно-техническая, консультативная поддержка малого бизнеса, создание условий для становления и развития предпринимательства в области производства продукции, инновационных разработок, обучения предпринимателей основам рыночной экономики и профессиональным навыкам.

Бизнес–инкубатор конкретно консультирует предпринимателя по общим вопросам законодательства, проблемам налогообложения, финансов, менеджмента, помогает оформить и зарегистрировать учредительные документы, оказывает содействие в получении кредитной поддержки, предоставляет на льготных началах меблированный и компьютеризованный офис, ведет работу по выявлению инвестиционной потребности и соответствующего предложения на рынке инвестиционного капитала. Все эти аспекты деятельности носят характер постоянного сопровождения проекта, что является

основой принципа «инкубирования». Когда фирма готова к самостоятельной работе, бизнес-инкубатор заканчивает свою деятельность и она выходит из поля попечения.

АБИТ объединяет 36 бизнес – инкубаторов (по состоянию на июнь 2005 г.). Первые из них были созданы в 1996 г. в рамках Программы ООН (ПРООН). Всего за прошедшие годы было принято для прохождения инкубационного периода 1540 начинающих представителей малого и частного бизнеса. Из них было выпущено 1006 малых предприятий, из которых 705 стали «зрелыми», то есть готовыми к самостоятельной работе. В 2005 г. в системе бизнес–инкубаторов проходили инкубационный период 534 субъекта малого предпринимательства.

Инфраструктуры зарубежных стран. В Узбекистане действуют многочисленные организации, которые осуществляют проекты по оказанию помощи малому бизнесу. Один из проектов по развитию предпринимательства, торговли и инвестициям финансируется американским агентством по международному развитию (USAID) и выполняется корпорацией «Прагма». По этому проекту осуществляются услуги по бизнес –консалтингу, бизнес-обучению, реформе бухгалтерского учета, развитию ассоциаций.

Программа развития региональной торговли предоставляет возможность частным предприятиям осуществлять торговлю на территории Центральной Азии, а также за ее пределами через веб-сайт, предоставляющий доступ покупателям и продавцам к ресурсам мирового рынка. С помощью этой электронной торговой площадки частные предприниматели могут предлагать свою продукцию на региональном и международном рынках и получать доступ к более широкому и конкурентному рынку импортных товаров, заключать выгодные торговые сделки. Этим самым предоставляется возможность предприятиям республики доказать свой экономической потенциал. Кроме того проект уделяет особое внимание вопросам реформы таможенного законодательства, модернизации стандартов и вступлению Узбекистана во Всемирную торговую организацию (ВТО).

В деле установления деловых контактов между узбекскими и европейскими предпринимателями для содействия раз-

витию малого бизнеса огромную работу проводит **Центр деловых связей (ЦДС)**, созданный в 1994 г. Комиссией Европейского союза и правительством Республики Узбекистан в рамках программы ТАСИС. В настоящее время это финансовая независимая структура, которая имеет 12 областных филиалов.

ЦДС участвует в сессиях Европартенариата - это двухдневные бизнес–встречи представителей малого бизнеса из около 100 стран мира, на которых бизнесмены могут встречаться, налаживать деловые связи, учиться и перенимать опыт. За прошедшие годы несколько сот узбекских предпринимателей побывали на этих встречах. Конечно, не всякому удается поехать на эти сессии, а только тем представителям компаний, которые выдвигают наиболее интересные бизнес-предложения.

При содействии бизнес–консультантов ЦДС решаются многие практические процессы: поиск потенциальных партнеров, современного оборудования и технологии для переоснащения узбекских предприятий, разработка конкретных бизнес-планов, содействие в получении кредита, создание новых предприятий и т.д.

4. Современное состояние и проблемы инфраструктуры

Формирование рыночных отношений невозможно без соответствующей среды – рыночной инфраструктуры, которая призвана обеспечивать взаимосвязь между хозяйствующими субъектами на товарном, денежном рынках и рынке трудовых ресурсов.

Однако создать развитую инфраструктуру в одночасье невозможно. Это длительный и сложный процесс, требующий наличия высокопрофессиональных кадров, а также психологической адаптации как хозяйствующих субъектов, так и населения к новым условиям хозяйственной деятельности.

В республике постепенно сформировалась инфраструктура рыночного капитала, заново создана система, осуществляющая финансовое и денежно–кредитное регулирование. Создание рынка кредитных ресурсов и распределение кредитов на конкурсной основе явилось одним из важнейших достижений в образовании финансового рынка. Заложены осно-

вы для широкого функционирования рынка ценных бумаг, который позволяет предпринимателям получать дополнительные доходы.

В республике создана сеть из более сорока страховых компаний: государственные, отраслевые, частные и специализированные, а также по страхованию средств иностранных инвесторов. Все они оказывают благоприятное воздействие на развитие предпринимательской деятельности. Это объясняется тем, что в условиях рыночных отношений страхование снижает чувство неопределенности и дает предпринимателю больше уверенности в том, что в случае наступления определенного события, предусмотренного договором страхования, будет получено соответствующее возмещение средств. Это позволяет предпринимателю проводить более активные операции, расширять свое присутствие на рынке и решительно развивать бизнес.

Формированию рыночной инфраструктуры послужила ликвидация централизованной системы снабжения предприятий материально–техническими ресурсам и утверждение свободы действий у товаропроизводителей в их приобретении через систему товарно–сырьевых, агропромышленных бирж, постоянно действующих ярмарочных комплексов, оптовых и мелкооптовых рынков, магазинов, действующих во всех регионах страны, призванных удовлетворять спрос на сырье и готовую продукцию как отечественного, так и зарубежного производства. Это повлекло за собой возникновение многочисленных брокерских и дилерских контор, торговых домов, посреднических фирм.

Одновременно создавалась законодательная база, были приняты законы, указы, правительственные постановления о создании и регулировании деятельности многих органов рыночной инфраструктуры. Процесс совершенствования этой системы продолжается в русле создания развернутой и цивилизованной рыночной экономики.

Однако формирование инфраструктуры, обеспечивающей нужды малого бизнеса, отстает от требований времени, особенно трудно складывается созидательная деятельность уже созданных организаций. Вернее будет сказать, что усилия и затраты на создание и содержание инфраструктуры не дают

пока адекватной отдачи для эффективного функционирования субъектов предпринимательства, не удовлетворяют все возрастающий спрос и потребность малого бизнеса. Здесь требуется решение ряда проблем.

Во-первых, широкая и разветвленная сеть созданной инфраструктуры нуждается в кадровом оснащении. Наряду с расширением подготовки юристов, аудиторов, экономистов, специалистов по страхованию, ценным бумагам и других возникает необходимость в открытии новых специальностей в учебных заведениях по таким направлениям как консультирование, организация и проведение тендеров и конкурсов, информационное и сервисное обслуживание, лизинговые и франчайзные процессы и т.д.

Во-вторых, устранить замкнутость звеньев инфраструктуры на собственных внутренних проблемах, обеспечением своего благополучного существования. Ведь на содержание многих из них расходуются немалые средства, поступающие из государственного бюджета, взносов ассоциированных юридических и физических лиц и других источников. Вопросам же развития предпринимательской деятельности, конкретной помощи малым предприятиям они уделяют недостаточно внимания. Об этом свидетельствуют многочисленные примеры. Одно из них медленное освоение многомиллионных иностранных кредитных линий, выделенных для развития малых предприятий. Для реализации этой программы по решениям Президента и Правительства были задействованы бывшие Палата товаропроизводителей и предпринимателей, и Бизнес-фонд, а также агентство по иностранным инвестициям, компания «Узинвестпроект», коммерческие банки и другие звенья инфраструктуры, но использование этих кредитов происходит в замедленном темпе.

В—третьих, созданные структуры должны стать по настоящему рыночными, приобретать смелость, самостоятельность, инициативность, принимать эффективные конкретные решения. Однако до сих пор за них приходится отвечать государству, ибо многие институты инфраструктуры по прежнему занимают в проведении реформ иждивенческую позицию, ожидают решений свыше. Об этом свидетельствуют постановления и рекомендации Республиканского Координационного Совета по

стимулированию развития малого и частного предпринимательства Кабинета Министров Республики Узбекистан, а также других ведомств, которые многократно указывают звеньям инфраструктуры организовать что-либо, разработать такие—то меры, действовать таким-то образом и т.д.

При низкой инициативности звеньев инфраструктуры возникает необходимость в мелочной опеке со стороны государственных органов, которые постоянно напоминают о необходимости тщательного обоснования предпринимательских проектов, об оказании помощи начинающим предпринимателям в разработке бизнес-планов, обучению их по методике планирования бизнеса. А ведь за этот участок отвечают специально созданные подразделения инфраструктуры.

В—четвертых, институты инфраструктуры слабо изучают потребности в рыночных услугах в конкретных отраслях экономики и периферийной зоне, в которых требуется внедрение особых рыночных механизмов. Особенно необходимы помощь и услуги инфраструктуры для дехканских и фермерских хозяйств, в организационной, юридической, материально-технической сферах.

В—пятых, инфраструктура должна смело и широко выходить за пределы страны. В частности, путем создания торговых домов и представительств. На начало апреля 2005 г. узбекскими экспортерами за рубежом было открыто 422 торговых дома. Наибольшее их количество имеют СП «УзДЕУавто» - 13, Государственная акционерная компания «Узбекенгилсаноат» - 20, Холдинговая компания «Узплодоовощвинпром холдинг» - 20. Торговые дома функционируют в странах СНГ, Латвии, Литве, Афганистане, Турции, Республике Корея, США и других государствах. Но этого явно недостаточно.

Торговые дома создают в основном крупные предприятия за счет собственных средств, через которые осуществляют экспорт своей продукции. Мелким же предприятиям создавать торговые дома экономически нецелесообразно. Но и здесь найден выход. Торгово—промышленная палата Республики Узбекистан выступила с инициативой по созданию собственных торговых домов за рубежом, куда члены ТПП могут осуществлять поставки товаров на консигнационной основе (через склады посредников, где за хранение и организацию прода-

жи товара отвечает поставщик). Такая система позволяет и малым предприятиям экспортировать продукцию и этим самым вносить свою долю в экспортный потенциал республики.

Налаживание инициативной деятельности институтов инфраструктуры помогут решать задачи по ускоренному формированию класса реальных собственников, созданию новых рабочих мест, внедрению в производство наукоемких и гибких технологий, организации производственной кооперации между крупными, средними и мелкими предприятиями.

Основные понятия и термины

Инфраструктура, инфраструктура народного хозяйства, инфраструктура отдельных отраслей, инфраструктура отдельных предприятий, рыночная инфраструктура, инфраструктура малого бизнеса, задачи инфраструктуры, функции инфраструктуры, классификация инфраструктуры, торгово-промышленная палата, центр деловых связей, бизнес-инкубатор, МИЦ «Мароканд».

Вопросы для самоконтроля

1. Что такое инфраструктура?
2. Какие виды инфраструктуры обслуживают экономику?
3. Задачи инфраструктуры малого бизнеса.
4. Основная цель инфраструктуры.
5. Какие вы знаете схемы передвижения товаров и услуг через звенья инфраструктуры?
6. Основные группы и органы инфраструктуры.
7. Основные задачи торгового - промышленной палаты.
8. Основные проблемы инфраструктуры Узбекистана.
9. Какие задачи и функции выполняют наиболее известные вам инфраструктуры?

Варианты контрольных работ

(о методике выполнения смотри в конце первого раздела)

1. а) Обидно, когда мы за бесценок вывозим сырье и полуфабрикаты, и нам же их возвращают втридорога, но в расфасованном виде (И.А. Каримов).

б) Бизнес – это яхта без парусов, которую волны несут куда попало. Бизнес – это воля судьбы, рока, стечения обстоятельств и случая (это миф или нет?).

в) Многие предприниматели, став богатыми, часто теряют деньги. Потому что они учились бизнесу – искусству делать деньги, и не учились финансам – искусству сохранять деньги.

г) Величайшее препятствие на пути развития желания преуспеть, утверждают американцы – наша неуверенность, что никогда не удастся его удовлетворить.

д) Глубоко заблуждаются те, кто считает, что современным бизнесом можно заниматься, не имея знаний и умений.

2. а) Если владелец обувного производства может получить больше прибыли от продажи своей фабрики, чем от продажи обуви, он должен продать фабрику.

б) Никогда не покупайте, когда покупателей больше, чем продавцов, и не продавайте, когда продавцов больше, чем покупателей.

в) Сущность бизнеса – в обмене денег на товар, товара на деньги, денег снова на товар. И делать это нужно быстро – в этом секрет больших дивидендов. А как действуют многие наши продавцы?

г) Если у тебя отсутствует жгущее желание улучшить свою жизнь, то ты обманываешь себя и своих близких надуманными объяснениями.

д) Менеджер – это организатор хозяйственных успехов.

3. а) Свободная игра рыночных сил создает гармоничное развитие (А. Смит о роли и месте государства).

б) Только те, кто хочет что-то изменить в своей жизни, смогут стать преуспевающими.

в) Предпринимателю надо учиться не только экономике и праву, но учиться этике и морали бизнеса.

г) Чтобы преуспеть в бизнесе – самое главное – это сосредоточиться и рационально пользоваться своим временем. Я упорно работаю всю неделю и никогда не работаю в пятницу вечером, в субботу и воскресенье (Ли Якокка - менеджер).

д) Люди одиноки, потому что вместо мостов, они строят стены.

4. а) Удивительно, но факт: одалживая деньги порядочному человеку, чаще всего портишь с ним отношения. Давая займы теряешь друга.

б) Ади Десслер, создатель фирмы «Адидас», начинал с маленькой мастерской, но хотел обуть и одеть весь мир, так как ставил перед собой большую цель.

в) Бизнес – это не только «купить - продать», не только «производство», не только «игра на бирже». Есть и другие профессии, которые тоже приносят доход и не малый. Они не подвержены риску, разорению, банкротству. Какие это профессии?

г) Не спрашивай, что твоя Родина может сделать для тебя – спроси, что ты можешь сделать для своей Родины (Джон Кеннеди).

д) Постулаты Эндрю Карнеги (стальной магнат): «Богатство означает ответственность», «Кто умрет богатым, умрет позорно». Недаром он был пионером филантропии.

5. а) С древних времен отношение к предпринимательству было двойственное. С одной стороны – уважение, приносящее пользу для общества. С другой стороны – зависть к их успеху, обвинения в хитрости, алчности.

б) Покупатели – это центр всего, что мы делаем. Вся наша работа должна строиться с мыслью о наших покупателях, чтобы обеспечить их качественной продукцией (принцип Компании «Форд»).

в) Что означает термин «Социальная ответственность бизнеса»?

г) Предприниматель находит золото там, где сто человек пройдут мимо и ничего не заметят.

д) Прибыль превыше всего, но превыше прибыли – честь.

6. а) Я принял решение о сокращении своего жалования до одного доллара в год вовсе не для того, чтобы изобразить из себя великомученика, а для того, чтобы разделить судьбу всех работающих в компании (Ли Якокка, менеджер). Это было в период вывода компании «Крайслер» из глубоко кризиса.

б) В конституции ФРГ записано: «Собственность обязывает. Пользование ею должно одновременно служить благу всего общества».

в) Три кита международного кодекса рекламной практики: благопристойность, честность, правдивость.

г) Всевозможные новые способы комбинации экономических ресурсов являются главным делом предпринимателя и отличают его от обычного хозяйственника, то есть бизнесмена (Й. Шумпетер, австрийский экономист).

д) Государственная поддержка малого предпринимательства – это не благотворительность, не донорство.

7. а) Необходимо, чтобы чувства собственников глубоко проникали в сознание людей, стали частью их мышления (И.А. Каримов).

б) Вовлечение работников в дела и планы компании становится нашим образом жизни. Мы одна команда. Мы должны относиться друг к другу с доверием и уважением (Генри Форд).

в) Предприниматель – это человек с неопределенными доходами, который покупает чужие по известной цене, а продавать будет свои по цене, пока ему неизвестной (Р. Кантильон, английский экономист).

г) Товарищество может обладать более сильными финансовыми возможностями, чем отдельные частники.

д) Что означает изречение: «Не держите все яйца в одной корзине»?

8. а) Один из мифов гласит: «преуспевающее предприятие всегда начинается с грандиозной идеи, неожиданного открытия».

б) Имея собственный бизнес, вы можете заработать намного больше, чем если бы вы работали на кого-то. Но не надейтесь заработать быстро.

в) Если кто-то думает, что рынок всегда будет для него благоприятным, что спрос на его продукцию будет постоянным, то совершает роковую ошибку (И.А. Каримов).

г) Если слишком много отдыхать, ваш сад зарастет сорняками.

д) Честность не терпит компромисса. Поведение нашей компании должно быть социально ответственным и пользоваться уважением за честность и вклад в решение проблем общества (компания Фрод).

9. а) Развитие бизнеса тормозится также из-за многих субъективных факторов: слабой экономической, правовой грамотности, низкой общей культуры бизнесменов и других проблем (заключение МФК).

б) Раньше быть богатым означало быть вором. Теперь государство позволяет зарабатывать столько, на сколько хватит ума, деловой квалификации и профессионализма. Быть богатым стало престижно, как во всем остальном мире.

в) Риск в бизнесе может проявляться с разных сторон и внезапно. Но главный фактор риска – сам предприниматель. Следующий фактор это люди, работающие под его началом.

г) Народная мудрость гласит: «Необдуманное дело как кирпич без формы».

д) Желающему преуспеть на любом поприще следует себя спросить: «Насколько я умею ладить с людьми, есть ли у меня навыки делового общения».

10. а) Информация нужна для разработки бизнес–плана также, как воздух для человека или вода для рыбы.

б) Неудачное расположение будущего предприятия – гибель для бизнеса.

в) Быть жуликом в бизнесе просто – но просто не выгодно. Задача предприятия – производить для потребителя, а не для наживы (Генри Форд).

г) Хочешь заработать миллион, вложи тридцать пять тысяч в свое образование (так рассуждают на Западе).

д) Американский миллиардер, как правило, ездит на скромной машине с шофером, но без свиты вооруженных охранников. Потому у людей нет ощущения, будто богатые контролируют все и вся.

РАЗДЕЛ IV. ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ И ОРГАНИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Глава 13. ВЫБОР И ОРГАНИЗАЦИЯ СОБСТВЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ДЕЛА

1. Необходимый комплекс знаний и практических умений для осуществления предпринимательства.
2. Этапы создания и развития предпринимательского дела.
3. Государственная регистрация субъектов предпринимательства.
4. Как стать преуспевающим бизнесменом?
5. Финансирование и использование финансовых ресурсов.

1. Необходимый комплекс знаний и практических умений для осуществления предпринимательства

Любому начинающему собственное предпринимательское дело в первую очередь следует ознакомиться с законодательными актами в этой области, усвоить основные положения и правила осуществления бизнеса. Он должен изучить следующий комплекс вопросов:

* Кто может быть субъектом предпринимательства?
* Какие виды и формы предпринимательства можно создавать?
* Какими правами наделяется предприниматель?
* Каковы его основные обязанности?
* Какие виды ответственности он несет?
* Какие стимулы от государства и общественных организаций он может получить для начала своей деятельности?
* Какие гарантии прав и интересов ему обеспечены?

Конкретное изложение этих вопросов содержится в схеме 5.

Как видно из этой схемы, у предпринимателя есть широкие права, гарантии и другие возможности для организации и успешного развития своего дела. Вместе с тем он не должен

полагать, что весь механизм предпринимательской деятельности может осуществляться легко и быстро, автоматически решаться задуманные цели. Начинающему предпринимателю следует знать о трудностях и недостатках на этом пути (о которых уже говорилось ранее) и проявлять активную защиту своих прав, требовать выполнения установленных гарантий и соответствующим образом выполнять свои обязанности.



Схема 5. Правовые положения предпринимательства

Что касается обязанностей, то здесь также масса недостатков допускаемых со стороны самих предпринимателей. Так, при приеме на работу не соблюдается равноправие, предпочтение часто отдается отдельным категориям граждан в зависимости от пола, возраста, характера и т.д. Наблюдается порой бесправность наемных работников, не соблюдается кодекс о труде, частный хозяин может уволить человека по любому поводу, трудовые споры он решает единолично, на многих предприятиях не создаются надлежащие условия труда и техники безопасности, не выдается спецодежда, не компенсируются вредные условия труда. Заработная плата устанавливается частником произвольно, без учета квалификации и вклада в общие результаты, не соблюдается установленная длительность рабочего дня.

Не полностью соблюдаются предпринимателями и другие обязанности: иногда действуют в обход законов и правовых положений, часто нарушают договорные обязательства, некоторые из них игнорируют интересы покупателей, не принимают необходимых мер по охране окружающей среды и т.п.

Соблюдение этих и других организационно-правовых положений о предпринимательской деятельности является одним из главных факторов развития бизнеса и важнейшим условием создания цивилизованных рыночных отношений, а значит, достижения собственных выгод.

Другой важный фактор для организации успешного предпринимательского дела – высокая компетентность и профессионализм человека, желающего заняться серьезным бизнесом. Ведь современное производство предъявляет высокие требования к культуре, стилю и философии деловых отношений, от которых во многом зависит конкурентоспособность создаваемого бизнеса, само его выживание. Глубоко заблуждаются те, кто считает, что современным бизнесом можно заниматься, не имея знаний в области экономики, финансов, маркетинга, менеджмента. Надо обладать, как считают они, напористостью, умением обходить законы, налоговый кодекс, суметь купить подешевле и продать подороже.

Знания предпринимателю нужны для того, чтобы обладать углубленным мышлением, уметь анализировать конкретные рыночные ситуации, подмечать все новое появляю-

щееся в науке и технике, уметь использовать новые идеи в своей деятельности. Знания необходимы для эффективного комбинирования факторами производства, грамотно ориентироваться в сложившихся ситуациях и находить наиболее правильные выходы из них. Знания позволяют стать более уверенным в своих силах и способностях, реально оценивать обстановку, принимать правильные решения. Обладающий знаниями предприниматель более заряжен на инновационные достижения, на реализацию обоснованных, организационно-экономических проектов, творческому претворению их в жизнь.

В бизнесе преуспевают только те, у кого есть целостное представление о деловой, хозяйственной деятельности, направляющие свои усилия по системе: «деятельность – результат, способ его достижения». Для этого предприниматель должен **обладать следующим кругом знаний:**

- в сфере основной деятельности, избранной для создания бизнеса - технология и организация производства продукта или услуги;
- в экономике – планирование бизнеса, бухгалтерский учет, отчетность, анализ хозяйственной деятельности, определение оптимальной цены, экономия издержек, эффективность производства и достижение прибыли;
- в области менеджмента – принятие управленческих решений, рациональный стиль и методы управления, управление персоналом, организация труда работников;
- в области права – законодательные акты в предпринимательской деятельности, налоговый, таможенный, трудовой, гражданский кодексы, положения и инструкции;
- в области психологии – взаимоотношения с партнерами и своими подчиненными, налаживание устойчивых деловых связей, создание в коллективе психологического климата.

Кроме знаний предприниматель должен **обладать многосторонними практическими умениями.** Возникает вопрос: что важнее – знания или умения? Есть пословица «Не трудно придумать, трудно сделать». Конечно, любая идея сама по себе пуста, если не находит реализации на практике. И наоборот, простое исполнительство без новых знаний обречено на неудачу. Следовательно, эти два процесса – знания и уме-

ния – надо ставить на одну ступень. Предпринимательская деятельность сложный и творческий процесс, в нем должны сочетаться и знания и умения.

Главные процессы в области умения для предпринимателя следующие: уметь осуществлять мониторинг деятельности предприятия и его подразделений, вести переговоры, управлять инновациями, вырабатывать стратегию, контролировать финансовое состояние, поддерживать конкурентоспособность, маневрировать ресурсами.

Этот набор умений можно продолжить и дальше. Ограничим его лишь теми, которые дают специалисты тем предпринимателям, которые добились заметных успехов: повышенная дисциплинированность, радикальность, эмоциальная стабильность, высокая мотивация на достижение результатов, работоспособность, готовность к переменам.

Приведенный набор знаний и умений не может быть доступным для всех предпринимателей, им обладают только самые удачливые. Но любой человек должен непременно стремиться воспитать в себе такие качества, хотя бы постараться максимально приблизиться к ним, шлифовать врожденные положительные черты характера, постоянно учиться и набирать новые знания и навыки, не стесняться перенимать опыт состоявшихся предпринимателей. Определив какие знания и практические навыки необходимы для предпринимательской деятельности, частично их освоив и продолжая их приумножать, любой желающий может приступать к созданию собственного бизнеса.

2. Этапы создания и развития предпринимательского дела

Началу любого дела, особенно предпринимательского, должна предшествовать мотивация, то есть внутреннее устремление, побуждающего человека рисковать своими средствами ради достижения определенных целей, либо экономических – получение доходов, либо социально-психологических – удовлетворение личных амбиций.

В нижеследующей схеме мы попробовали распределить все мотивы на два уровня: первый уровень охватывает самые ближайшие цели, которые хотел бы достичь лично для себя на-

чинающий предприниматель: второй уровень – это цели, имеющие и личностный и общественный характер.

Обладание властью	Достижение независимости	Занятие любимой работой	Продолжение семейной традиции	Удовлетворение общественных потребностей	Желание соперничества

II – уровень мотиваций

Получение прибыли	Достижение успеха	Раскрытие организаторских способностей	Проявление творчества	Признание общества	Личное удовлетворение

I – уровень мотиваций

Схема 6. Мотивации предпринимателя (цели)

Каждая из перечисленных мотиваций или несколько мотиваций в совокупности могут послужить толчком к началу создания собственного дела.

Становлению бизнеса, как уже говорилось ранее, мешают не только объективные причины, но и субъективные факторы. Появление личности, как хозяина, способного найти свое прочное место в новой экономике во многом связано с психологическими проблемами, которые люди нагромождают перед собой, затрудняя или полностью закрывая себе путь к самостоятельной деятельности. И пока этот психологический барьер не будет преодолен, о своем деле и помышлять нечего. Тут нужны и решительность и четкое осознание цели – как и чего хочешь добиться, каким будет твое место в бизнесе, какая польза будет от твоего дела обществу. Следовательно, прежде чем начинать действовать, надо продумать все условия, поставить цели, для чего надо выяснить большой комплекс вопросов, главные из которых следующие:

* Что могу предложить я из того, чего не предлагают другие?

* Как сделать оказываемые мною услуги или производимые товары более ценными для потребителей?

* Как повысить рациональность того или иного процесса, операции, методики?

* За что люди стали бы платить деньги, если бы им это предложили?

* Как я смог бы зарабатывать на жизнь, делая то, что доставляет мне удовольствие, дает простор творчеству и фантазии и никогда не надоедает?

* В каком направлении нужно вести поиск, чтобы стать новатором в своей сфере деятельности, найти решение, кардинально отличающееся от тех, которыми руководствуются коллеги и конкуренты?

* Достаточно ли у меня сил — физических и эмоциональных?

* Достаточно ли у меня средств для того, чтобы начать дело, и есть ли возможность привлечь дополнительные ресурсы, чем могут мне помочь родственники и друзья?

Все эти вопросы должны быть продуманы, оценены собственные возможности, силы и ресурсы поэтапно в процессе подготовки и функционирования предпринимательского дела.

Этап 1. Поиск идей и их оценка. Идеи можно найти в периодических и ежедневных изданиях, справочниках, рекламе и других источниках. Им надо дать соответствующую оценку, какие факторы вызвали новую идею, каковы будут сроки ее осуществления, какова практическая и потенциальная ценность идеи, каковы риски ее осуществления, соответствие идеи целям предпринимателя, его знаниям и умениям, сравнение идеи с тем, что делают конкуренты и т.д. Идей может быть очень много и поэтому надо применить метод отсева, решительно выявить непригодные, предложить оставшиеся на экспертизу специалистам из консультационных фирм и других инфраструктурных органов. Окончательный выбор идеи зависит от спроса на продукцию, стоимость проекта, возможного риска, трудности получения материально-технических ресурсов, отсутствия кадров и т.д.

Выбор окончательной идеи требует тщательного творческого обоснования. Для этого можно использовать многочисленные научно проверенные методы выработки идей, некоторые из них приводятся ниже.

А. **Метод экспертных оценок.** Обоснование выбора решения передается квалифицированным, опытным специалистам, которые на основании исследования выдают свои заключения, выводы, рекомендации по данной проблеме.

Б. **Опытно-налоговый метод.** Предприниматель, опираясь на прошлый опыт своих действий, а также опыт других людей, выбирает решение, которое было удачным в прошлой практике. Следует только учесть ошибки прежних решений, не склониться к простому направлению, к простому копиро-

ванию прошлого опыта, внести в него новые элементы исходя из сложившихся условий.

В. **Метод мозговой атаки.** Этот метод используется в случаях необходимости быстрого принятия решений. Суть его заключается в том, что несколько авторитетных специалистов обсуждают те или иные идеи на основе сформулированной проблемы, каждый высказывает свое мнение, затем проводиться анализ всех предложений и делается окончательный выбор варианта решения.

Эти и другие методы можно использовать в комплексе. Но главное заключается в необходимости проверки всех вариантов, рассмотрения проблемы с разных точек зрения, поставить и обсудить как можно больше вопросов, в привлечении к обсуждению идей опытных специалистов.

Этап 2. Поиск хозяйственной ниши. В рыночных условиях не всегда есть прямая преемственность между полученным образованием и местом работы по специальности или найти себе применение в соответствии с профессиональными навыками. Порою физики становятся банкирами, электронщики занимаются шоу-бизнесом, педагоги – челночным извозом. Поэтому перед желающим начинать деловую карьеру встает нелегкий вопрос о выборе сферы деятельности.

Для этого следует получить общее представление о состоянии предпринимательства в разных отраслях (торговле, промышленности, строительстве и др.), их привлекательности, трудности, изучить спрос и предложение. Необходимо учитывать и региональные особенности, а также развитие бизнеса в текущем и перспективном периодах. Выбор отрасли хозяйствования во многом зависит от конкурентных условий, тенденций развития, конъюнктуры рынка и других факторов. Но есть общие тенденции, которые надо принимать во внимание при анализе сферы деятельности.

Промышленное производство требует больших капитальных вложений и имеет длительный срок окупаемости затрат. Некоторый застой в этой отрасли в переходный период затрудняет вхождение в этот бизнес. Однако есть производства, где бизнесом можно заниматься всегда: пищевая и легкая промышленность, переработка сельхозпродукции и другие, в которых законодательно установлены налоговые льготы, уп-

рощенные таможенные процедуры, льготное первоочередное кредитование.

Строительная индустрия и производство строительных материалов также требуют немалых вложений, но эта отрасль всегда находится в состоянии экономического бума, пользуется спросом как в общественных, так и личных потребностях. Поэтому здесь для бизнеса всегда есть хозяйственная ниша.

Торговля и общественное питание была и будет сферой широкого предпринимательства. Однако надо иметь в виду, что быстрая окупаемость затрат и доходность двинули в эту отрасль множество бизнесменов и ниша оказалась заполненной. Если учесть пока еще слабую покупательную способность населения, то в торговле делать бизнес стало затруднительно.

Транспорт и связь всегда остаются востребованными обществом, а в перспективе их престиж будет возрастать, и для частного бизнеса открывается широкий простор.

Социальное и бытовое обслуживание населения, внутренний и международный туризм и другие сферы этой отрасли по мере роста благосостояния людей будут в перспективе сферой предпочтительной предпринимательской деятельности. Ведь не даром в развитых странах около половины работоспособного населения занято именно в этих сферах.

Сельское хозяйство - особая отрасль, в которой занято оседлое сельское население и ввиду ограниченных земельных и водных ресурсов, большого количества незанятых остается сферой, где трудно открывать дополнительную нишу для ведения хозяйства. Но с развитием других отраслей в сельской местности также можно ожидать оживления предпринимательской деятельности.

Здесь дана лишь краткая и приблизительная оценка состояния и перспектив бизнеса в основных отраслях. Она дает представление в каких отраслях можно быстро организовать бизнес, а в каких начинать с малого в надежде на получение большой прибыли в ближайшей и более дальней перспективе или, образно говоря, не торопясь войти в большой бизнес.

При выборе хозяйственной ниши следует учитывать свои личностные характеристики, возраст, способности и т.д. Например, в торговле и биржевой деятельности необходимы склонность к риску, серьезным смелым шагам, требуется холе-

рический темперамент и глубокий аналитический ум. В производстве необходимы большие организаторские способности.

При определении региона предпринимательства следует учитывать, где идет бурное развитие, а где застой, степень конкуренции. В монопольную отрасль внедриться вообще невозможно, в отрасль с ожесточенной конкуренцией – весьма трудно, с низкой конкуренцией – не выгодно, с нормальной конкуренцией – выгодно и меньше риска, а при отсутствии ее - широкий простор для бизнеса.

Этап 3. Определение рыночной ниши. Это уже конкретный выбор производства какого либо товара или услуги. Для этого делается тщательный анализ рыночной ситуации, изучается как работают другие бизнесмены, необходимо посоветоваться со специалистами. Очень важно определить будущих потребителей, взвесить долю рынка для себя. Выбор рыночной ниши предполагает сегментирование рынка, то есть разбивку его на группы потребителей с целью приспособления продукта к нуждам конкретных потребителей исходя из их доходов, предпочтений, возраста. Очень важное значение имеет месторасположение фирмы (близость потребителей, транспортные потоки, перспективы градостроительства и др.).

Этап 4. Выбор формы хозяйствования. На этом этапе оцениваются преимущества разных организационно-правовых форм предпринимательства: индивидуальной деятельности, частного предприятия, товарищества, производственного кооператива и др. При этом, опять таки, надо соизмерить свои способности и возможности. Для создания единоличной формы бизнеса требуются упорство, смелость, инициатива, уверенность. Если же таких качеств недостаточно, то лучше всего создавать коллективное предприятие в партнерстве с людьми более опытными и решительными.

К тому же следует помнить, что нет организационной формы предпринимательства самой выгодной и эффективной. Каждая из них содержит и плюсы и минусы. Все их надо взвесить с учетом множества факторов, о которых уже упоминалось.

Этап 5. Определение стратегии в конкурентной среде. Исходя из степени конкуренции на рынке надо выбирать ту или иную стратегию поведения: либо стремительно идти на за-

воевание рынка, либо на удержание завоеванных позиций, либо на выжидание благоприятных ситуаций. Все зависит от того, как складывается конкуренция на рынке. Это не значит, что надо полагаться лишь на благоприятный исход. Полезно изучить сильные и слабые стороны конкурентов, определить за счет чего они преуспевают, принять собственные контрмеры в конкурентной борьбе.

Этап 6. Создание ресурсов. Для ведения дела, прежде всего, надо рассчитать возможности в финансовых ресурсах (собственные, кредиты, вложения компаньонов и т.п.). Затем определяется какое и где купить оборудование, с какими поставщиками заключать договоры на поставку сырья и материалов, сколько и каких работников надо набирать, какую технологию использовать.

Этап 7. Установление цены. Здесь необходимо определить такую оптимальную цену на товар или услугу, которая позволила бы продавать товар, делать быстрее обороты капитала, покрыть издержки и получить прибыль.

Этап 8. Организация сбыта продукции. На этом важном этапе определяются стратегия маркетинга, проведение рекламных операций, особенности поведения потребителей, организуются транспортные и складские операции, определяется система продажи товара.

Этап 9. Организация управления предприятием. На этой стадии решается следующий комплекс вопросов: Каким образом построить организационную структуру управления предприятием, какие применить методы и стиль руководства, набрать команду управленцев, определить штаты, систему оплаты труда, построить систему контроля и т.д.

Этап 10. Создание условий для устойчивой работы фирмы. Здесь определяются ключевые факторы успеха на ближайшую и перспективную деятельность, делается анализ затрат и выгод, определяются возможные риски и меры по их предотвращению.

Этап 11. Регистрация предприятия. Этому посвящается следующий параграф данной книги. Таким образом, еще до начала практической деятельности задуманного предприятия проводится тщательное обоснование проекта его создания и

развития, который затем будет детализирован, тщательно рассчитан при составлении бизнес-плана.

Здесь схематично изложены последовательные этапы создания собственного предпринимательского дела путем строительства нового предприятия. Но есть и другие пути для начала собственного делового бизнеса. Это приобретение готового действующего предприятия (бизнеса) или аренда предприятия на основе договора аренды, или организация бизнеса в форме франчайзинга. Но и в этих случаях необходимо провести тщательное обоснование исходя из целей, наличия финансовых ресурсов, сложившейся рыночной конъюнктуры и других факторов.

3. Государственная регистрация субъектов предпринимательства

Все субъекты предпринимательской деятельности подлежат государственной регистрации, которая определяется в порядке и в сроки, установленные законодательством. Субъекты, прошедшие регистрацию, включаются в единый государственный реестр.

Отказ в регистрации может быть в результате нарушения порядка образования субъекта предпринимательства, установленного законом, либо при несоответствии учредительных документов, но только не по мотивам целесообразности создания субъекта предпринимательства. Регистрирующий органы не вправе устанавливать дополнительные требования, не предусмотренные законодательством.

Отказ в государственной регистрации, а также нарушение сроков регистрации могут быть обжалованы в суде, в случае признания судом незаконности действий должностных лиц регистрирующего органа, последние возмещают предпринимателям убытки и компенсируют моральный вред.

Субъект предпринимательской деятельности считается созданным с момента его государственной регистрации.

Процесс регистрации для предпринимателей долгое время оставался обременительным, затягивались сроки оформления документов, им приходилось самим ходить по многим организациям для получения печати, постановки на учет и т.д.

Так, например, по старой системе регистрации до 1 октября 2001 г. средние сроки регистрации составляли 31 день, затем по системе «в одно окно» до 1 октября 2003 г. – 18 дней. С принятием постановления Кабинета Министров «О кардинальном совершенствовании системы регистрационных процедур для организации предпринимательской деятельности» (20 августа 2003 г.) сроки составили 16 дней.

По новому порядку резко сократилось количество согласующих инстанций, при хакимиятах районов (городов) созданы инспекции по регистрации субъектов предпринимательства. Эти инспекции выполняют следующие задачи:

- прием и экспертизу документов заявителя;
- оформление технических условий на подключение к инженерным коммуникациям (газоснабжение, энергоснабжение, телефонная связь и др.);
- получение разрешений на изготовление штампов и печати;
- государственная регистрация, постановка на учет в налоговых и статистических органах;
- выдача свидетельства о государственной регистрации и разрешительных документов.

Система регистрации «В одно окно» предусматривает полное освобождение предпринимателя от выполнения процедур по регистрации созданного им предприятия. Он сдает документы в инспекцию при хокимияте и получает «от нее свидетельство о регистрации и не обращается в «окна» других организаций. Новый порядок регистрации, установленный с 1 октября 2003 г., показан на схеме 7.

Однако, несмотря на введение нового порядка регистрации, на местах сохранялись проблемы. Не был разработан механизм согласованной работы государственных органов при регистрации и выдаче разрешений, который определял бы обязанности и ответственность чиновников во взаимодействии инспекции при хокимияте или управления Министерства юстиции с налоговой инспекцией, пенсионным и дорожным фондами, отделом труда и занятости, органами статистики, МВД, участвующими в процедурах регистрации и выдачи разрешений.

В результате затягивались сроки государственной регистрации субъектов предпринимательства, установленных зако-

ном в 7 рабочих дней без оформления разрешений, а при необходимости последних до одного месяца. Фактически же процедура регистрации предприятий малого бизнеса в 2004 г. в среднем занимала 19 дней. По результатам опроса, проведенного МФК, в 2003 и 2004 гг. средние расходы, связанные с регистрацией, включая неофициальные платежи составляли 63 тыс.сумов и колебались от 37 тыс. в Андижанской области до 136 тыс.сумов в Ташкенте. Предприниматели считали эти затраты неоправданно высокими.



Схема 7. Порядок регистрации субъекта предпринимательства

Помимо этого, существование проблем в системе регистрации во многом обусловлены незнанием предпринимателями законодательства, регулирующего их деятельность, а также не умением качественно подготовить пакет документов необходимых для регистрации.

Последней процедурой для начала собственного дела является получение лицензий. Перечень лицензируемых видов деятельности утверждается правительством и выдается уполномоченным государственным органом. Лицензия выдается сроком на 5 лет и может быть продлена на тот же срок. Предприниматель уплачивает за выдачу лицензии сбор для компенсации затрат уполномоченного органа и государственную пошлину.

В лицензии указывается: наименование органа, выдавшего лицензию, наименование и адрес юридического лица, фамилия, имя, отчество, место жительства предпринимателя, вид деятельности, особые условия и правила осуществления деятельности, дата выдачи, срок действия.

4. Как стать преуспевающим бизнесменом?

В бизнесе у каждого свой путь, свои возможности и надежды. Каждый выбирает свои методы и стиль работы, ведущие к успеху. Но есть общие правила, как надо действовать в бизнесе. Есть проторенный опыт других, есть проверенные различными исследованиями способы и приемы хозяйствования. В различных печатных изданиях публикуются наставления, заповеди, советы начинающим предпринимателям. Ниже сформулированы некоторые важнейшие советы, следование которым поможет добиться эффективных результатов в бизнесе.

1. Успех приходит к тем, кто его добивается. Не жди, когда тебя кто-нибудь «откроет»! Раскрывайся сам, убеждай себя: я могу, я хочу, я сделаю.

2. Приглядывайся и учись. Попробуй выяснить, что добившиеся успеха делают не так, как ты. Учись не только на своих ошибках, но и на чужом опыте.

3. Никогда не упускай из виду цель. Сформулируй конкретную идею, а не предавайся туманным мечтам. Установи сроки выполнения своих планов и старайся их соблюдать.

4. Определи приоритеты. Нельзя одновременно выступать во всех ролях. Кто излишне разбрасывается, обречен на неудачу.

5. Учись говорить «НЕТ». Быть приятным во всех отношениях тяжелый труд. Он не каждому по плечу и может не оставить сил на выполнение важных задач.

6. Распределяй обязанности, не взваливай все на себя. Поделись с другими частью своей ответственности, используй энергию и интеллект других в общих целях.

7. Поощряй других. Вдохновляй на полезные поступки, излучай хорошее настроение.

8. Ничего без необходимости не откладывай. Порой лучше принять не совсем правильное решение, чем мучить себя и

других неизвестностью. То, к чему лежит душа, делай немедленно.

9. Бизнесмен-профессионал не должен жалеть сил и средств для овладения совокупностью знаний, приемов и навыков предпринимательства, коммерческим искусством. Недаром на Западе говорят: «Хочешь заработать миллион, вложи тридцать пять тысяч в свое образование». Могущество корпорации ИБМ (США) достигнуто тем, что пять процентов средств, связанных с содержанием рабочей силы, тратится на подготовку кадров.

10. Рынок создается теми фирмами, которые торгуют необходимыми потребителю товарами и услугами, а не тем, что удалось. Хорошие фирмы считают, что пока их продукция не нашла покупателя, ее вообще не стоит производить.

11. Надо развивать свою способность к напряженной работе. Ведь преуспевающие бизнесмены работают и тогда, когда другие спят.

12. Начинай учиться управлять, повышай свою техническую и экономическую компетенцию. Умелое руководство это искусство делать стоящие перед фирмой задачи более интересными и конструктивными, что заставит ваших сотрудников преодолевать трудности.

13. Качество – это не просто хорошая вещь, прекрасная услуга. Это комплекс потребительских свойств. Покупателю, в конечном счете, не нужны просто вещи, ему нужно решение проблем. Именно это стоит денег и дает наибольшую выгоду. Можно, например, молоть зерно и продавать муку. Но намного выгоднее приложить все усилия и предложить покупателю хлебные изделия.

14. Не опасайся занизить цену, бойся завысить ее. Прибыль не в том, чтобы продать две вещи дорого, а в том, чтобы продать двум тысячам покупателей ваши товары по сходной цене.

15. Не держи все яйца в одной корзине. Пошло одно дело сразу цепляй к нему другое. Одно прогорит – другое выгорит. Сначала вы организуйте аренду и прокат машин, затем их ремонт, потом – продажу запасных частей.

Эти и другие советы могут стать полезными если предприниматель сознательно и целеустремленно будет им следо-

вать. Но не всем это удается. Зачастую в бизнес идут только для того чтобы как-то улучшить свою жизнь, пополнить семейный бюджет, не имея для этого соответствующих условий. Есть целесообразность в реализации идеи о разработке национальной модели развития предпринимательства с использованием положительного опыта других стран, но с учетом менталитета, традиций, обычаев, сложившихся условий и особенностей собственного народа.

Здесь уместно привести советы делового американца. «Конечно, само по себе следование этим заповедям не обеспечит 100% успеха. Если бы все было так просто, мир не знал бы банкротства. Но следование этим заповедям повысит ваши шансы на успех. Итак, если у вас есть единомышленники, если вы осознали степень предпринимаемого вами риска, имеете запас доброго настроения и чувство юмора — принимайтесь за дело! Последнее качество особенно важно для бизнесмена: улыбайтесь, улыбайтесь всегда, улыбайтесь везде, потому что когда человек улыбается, ему трудно заплакать если даже приходится чертовски трудно!».

5. Формирование и использование финансовых ресурсов

Важнейшей проблемой для организации начала предпринимательской деятельности, а затем устойчивого функционирования предприятия является наличие денежных ресурсов — одной из форм капитала. Деньги необходимы для многих целей: строительства или аренды помещения, покупки оборудования, приобретения сырья и материалов, и оплаты труда работников, организации транспортировки и реализации готовой продукции, оплаты процентов за использование кредитов, расходов за коммунальные услуги и др.

В формировании финансовых ресурсов предприниматель использует две группы источников: внутренние и внешние.

Внутренние источники — это накопленные или унаследованные личные сбережения, а также прибыль и амортизационные отчисления, постоянно поступающие в процессе функционирования предприятия.

Внешние источники гораздо более разнообразные: займы друзей и родственников, коммерческий кредит, ссуды или

кредиты от продавцов оборудования, помощь государственных, региональных и общественных организаций, спонсорские пожертвования и др.

Займы у друзей и родственников не могут служить надежным источником финансирования, так как не много найдется таковых, располагающих достаточными средствами. Кроме того при банкротстве и невозможности выплаты займа можно утратить дружеские и родственные отношения. Поэтому, если имеется такой источник, его следует оформить на деловой основе, письменной договоренности. В этом случае обе стороны становятся партнерами и получают выгоду или терпят урон, а также полноправно участвуют в принятии решений.

В рыночных условиях предприниматели не могут обойтись без использования других заемных средств, к которым относятся:

Кредиты банков, средства от выпуска и продажи акций и облигаций, бюджетные ассигнования на возвратной основе, средства нефинансовых компаний.

Однако средства кредитно-финансовых институтов для малых предприятий являются высоко рискованными, так как они связаны с необходимостью выплаты довольно высоких процентных ставок, материальным залоговым обеспечением кредита.

Но даже при этих условиях в кредитовании малого бизнеса существует множество проблем, которые затрудняют получение необходимых финансовых ресурсов:

- риск создания нового дела, которое недостаточно обеспечено ресурсами, не имеет надежных рынков сбыта и деловой репутации;
- трудности устойчивого роста, так как малое предприятие наиболее уязвимо перед случайностями и непредвиденными обстоятельствами;
- недостаточная диверсификация, так как малые предприятия бывают узко специализированы, имеют ограниченную сферу деятельности и клиентуру;
- кредитование малых предприятий по сравнению с крупными требует излишних операционных расходов из-за большого их количества;
- отсутствие надежных гарантий возврата кредита.

Но в мировой практике выработаны различные схемы решения этой проблемы: прямое финансирование путем создания фондов, снижение стоимости кредитных ресурсов, представление различных льгот, обеспечение гарантий, частные или спонсорские средства и т.д.

Все эти меры позволяют малым предприятиям получать заемные средства для осуществления своей деятельности. Кредиты в этот сектор направляются немалые. Так, в 2004 г. объем кредитования субъектов малого бизнеса составил более 200 млр. сумов, при этом доля различных источников была следующая: коммерческие банки - 69%, кредитные линии международных финансовых институтов – 18, частные банки - 8, внебюджетные фонды -5%. Примечательна структура выданных кредитов национальным банком Республики Узбекистан: частные предприятия с участием иностранных партнеров получили 52% кредитов, малые частные предприятия - 17, акционерные общества -16, сельхоз предприятия-15%.

При выборе источников финансирования необходимо решить следующие задачи:

- определить потребности в кратких и долгосрочных инвестициях;
- выявить возможные изменения в составе активов и капитала с целью определения их оптимального состава и структуры;
- обеспечить постоянную платежеспособность и финансовую устойчивость;
- с максимальной прибылью использовать собственные заемные средства;
- снизить расходы на финансирование хозяйственной деятельности.

Наиболее надежными и основными внутренними источниками финансирования являются прибыль и амортизационные отчисления. За счет их пополняется собственный капитал, повышается финансовая устойчивость предприятия. Они являются стабильным средством формирования финансов, создают независимость предприятия, освобождая его от долговых обязательств, обеспечивают процесс перспективного управления по развитию предприятия.

Важную роль в составе внутренних источников финансирования играют амортизационные отчисления, которые пред-

ставляют собой денежное выражение стоимости износа основных фондов. Эти отчисления накапливаются в виде амортизационного фонда, и используются как источник финансирования простого и расширенного воспроизводства.

Формирование финансовых ресурсов создает для предприятия базу для производственно-хозяйственной деятельности. Другая главная задача предприятия успешно использовать финансовые ресурсы в повседневной деятельности и создать устойчивое финансовое положение. Чтобы определить насколько успешно или неудачно используются имеющиеся ресурсы для предпринимательской деятельности применяется ряд экономических критериев.

Прибыльность – наиболее важнейший из экономических критериев деятельности фирмы, суть которого заключается в превышении доходов над издержками. Прибыль является конечным результатом производственно-хозяйственной деятельности фирмы, показателем ее эффективности, источником средств для осуществления инвестиций, формирования специальных фондов, а также платежей в бюджет.

Общая сумма прибыли, полученная за определенный период состоит из: прибыли от реализации продукции, прибыли от прочей реализации, прибыли от внереализационных операций. Они составляют валовую прибыль, после вычитания из которой налогов, экономических санкций и отчислений в благотворительные фонды остается чистая прибыль.

Если фирма длительное время имеет нулевую и отрицательную прибыльность, то есть работает с убытками, тогда она не имеет источников развития и может стать банкротом. Однако общий размер полученной прибыли еще не характеризует успешность, эффективность работы предприятия. Для определения эффективности необходимо сопоставить сумму прибыли с другими показателями (ресурсами, издержками и т.д.), то есть рассчитать относительную величину прибыли, уровень прибыльности.

Рентабельность – выражается отношением величины прибыли, полученной за определенный период, к стоимости средств затраченных и используемых для получения прибыли. Есть несколько показателей рентабельности:

- рентабельность всей реализованной продукции как отношение прибыли от реализации к выручке от ее реализации;

- рентабельность отдельных видов продукции – отношение прибыли от реализации данного вида продукта к его продажной цене;

- общая рентабельность вложений – отношение балансовой прибыли к средней стоимости основных производственных фондов и нормируемых оборотных средств.

Для характеристики успешной деятельности предприятия используются и другие показатели.

Ликвидность – это способность предприятия выполнять свои финансовые обязательства, характеризующаяся быстротой превращения активов в деньги, от чего зависит платежноспособность. Если предприятие легко может вернуть долги, то оно считается ликвидным. Для этого определяется коэффициент ликвидности как отношение текущих активов фирмы к ее краткосрочным обязательствам. Первые должны быть не менее вторых для того чтобы покрыть долги (коэффициент покрытия). Можно отнести быстрореализуемые высоколиквидные активы к краткосрочным обязательствам (коэффициент срочности).

Если коэффициент ликвидности будет больше единицы, то предприятие считается ликвидным. А если он окажется меньше, то такому предприятию трудно получить новые кредиты, а существующие кредиторы постараются срочно вернуть свои ссуды.

Окупаемость – является одним из критериев прибыльности, который позволяет судить о том, насколько быстро предприниматель способен вернуть денежный капитал, вложенный им в дело. Он определяется путем деления вложенных денежных средств (капиталовложений) на величину годовой прибыли. В результате получится количество лет, за которые средства окупятся (оптимально считается не более 5 лет).

Скорость оборачиваемости капитала – измеряется в виде соотношения между выручкой от продаж товаров за определенный период и денежной величиной активов фирмы за счет которых удалось получить и сбыть товар.

Показатель характеризует мобильность использования средств, вложенных в дело. Чем быстрее происходит оборот средств, тем большую прибыль можно получить за период их использования (месяц, квартал, год).

Критерий устойчивости показывает степень обеспеченности фирмы собственными средствами и ее зависимость от внешних источников финансирования. Определяется он как отношение внешних обязательств фирмы в денежном выражении, то есть заемных средств, к собственным средствам. Положительным результатом окажется, если этот показатель будет значительно меньше единицы.

В финансовом отношении фирма будет считаться независимой и устойчиво действующей, если будет в большей степени обладать собственными, внутренними источниками финансирования и чем меньше будет использовать кредиты и внешние инвестиции. Только в этом случае фирма в меньшей степени будет подвержена риску и гарантировать устойчивость своей деятельности.

Основные понятия и термины

Психологический барьер в бизнесе, хозяйственная ниша, рыночная ниша, государственная регистрация, компетентность предпринимателя, этапность в организации бизнеса, регистрация «в одно окно», мотивация предпринимательства, лицензия.

Вопросы для самопроверки

1. Какие главные вопросы должен поставить перед собой предприниматель до начала открытия своего дела?
2. Какие права имеет предприниматель?
3. Какие есть обязанности у предпринимателя?
4. Какие стимулы и гарантии имеет предприниматель
5. Какие основные знания должен приобретать предприниматель?
6. Какие навыки и умения нужны для начинающего дело?
7. Из каких этапов состоит организация собственного бизнеса?
8. Какова процедура регистрации субъектов предпринимательства?
9. Какие советы вы можете дать предпринимателю для достижения успеха?
10. Каков процесс выдачи лицензий на занятие бизнесом?

Глава 14. ЛИЗИНГ И ФРАНЧАЙЗИНГ В ПОМОЩЬ МАЛЫМ ПРЕДПРИЯТИЯМ

1. Понятие лизинга и его роль в бизнесе.
2. Разновидности лизинга и лизинговый контракт.
3. Практика использования лизинга в Узбекистане.
4. Сущность и виды франчайзинга.
5. Организация договорных соглашений в системе франчайзинга.

1. Понятие лизинга и его роль в бизнесе

Из предыдущей главы видно, что предприниматель должен обладать многими способностями, пройти сложный путь для открытия своего дела. Но главным препятствием является отсутствие финансовых ресурсов. Несмотря на множество источников (банковские кредиты, спонсоры, фонды и др.), особенно в периоды устойчивой тенденции снижения инвестиционной активности, получить средства почти невозможно. В таких ситуациях на помощь предпринимателю приходит лизинг.

Лизинг – особый вид арендных отношений, при котором одна сторона (лизингодатель) по поручению другой стороны (лизингополучателя) приобретает у третьей стороны (продавца) в собственность обусловленное договором лизинга имущество (объект лизинга) и предоставляет его лизингополучателю за плату на определенных, таким договором условиях во владение и использование на срок, превышающий двенадцать месяцев.

Лизинг происходит от английского, означающее **арендовать, сдавать в наем.** Объектами лизинга могут быть непотребляемые вещи, в том числе предприятия, имущественные комплексы, здания, сооружения, оборудование, транспортные средства. Объектами лизинга не могут быть земельные участки и другие природные источники.

Впервые прообраз лизинга появился в 1877 г. когда телефонная компания «Белл» решила не продавать аппараты, а сдавать их в аренду, что дало стимул быстрому развитию услуг связи. Автомобильный бум начался в 20-х годах прошлого века по инициативе Генри Форда, использовавшего аренду для расширения сбыта автомобилей. Особенно широко лизинговые соглашения стали развиваться в 50-е годы в США, а затем и в Европе.

Сегодня лизинговая система стала широко распространенной формой бизнеса во многих странах. В США через лизинг осуществляется финансирование 20-25% капиталовложений, в Великобритании - 20, во Франции - 17, в Германии - 15, в Австралии - 33%. Лизинговые компании Европы ежегодно вкладывают более 200 млрд. евро. При этом лизинг недвижимости составляет 40, а лизинг оборудования – 160 млрд. евро. Наиболее распространен лизинг легковых автомобилей – 33%, производственного оборудования - 25%, грузовых автомобилей 19%, компьютеров и офисного оборудования - 12%, самолетов и кораблей - 4% от общего объема лизинга.

Привлекательность бизнеса для компаньонов, особенно для малых предприятий, испытывающих недостаток финансовых средств, заключается в следующем:

* возможность получения дорогостоящего оборудования без крупных начальных вложений или временного использования техники при сезонных нагрузках;

* лизинговые платежи осуществляются из прибыли от арендуемого имущества и не подлежат налогообложению, так как представляют собой арендную плату;

* лизинговые платежи можно оплачивать сырьем или продукцией, произведенной на арендуемом оборудовании;

* позволяет предпринимателю уменьшить потребность в кредитах и выплаты процентов за пользование кредитом;

* при лизинге не нужно залогового имущества как при получении кредита, так как за лизингодателем сохраняется право собственности на объект лизинга.

Выгода лизинга в том, что он позволяет начать производство в условиях отсутствия или недостатка первичного капитала. Ведь есть большая разница между покупкой оборудования и взятием его в аренду. В процессе лизинговых операций

осуществляется не денежный, а товарный кредит, что существенно повышает надежность кредитования, так как деньги можно использовать и не по назначению, а оборудование — только для нужд производства.

Выгоден лизинг и для продавца имущества и для лизингодателя, ввиду возможности реализации дорогостоящего оборудования с использованием кредита. Кроме того, снижается риск потерь в связи с неплатежеспособностью клиента. Расширяется также круг заказчиков за счет вовлечения клиентов из других сегментов рынка. Создается возможность для долговременного сотрудничества при долгосрочной аренде, что повышает стабильность в работе на рынке. Увеличивается совокупная выручка участников, так как лизинговый контракт может включать различные виды услуг (техническое обслуживание, обучение, наем специалистов и т.п.).

Одним из преимуществ лизинга является применение **метода ускоренной амортизации.** Этот метод был положен в основу лизинга и сделал его конкурентоспособным по сравнению с обычной арендой и кредитом. Лизинг стал сильным финансовым инструментом, в основном, благодаря налоговым преимуществам по ускоренной амортизации.

Ускоренная амортизация — это способ амортизации, при котором в первые годы эксплуатации основных фондов предполагается больший объем отчислений на амортизацию, означающий ускоренное списание стоимости основных фондов на себестоимость готовой продукции. При этом амортизация в первый год начисляется к полной стоимости основных фондов, а в последующие годы к остаточной стоимости, что видно из следующего примера. Допустим, срок службы оборудования — 10 лет, стоимость его — 100 тыс. сумов, норма амортизации в первые три года — 25%. Тогда в первый год амортизационные отчисления составят 25 тыс. сумов, во второй год отчисляться будет тоже 25% или 18,8 тыс. (25% от 75 тыс.), на третий год — 14 тыс. (25% от 56,2 тыс.). Таким образом, за три года списывается почти 60 тыс. сумов или более половины стоимости оборудования, переданного в лизинг.

Метод ускоренной амортизации имеет ряд выгод.

1. Страхование от потерь морального износа вследствие обесценения под влиянием научно-технического прогресса.

2. Рост конкурентоспособности, поскольку ускоренное накопление большей части амортизационного фонда в первые годы позволяет приобрести более прогрессивное оборудование.

3. Амортизационные отчисления — это деньги, которые могут принести дополнительный доход лизингополучателю.

4. Сокращаются размеры облогаемой налогами прибыли и соответственно уменьшаются налоговые платежи, так как сумма амортизационного фонда не облагается налогом.

В Германии устанавливается ускоренная амортизация для зданий 10% в первые 4 года, а в последующие она снижается до 5-2,5%. Для машин и оборудования разрешается тройное увеличение ежегодных амортизационных норм в первые несколько лет. В США для машин и оборудования при сроке списания в 5 лет разрешается в первые два года списывать 64% их стоимости. В России допускается применение коэффициента к основной норме амортизации для субъектов малого и среднего бизнеса до двух, а для объектов лизинга — до трех. Малые предприятия могут списывать дополнительно до 50% первоначальной стоимости основных фондов со сроком службы более трех лет.

Эти и другие преимущества лизинга позволяют вовлечь в сферу хозяйственной деятельности широкий круг субъектов и тем самым ускорить развитие бизнеса в целом.

Современный лизинг, как вытекает из сказанного, выполняет ряд важных функций в социально-экономическом плане. Это дополнительные инвестиции в условиях недостатка средств и имущества у малых предприятий. Лизинг увеличивает численность занятых в производстве товаров и услуг. Он является источником создания дополнительных основных фондов, совершенствования технико-технологической базы предприятий. Лизинг способствует инновационной деятельности, так как во многих случаях средства в качестве лизинга предоставляются для предприятий, желающих претворить идеи в производстве новых товаров и предоставлении новых услуг, а также внедрить технологические новшества.

2. Разновидности лизинга и лизинговый контракт

Одним из основных видов лизинга является **финансовый лизинг**, который характеризуется следующими требованиями:

- по окончании срока договора лизинга объект лизинга может перейти в собственность лизингополучателя;

- по окончании срока договора лизинга лизингополучатель обладает правом выкупа объекта лизинга по цене ниже рыночной стоимости объекта лизинга на дату реализации этого права;

- общая сумма лизинговых платежей за период договора лизинга превышает 90% стоимости объекта лизинга.

Финансовый лизинг подразделяется на два вида.

1. **Прямой лизинг**, который целесообразно применять в случае, когда предприятие нуждается в переоснащении уже имеющегося технического потенциала. В этом случае по каналам лизинга может приобретаться комплексное оборудование для какого-то цеха или отдельные агрегаты. Лизинговая фирма обеспечивает стопроцентное финансирование, рассчитывается с заводом – изготовителем, передает оборудование непосредственно лизингополучателю, который рассчитывается за него с лизинговой фирмой в течение срока аренды.

2. **Возвратный лизинг** – это получение дополнительных финансовых ресурсов под залог собственных основных средств заказчика, что является альтернативой кредитных операций. Лизинговая фирма приобретает имущество у лизингополучателя и тут же предоставляет это имущество ему в аренду. Договор распространяется на весь период службы оборудования и предусматривает последующий переход права собственности вновь к лизингополучателю. Таким образом, предприятие получает финансовые средства под залог собственного имущества.

Иначе говоря, первоначальный собственник получает от лизинговой компании полную стоимость оборудования, сохраняет за собой право владения и лишь выплачивает периодически платежи за пользование оборудованием. Значит, прямой и возвратный лизинг предоставляет возможность одновременно осуществлять капиталовложения и сразу получать доходы от них. Это особенно важно для небольших предприятий в период создания рыночных отношений.

Разновидностью лизинга является **сублизинг**, при котором лизингополучатель вправе сдать объект лизинга, полученный по договору лизинга, во временное пользование третьему лицу с письменного согласия лизингодателя, оставаясь перед ним ответственным по заключенному договору.

Кроме этого есть еще другие виды лизинга.

Чистый лизинг -дополнительные расходы по обслуживанию арендуемого оборудования берет на себя арендатор.

Полный лизинг – расходы по обслуживанию берет на себя арендодатель.

Косвенный лизинг – сдача в аренду ведется через третье лицо.

Срочный лизинг – представляет собой одноразовую аренду.

Возобновляемый (револьверный) лизинг – договор лизинга продолжается по истечении первого срока.

Широкое применение лизинга привело к существенному увеличению числа компаний, специализирующихся в этой сфере, а также к расширению круга организаций, которые стали принимать участие в лизинге. В США лизинговые компании подразделяются на сервисные и финансовые в зависимости от предоставляемых ими услуг.

Сервисные лизинговые компании, передавая оборудование во временное пользование, берут на себя все или часть обязанностей, связанных с его обслуживанием, контролируют оплату налогов, ведение бухгалтерских книг, консультируют пользователя в отношении эксплуатации оборудования.

Финансовые лизинговые компании таких обязательств на себя не принимают, выступая лишь как «поставщики кредита».

Существуют также **лизинговые брокерские компании,** основной функцией которых является сведение пользователя, желающего взять объект лизинга в пользование, изготовителя или оптовую фирму и банк, которые могут организовать сделку. Лизинговый брокер не выступает как участник отношения по лизингу, он лишь осуществляет посреднические функции при возникновении этих отношений, за что получает комиссионное вознаграждение.

В последнее время активную роль в лизинге играют **банки,** участие которых может быть прямым, если они непосредственно сдают оборудование и другие средства во временное пользование и косвенным, если они предоставляют ссуду лизинговым компаниям.

Участвуют в лизинговых операциях и **страховые компании.** Надо отметить, что активизация их деятельности наблюдается не только в области лизинга. Они наряду с банками стали играть заметную роль в кредитной системе. В странах

Западной Европы и США они становятся одним из основных поставщиков долгосрочного кредита.

В последние годы в лизинге стали принимать участие и **пенсионные фонды.** Объясняется это увеличением их роли в кредитно-финансовых отношениях, что позволяет им пополнять свои фонды.

Спрос на рынке лизинга определяют, в первую очередь, предприниматели всех отраслей экономики, а также государственные предприятия и отдельные граждане. Лизинговые компании предъявляют строгие требования к кредитоспособности своих потенциальных клиентов. Эту процедуру они проводят также, как банки при выдаче кредита, проверяя платежеспособность будущих пользователей объекта лизинга.

Для выдачи и получения лизинга участвующие стороны заключают **лизинговый контракт.** Он заключается по трехсторонней или двусторонней форме, что показано на схеме 8.

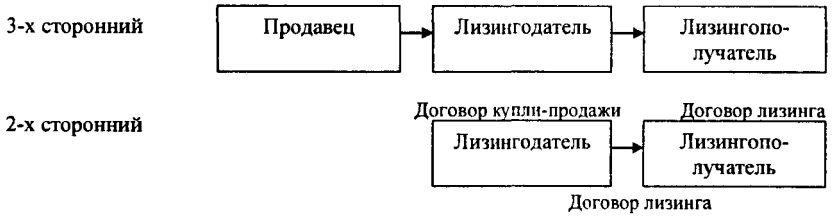


Схема 8. Виды лизингового контракта

При заключении договора лизинга необходимо соблюдение следующих основных условий:

- описание объекта лизинга: количество, качество, перечень, контрактная стоимость объекта лизинга, общая сумма договора;
- обязательства сторон, связанные с приобретением и передачей объекта лизинга;
- порядок передачи объекта лизинга, включая порядок поставки, монтажа и введения объекта в эксплуатацию;
- условия, размеры, сроки и порядок уплаты лизинговых платежей;
- обязанности сторон по использованию, хранению, содержанию и ремонту объекта лизинга;
- срок действия договора.

Кроме того в договор по соглашению сторон могут быть включены дополнительные условия: порядок выкупа объекта лизинга, его страхование, оказание дополнительных услуг и др.

До заключения контракта лизинговые сделки проходят ряд этапов. Вначале идет поиск субъектов и вступление их в контакт. Затем следует запрос лизингополучателя в лизинговую компанию о предмете сделки. Лизингодатель разрабатывает предложения, определяет круг производителей оборудования, оценивает потенциальные возможности заказчика, определяет возможный риск, рассчитывает сумму сделки, длительность контракта, ставки лизинговых платежей и т.д. При согласии заказчика на предложенные условия, направляется заказ на изготовление оборудования или его закупку. В конце следует трехстороннее или двухстороннее подписание акта приемки оборудования.

Лизинговый контракт обычно заключается сроком на 3-5 лет. Но в некоторых случаях срок определяется в зависимости от амортизационного периода.

Лизинговые платежи, уплачиваемые лизингополучателем, включают стоимость амортизации объекта лизинга, расходы понесенные лизингодателем по договору лизинга, а также доход (маржу). Платежи разделяются на весь срок действия договора и выплачиваются частями (ежемесячно, ежеквартально, за полугодие или раз в год). Кроме того есть плата за дополнительные услуги, если их оказывает лизингодатель. За страхование объекта лизинга страховые платежи уплачивает лизингодатель.

Таким образом, при трехстороннем договоре механизм лизинга выглядит так, как показано на схеме 9.

По окончании срока договора лизингополучатель может выбрать одно из трех возможных решений: а) возвратить лизинговой фирме имущество в исправном состоянии, б) возобновить лизинговый контракт на новый срок, в) приобрести имущество в собственность по остаточной стоимости.

В «Законе о лизинге» подробно изложены права и обязанности лизингодателя, лизингополучателя, продавца объекта лизинга, определены права собственности участников лизингового соглашения, а также ответственность каждого из них.



Схема 9. Механизм лизинга

3. Практика использования лизинга в Узбекистане

С целью развития лизинговой деятельности в республике были приняты меры законодательного характера:

1. Закон Республики Узбекистан о лизинге (14 апреля 1999 г.).
2. Положение о порядке проведения финансового лизинга банками Республики Узбекистан (7 мая 1999 г.).
3. Узбекистан присоединился к Оттавской Конвенции «О международном финансовом лизинге» (май 2000 г.).
4. Указ «О дальнейшем стимулировании развития лизинговой деятельности» (28 августа 2002 г.).
5. Олий Мажлис принял поправки к закону «О лизинге» (13 декабря 2002 г.).
6. Постановление КМРУз. «О мерах по дальнейшему развитию лизинговых услуг» (апрель 2004 г.).

Благодаря этим решениям лизинг получил новые стимулы, а лизингодатели и лизингополучатели наделены были рядом льгот, что позволило значительно расширить возможности для развития лизинговой системы.

Так, при импорте современного технологического оборудования на условиях лизинга предпринимательские структуры освобождены от уплаты таможенных платежей, импортных налоговых пошлин и налога на добавленную стоимость. Эти льготы снижают стоимость лизинговых операций на 40%, а это значит, что появилась конкуренция между финансовым лизингом и банковским кредитом. Лизингополучатели освобождены от уплаты налога на имущество, переданное им в лизинг, тогда как ранее они составляли 2% от стоимости объекта лизинга. С лизингодателя снято обязательство финансировать операции исключительно из собственных средств.

На начало 2006 г. лизинговые операции в Узбекистане осуществляли 11 компаний и 16 банков, деятельность некоторых из них показана в табл. 15.

Таблица 15

Деятельность компаний и банков по осуществлению лизинга по состоянию на 1.01.06.

№	Наименование компаний и банков	Год начала операций	Осуществлено операций		Объекты лизинга
			к-во	млн долл	
Лизинговые компании					
1	АО Узбеклизинг интернейшлн	1995	100	28,0	Импорт оборудования от 50 до 1,7 млн долларов
2	Азиатско-европейская трастовая компания	1996	30	29,7	Импорт оборудования, инвестирование капитала в МСБ
3	Универсальная лизинговая компания «Барака»	1996	305	37,0	Внутренний лизинг от 100 до 60 тыс. долларов
4	Узкейсагролизинг	1997	106	55,0	Сельхозтехника фирмы «Кейс»
5	Узсельхозмашлизинг	1999	11040	162,0	Сельхозтехника местного производства
Коммерческие банки					
1	Нац Банк ВЭДРУз	1996			Самолеты
2	Пахтабанк	1998			Сельхозтехника и автотранспорт
3	Узжилсбербанк	1998			Автотранспорт и технологич оборудование
4	Банк «Ипак йўли»	2000			Автотранспорт, компьютеры, недвижимость
5	Тадбиркорбанк	2002			Сельхозтехника, автотранспорт
6	Ғаллабанк	2002			Сельхозтехника

Лизинговый бизнес с каждым годом наращивает свою деятельность. Только за 2005 г. финансовыми учреждениями и организациями осуществленно около 4 тысяч лизинговых сделок, против 2800 в 2004 г. Лизинговыми компаниями передано в лизинг имущества стоимостью 64 млрд. сумов, что в два раза больше, чем в 2004 г. Объем лизинговых операций коммерческих банков составил 16,5 млрд. сумов (в 2004 г. 10,4 млрд. сумов). В апреле 2005 г. была создана Ассоциация лизингодателей Узбекистана, которая призвана заниматься дальнейшим совершенствованием законодательства в этой сфере, оказывать методическое и практическое содействие лизинговым учреждениям в их деятельности, развивать лизинговый бизнес в республике, изучать и использовать лизинговый процесс зарубежных стран.

Лизинговые операции в Узбекистане берут свое начало с 1993 г., когда национальная авиакомпания «Ўзбекистон ҳаво йўллари» закупила первые пассажирские самолеты ведущих мировых производителей.

Но главную свою роль лизинговые компании и коммерческие банки в основном выполняют для оснащения оборудованием и другими средствами малые и средние предприятия. Получив поддержку со стороны государства в виде благоприятного режима налогообложения, лизинговые структуры имеют стимул для выхода на рынок лизинговых услуг.

Одной из первых на этом рынке стала действовать **Универсальная лизинговая компания «Барака»**, которой присвоен статус члена Европейской Федерации ассоциаций лизинговь х компаний. Одной из операций стал контракт с Израилем о поставке по лизингу 15 мини – молокозаводов, стоимость каждого из них по 190 тыс. долл., перерабатывающего 2000 литров молока в сутки и вырабатывающего 8 наименований молочных продуктов.

Одной из успешно действующих является **Международная компания «Узбеклизинг интернешнл АО»**, учрежденная НБУ, ЕБРР, МФК, «Мейбанком» (Малайзия). Она выполняет обширный круг задач: долгосрочное финансирование закупок и использование технологического оборудования; привлечение передовых технологий в рамках лизинга в приоритетные отрасли экономики, в целях увеличения экспортного

потенциала и развития импортозамещающих производств; предоставление лизинговых услуг малым предприятиям, производящим товары потребления; разработка методологии проведения лизинговых процедур и рекомендаций по развитию рынка лизинговых операций в республике. За 10 лет деятельности компания реализовала более сотни лизинговых проектов на 30 млн. долл.

Компания функционирует на следующих условиях: срок лизинга 1-5 лет, финансируются проекты от 50 тыс. до 1,2 млн. долл., залоговое обеспечение 50% от стоимости проекта, ставка 15% в долларах и 25% при финансировании в суммах.

В основе философии компании стоят, прежде всего, интересы клиентов. Компания помогает предпринимателям расширить существующий бизнес, содействовать в достижении устойчивого прибыльного роста для последующего превращения фирмы в быстро развивающихся лидеров своего сегмента рынка.

Лизинговая компания «Узсельхозмашлизинг» успешно и продуктивно помогает сельским производителям, и весьма на льготных условиях. Компания поставляет сельхозтехнику местного производства по лизингу сроком на 7 лет, 15% стоимости техники оплачивают в виде аванса фермерские хозяйства, 85% оплачивает сама компания за счет займов Министерства финансов, ставка 50% от ставки рефинансирования Центрального банка.

Для сельских производителей работает и **узбекско-американское СП «Узкейсагролизинг»**, учредителями которого являются: СП «Кейс Кредит Холдинг» (51% уставного капитала) и Ассоциация банков Узбекистана (49%). Компания занимается поставкой тракторов, комбайнов и другой техники зарубежных фирм, предоставлением в лизинг фермерским и дехканским хозяйствам средств малой механизации, маркетинговыми исследованиями зарубежных рынков и отбором для поставки новейших технологий и оборудования.

Лизинговые услуги осуществляются на условиях: при отпуске техники 20% предоплаты и погашение 80% стоимости в течение 5 лет. Разрешено применять ускоренную амортизацию.

Все большую деятельность в лизинговых операциях стали осуществлять коммерческие банки, основными лизингополу-

чателями которых являются субъекты малого и среднего бизнеса. Банковский лизинг отличается особенностями: в лизинг передаются основные средства приобретенные на внутреннем рынке, небольшая стоимость лизинговых проектов (15-20 тыс. долл.), процентные ставки по лизинговым операциям практически находятся на уровне процентных ставок по кредитам. Кроме того банки обладают значительными финансовыми ресурсами, развитой сетью филиалов и высококвалифицированным персоналом, обладающим большим опытом финансирования.

4. Сущность и виды франчайзинга

Мировая практика рыночных отношений накопила множество форм делового партнерства между государством, крупным и малым предпринимательством. Одной из них является франчайзинг, который представляет собой форму кооперации, сотрудничества между крупными и малыми предприятиями, создания привилегированных деловых связей (франчайзинг – франц. льгота, привилегия).

Суть системы франчайзинга заключается в том, что крупная фирма (франчайзер) предоставляет право мелкому предприятию (франчайзи) в течение определенного времени и в определенном месте вести предпринимательскую деятельность с использованием ее торговой марки, технологии производства, Ноу-хау, наименования в форме, которая определяется договором.

Крупная фирма обязуется снабжать мелкую фирму товарами, рекламными услугами, разрешает использовать название и товарный знак. Мелкая фирма обязуется предоставить крупной компании услуги с учетом местных условий и выполнять ее указания.

Система франчайзинга осуществляется по разному и поэтому она подразделяется на виды: торговый, производственный деловой.

Торговый франчайзинг. Производитель, обладающий товаром, защищенным торговой маркой, заключает договор о поставке товара, условиях продажи с фирменным магазином. Сюда можно отнести рынки электротоваров, вычислитель-

ной техники, компьютеров и других. Например, независимые агенты по сбыту (дилеры) заключают с автомобильными фирмами на право продажи только их автомобилей в определенном районе. В своем районе дилер отвечает также за обслуживание автомобилей у потребителей, своевременную доставку запасных частей и ремонт.

Производственный франчайзинг. Этот вид широко распространен в производстве безалкогольных напитков (Coca-cola, Pepsico), продуктов питания (Mars, Nestle), косметики, бытовой химии (Hejo, Procter&Gamble). Каждый из региональных и упаковочных предприятий становится франчайзи от основной компании, которые продают концентраты и другие компоненты, необходимые для производства местным фирмам, которые затем смешивают компоненты, разливают и упаковывают продукцию, а затем продают ее под этикеткой крупной фирмы.

Деловой франчайзинг. При таком сотрудничестве малой фирме предоставляется целый деловой пакет. Так, фирма «McDonalds» предоставляет услуги: выбор местоположения ресторана, контроль за его строительством и оформлением, проведение курса обучения персонала, семинаров и выставок, содействие в поиске поставщиков и получении сырья, предоставление имени, марки, рекламы, поддержки менеджмента и маркетинга.

Система франчайзинга очень успешно развивается во многих странах. В США в начале XXI века франчайзными соглашениями были охвачены 530 тысяч малых фирм, их оборот составлял более 700 млрд. долл., в том числе американские фирмы владеют более чем 32000 торговыми предприятиями других стран. В Канаде эта система охватывает 9500 предприятий, в Японии - 9000, в западной Европе – 5000.

В Узбекистане этот вид бизнеса только начинает пробивать путь в рыночной экономике. В гражданском кодексе договор франчайзинга отнесен к типичному договору современного рынка, требующему законодательного регулирования в части вопросов касающихся защиты потребителей. Но необходимо сделать большее: создать законодательную базу о франчайзинге, как это сделано в отношении лизинга.

В настоящее время в Узбекистане складывается два основных направления развития франчайзинга: 1) проникно-

вение в республику иностранных фирм, привлекающих в качестве франчайзи предпринимателей Узбекистана, 2) развитие франчайзинга узбекскими фирмами. Оба эти направления начинают постепенно развиваться. Как и в других странах франчайзинг перспективен в таких сферах бизнеса как производство и реализация технически сложной продукции, предназначенной для населения, оказание помощи в организации и ведении бизнеса (управленческое консультирование, аудит, реклама, делопроизводство и т.п.), отдых и развлечение (туризм, спорт, гостиничное хозяйство), общественное питание, розничная торговля и другие.

Для реализации проектов франчайзинга в этих отраслях было бы полезно подключиться некоторым инфраструктурным звеньям, которые в роли посредников подбирали бы партнеров и создавали условия для заключения франчайзинговых соглашений. В их сферу деятельности входило бы не только решение проблем внутреннего, но и международного франчайзинга.

Рыночная экономика не может не привести к использованию этой выгодной формы сотрудничества между крупными и мелкими предприятиями. Широкое распространение франчайзинга весьма выгодно для населения страны, которое получит дополнительные рабочие места, а также возможность приобретать широкий ассортимент товаров местного производства высокого качества. Выгодно это и государству, как дополнительный фактор развития предпринимательства и как источник пополнения государственного бюджета.

Система франчайзинга имеет немалые преимущества как для франчайзера, так и для франчайзи.

Преимущества для франчайзера: быстрое расширение рынков сбыта, увеличение объема продаж и территориальное расширение бизнеса; отсутствие расходов на содержание персонала управления; более низкий уровень собственных капиталовложений: подъем престижа фирмы и ее товарного знака, признание потребителей, рост доверия к качеству, рост прибыли.

Преимущества для франчайзи: возможность стать самостоятельным с минимальными начальными капитальными вложениями при всесторонней поддержке опытного франчайзера; приобретение репутации среди потребителей за счет ве-

дения бизнеса под признанным товарным знаком и фирменным наименованием; возможность за умеренную плату использовать результаты рекламных мероприятий, научных разработок и маркетинговых исследований, проводимых франчайзером, гарантированность постоянного снабжения.

5. Организация договорных соглашений в системе франчайзинга

Франчайзинговая система предпринимательской деятельности основывается на франчайзном соглашении (договоре), когда франчайзер обязуется предоставить франчайзи помощь в виде различных услуг, а последний готов их оплачивать. Соглашение включает права и обязанности сторон.

Крупная фирма, которая стремится привлечь независимых предпринимателей к заключению соглашения, обычно берет на себя следующие обязательства:

* Проводить маркетинговые исследования для оценки потенциального спроса на продукцию или услуги в конкретных районах деятельности получателя франчайзинга;

* Оказывать консультационную помощь и поддержку в выборе помещения, доставке оборудования и подготовке его к работе;

* Проводить подготовку и периодическую переподготовку менеджеров и сотрудников малого предприятии по технологическим и управленческим проблемам;

* Поставлять необходимое оборудование, сырье и компоненты по заказам малого предприятия;

* Оказывать помощь в выборе источников финансирования (предоставлять кредиты или выступать поручителем).

Малая фирма, получающая франчайзинг обязуется:

* Внести одноразовую плату при организации предприятия;

* Регулярно выплачивать франчайзеру фиксированные платежи за предоставляемые услуги и от общего объема продаж;

* Выполнять все виды технологических и коммерческих операций в строгом соответствии с инструкциями франчайзера;

* Поддерживать уровень запасов, необходимых для бесперебойного обслуживания потребителей;

* Производить товары, оказывать услуги, качество которых должно соответствовать требованиям компании.

К подписанию договора обе стороны должны отнестись со всей серьезностью, так как они не обязаны отвечать за действия, долги, налоги другой стороны. Поэтому договаривающиеся партнеры тщательно рассматривают и изучают положения договора, консультируются у специалистов до его подписания. Особенно это должен делать предприниматель малой фирмы, ибо при неудачной сделке он будет испытывать больше трудностей, чем крупная компания. Западные специалисты дают следующие **советы тем, кто желает вступать в соглашение с крупной компанией**:

1. Проявите определенную долю скептицизма относительно франчайзинга.

2. Сами выберете консультантов, проведите свои расчеты, чтобы проверить прогнозы фирмы – франчайзера.

3. Попросите юристов тщательно просмотреть контракт.

4. Будьте особенно внимательны, если фирма, которая вас интересует, впервые продает право использовать свое имя.

5. Обратите внимание на договоренность о покупке оборудования и сырья. Вы не должны покупать новое оборудование, если в этом нет необходимости. Вы должны иметь право на заключение договоров с другими поставщиками сырья.

6. По возможности изучите фирму – франчайзер, так как вы заинтересованы в ее успешной деятельности.

7. Проведите собственные рыночные исследования, не доверяйте только данным фирмы: кто покупатели данного товара или услуги?, что они хотят?, какой прогнозируется спрос?, кто основные конкуренты?

8. Убедитесь, что товарная марка зарегистрирована в вашей стране или товар запатентован.

9. Как будет осуществляться реклама? Какие обязательства по рекламе берет на себя фирма?

10. Что случится, если вы столкнетесь с трудностями? Будет ли оказана помощь, кем и какая? Что произойдет, если оборудование выйдет из строя?

Немаловажно задаться и такими вопросами: возможность завещания собственного дела родственникам, целесообразность изменения местоположения предприятия, возможность расширения предпринимательской деятельности. Не лишним будет и знание о затратах получателя франчайзинга. Следует

сказать, что это не очень дешевая процедура. Так, первоначально уплачиваемое одноразовое вознаграждение франчайзеру составляет в США от 25 до 100 тыс. долл., а постоянные отчисления от доходов равны 3-12%. Кроме того, крупная фирма получает доходы от сдачи в аренду недвижимости, оборудования и от других услуг. Все эти затраты франчайзи должен соизмерять с предстоящими собственными прибылями от хозяйственной деятельности. Такое детальное перечисление советов и наставлений совершенно не лишне, так как обе стороны вступают в длительные, всесторонние и сложные взаимоотношения и каждая сторона должна преследовать свои интересы в таком бизнесе как франчайзинг.

В рассматриваемой системе между сторонами важное значение имеет установление деловых взаимоотношений. Они должны строиться на полном равенстве, доверительном отношении, не должно быть никакого диктата, навязчивого контроля и недоверия. Франчайзер через обмен информацией, оказание маркетинговых услуг, повышение квалификации работников должен оказывать поддержку франчайзи, создавать условия для его потенциального роста и инновационного развития. Франчайзи со своей стороны обязан честно и добросовестно выполнять условия договорных отношений, завоевать репутацию надежного партнера.

Основные понятия и термины

Лизинг, лизингодатель, лизингополучатель, финансовый лизинг, прямой и возвратный лизинг, лизинговые компании, механизм лизинга, франчайзинг, торговый франчайзинг, производственный франчайзинг, деловой франчайзинг, договор о франчайзинге, ускоренная амортизация.

Вопросы для самопроверки

1. Понятие лизинга и его преимущества.
2. Для чего необходима ускоренная амортизация?
3. Какие есть разновидности лизинга?
4. Какие структуры занимаются лизинговыми операциями?
5. Виды лизинговых контрактов и механизм лизинга.
6. Практическое использование лизинга в Узбекистане.
7. Каковы три основных вида франчайзинга?

8. В чем заключается сущность системы франчайзинга?

9. Практическое использование франчайзинга в Узбекистане.

10. Каковы преимущества франчайзинга?

11. Какова схема заключения договора о франчайзинге?

12. Какие советы можно дать малой фирме, желающей вступить в систему франчайзинга?

13. Какие выгоды получают франчайзер и франчайзи?

14. Приведите пример деятельности какой-либо франчайзной компании.

Глава 15. БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМЫ

1. Значение и особенности планирования в рыночной экономике.
2. Понятие и сущность бизнес-плана.
3. Методология разработки бизнес-плана.
4. Структура бизнес-плана.
5. Содержание основных разделов бизнес-плана.
6. Корректировка бизнес-плана и контроль его выполнения.

1. Значение и особенности планирования в рыночной экономике

Планирование является важнейшей составной частью деятельности предпринимателя в условиях рыночной экономики. Оно позволяет видеть ближайшие и перспективные ориентиры, оценить свои возможности в достижении успехов, обезопасить себя от случайностей в развивающейся и изменяющейся рыночной системе, предусмотреть казусы конкурентной борьбы, четко определить цели и задачи, а также способы их реализации.

Планирование – это процесс разработки планов, программ и проектов на основе учета принципов и законов рыночной экономики, в которых отражаются и обосновываются виды, формы и практические действия предприятия в сфере хозяйственной деятельности.

Предприятие в процессе планирования решает следующие задачи:

* Создание условий для финансовой устойчивости, прибыльности и рентабельности;

* Увеличение объема продаж и расширение своей доли на рынке;

* Выпуск продукции высокого качества, с низкими издержками для успешной деятельности в конкурентной среде;

* Создание новых рабочих мест и решение других социальных проблем;

* Использование научно-технических достижений и проведение инновационной политики;

* Определение источников и способов обеспечения материально-техническими ресурсами, а также каналов и форм сбыта готовой продукции.

Планирование деятельности предприятия в зависимости от разных факторов и признаков может иметь различные виды. По времени действия планы могут быть краткосрочными, среднесрочными, долгосрочными. По видам составляемых документов планирование может принимать форму плана, проекта, прогноза, заказ-наряда. В зависимости от предмета планирования они делятся на следующие виды: план производства, план продаж, план по труду и заработной плате, план расходов и доходов и т.п.

Разработка планов должна осуществляться по определенной методологии, с использованием совокупности приемов и способов их составления. Это означает, что планы подвергаются научно-техническому обоснованию. Они должны разрабатываться с применением системы норм и нормативов, балансовых расчетов, выбора состава показателей.

Норма означает максимально допустимую величину расхода сырья и материалов, труда, энергетических ресурсов на единицу продукции. **Норматив** – это относительная величина, характеризующая степень использования орудий и предметов труда, их расход на единицу веса, объема и т.д.

Эти нормы и нормативы должны быть рассчитаны и обоснованны с учетом достижения науки, техники и опыта успешных предприятий. При планировании деятельности предприятия используются следующие основные группы норм и нормативов:

* Нормы затрат труда – рабочего времени на единицу продукции, нормы обслуживания зданий, агрегатов, нормативы численности работников;

* Нормы материальных затрат – сырья, материалов на единицу продукции;

* Нормативы использования орудий труда – инструментов, машин, механизмов во времени, на объем работы;

* Нормативы организации производственного процесса – запасов сырья, длительность производственного цикла.

Другой важной составной частью планов является система показателей, которые делятся на:

* количественные – объем выпуска продукции в натуральном выражении (метры, штуки), в денежном выражении (товарная, реализованная продукция), численность рабочих;

* качественные – фондоотдача, рентабельность, качество продукции;

* объемные – абсолютные величины трудовых затрат, материальных ресурсов;

* удельные – затраты металла на единицу продукции, капитальные вложения на единицу мощности;

* трудовые – норма выработки, заработная плата.

Перечисленные нормы, нормативы и показатели служат основой всей системы планирования, на них базируются все разделы плана. С переходом к рыночной экономике коренным образом изменились методика и методология разработки планов, содержание всей системы плановой работы на предприятиях, практический подход к исполнению намеченных плановых показателей.

При командно-плановой системе все предприятия обязаны были составлять планы, содержащие в себе технические, экономические, финансовые и социальные параметры, так называемые **техпромфинсоцпланы**. В них в основном отражались только количественные и качественные показатели, но не обосновывались пути их достижения, так как их решение было прерогативой вышестоящих и функциональных органов. Существовало централизованное снабжение ресурсами, определение цены, распределение произведенной продукции и полученной прибыли. У руководителей не было заботы о том, чтобы достать сырье и материалы, сбыть продукцию, построить новый цех и т.д.

В условиях же рыночной экономики и приобретенной самостоятельности, предприниматели сами должны заботиться в решении поставленных целей и задач. Поэтому от них теперь требуется больше профессионализма и искусства в области составления планов. Разработка планов и их выполнение становится не механическим действием, а в гораздо боль-

шей степени творческим процессом. Этому отвечает **бизнес-план**, который разрабатывает каждый предприниматель по западному образцу самостоятельно без утверждения кем-либо и всецело лично несет ответственность за его выполнение.

2. Понятие и сущность бизнес-плана

Бизнес-планирование является важным инструментом анализа состояния рынка, оценки возможности предпринимателя для участия в бизнесе, обоснования показателей развития фирмы и путей организации предпринимательского дела и успешного его функционирования.

Бизнес-план – это документ, в котором отражаются основные стороны и показатели деятельности предприятия, анализируются возможные проблемы, а также определяются способы и приемы их решения.

Следовательно, в бизнес-плане говорится не только о том, что надо делать, каких результатов достичь, но и о том, как делать, что предпринять для выполнения намеченных целей и задач. Бизнес-план приспособлен к рыночным условиям, где действуют свободные, независимые и ответственные перед собой предпринимательские структуры, каждый из которых пребывает в постоянном поиске эффективных путей хозяйствования.

Бизнес-план разрабатывается не только для вновь создаваемых, но и для действующих предприятий, а также в случаях возникновения новых коммерческих задач, при реконструкции и перевооружении производства, вообще при крупных изменениях в хозяйственной деятельности.

Каждая фирма, начиная свою деятельность, должна иметь четкое представление о потребностях на перспективу в финансовых, материальных и трудовых ресурсах, источниках их получения, а также обосновать эффективность их использования. Это возможно за счет умения определять каким образом будет действовать фирма для достижения целей и задач. Для этого и необходимо планирование бизнеса, означающее разработку проектов на основе учета принципов и законов рыночной экономики, в которых отражаются направления деятельности предприятия и способы их реализации.

Составление проектов и выбор цели требует весьма серьезного и тщательного подхода. В противном случае могут произойти существенные провалы в хозяйственной деятельности.

Следовательно, бизнес-планированию необходим обоснованный творческий подход, с ясно поставленными целями и задачами. Основной целью бизнес-плана является определение деятельности фирмы в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения прибыли.

Решению этой цели подчинены следующие задачи:

* Определение конкретных направлений деятельности фирмы, перспективных рынков сбыта и ниши на этих рынках;

* Оценка затрат, соизмерение их с ценами для определения потенциальной прибыльности намечаемого проекта;

* Анализ финансовых возможностей и источников их получения;

* Уяснение возможных рисков и трудностей, которые могут возникнуть на пути достижения цели.

Добротно составленный бизнес-план помогает руководителю и сотрудникам фирмы правильно ориентироваться в рыночной конкурентной обстановке, определить четкие направления деятельности, добиваться положительных результатов в реализации намеченных целей. Он помогает получению необходимых кредитных ресурсов, привлечь инвесторов и компаньонов для совместной деятельности.

Разрабатывая бизнес-план руководитель фирмы и его сотрудники должны получить ясные ответы на вопросы: как начать свое дело в соответствии с поставленными целями, как эффективно наладить производство и сбыт продукции, какие материальные, финансовые и трудовые ресурсы для этого понадобятся, какие риски ожидают и каким образом уменьшить их, как действовать в конкурентной борьбе, когда и какие доходы будут поступать и т.д.

Для решения различных целей и задач в рыночной экономике составляются различные виды бизнес-планов. Существуют бизнес-планы для частных программ, для отдельных видов продукции, работ или услуг, а также целостные планы по предприятию в целом. Планы могут составляться и для отдельных подразделений предприятия (цех, участок, филиал).

В случаях реструктуризации предприятия, находящегося в предбанкротном состоянии, составляется бизнес-план фи-

нансового оздоровления. В нем обосновываются меры реорганизационного характера в сфере производства и управления, имущественно-правового, технико-технологического характера, по предоставлению предприятию государственной поддержки и другие, которые способствуют улучшению коммерческой деятельности, повышению эффективности и финансового выживания.

3.Метология разработки бизнес-плана

Бизнес-план рекомендуется разрабатывать на 3-5 лет, основные показатели в первый год даются с разбивкой по месяцам, на второй год – по кварталам, а затем по годам.

При разработке бизнес-плана следует придерживаться некоторых правил: краткое изложение только самого главного в каждом разделе, отсутствие ненужных терминологий и технических подробностей, обоснованность целей, задач и действий, доступность пониманию не только для специалистов, но и любому читателю.

В процессе разработки плана необходимо проведение работ примерно в **следующей последовательности,** показанной в схеме 10.

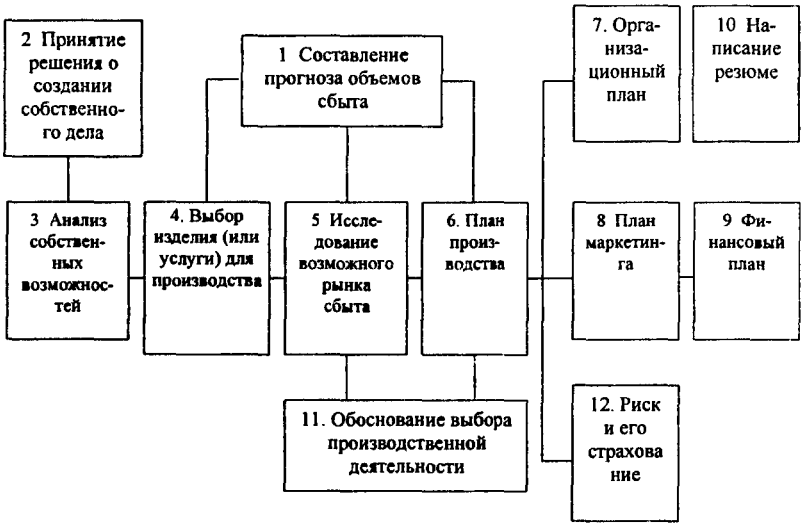


Схема 10. Последовательность разработки бизнес-плана

Составление бизнес-плана представляет собой весьма сложный процесс, требующий высокой квалификации, знаний и навыков в организаторской, научно-исследовательской, проектной, поисковой областях. Поэтому, чтобы бизнес-план стал инструментом управления фирмой, его разработку необходимо поручить консалтинговой организации. Последняя должна учитывать специфику и условия деятельности фирмы, оценивать внутреннюю и внешнюю ситуацию ее функционирования. Это означает, что менеджеры, либо сами предприниматели в процессе разработки бизнес-плана принимали активное участие для того, чтобы идеи и концепции фирмы нашли полное отражение в этом документе.

От этого зависит конкретный подход к методике разработки бизнес-плана, в которой будут учтены рекомендации, подробный перечень вопросов, требования, на которые должны дать ответ составители проекта. Каждое предприятие может иметь собственный подход к методике разработки бизнес-плана, но в каждом случае надо исходить из того, чтобы он был представлен в форме, позволяющем заинтересованным сторонам (банку, инвестору, партнеру и другим) получить четкое представление о существе проекта, его важных особенностях и преимуществах. Каждый из них мог бы видеть возможность и меру своего участия в реализации проекта, застраховать себя при установлении контрактов.

На всех этапах составления бизнес-плана требуется осуществить сбор и обработку информации. Преуспевающие бизнесмены хорошо понимают, что ключ к получению максимальных прибылей находится в принятии правильных деловых решений. А для этого необходима надежная и исчерпывающая информация, которая способствует успешной деятельности в бурном конкурентном рынке. Она помогает нахождению покупателя, подбору надежных партнеров, определению действий конкурентов, подготовке к изменяющейся конъюнктуре в свободной рыночной экономике.

Разработчикам бизнес-плана понадобится **следующая информация:**

а) общая информация: состояние сферы деятельности фирмы, потребность в финансовых ресурсах и источниках их получения, возможности аренды и лизинга, объем потенциального спроса на продукцию и т.д.;

б) производственная информация: технология, оборудование, сырье, материалы, потребность в этих ресурсах, источники их приобретения, поставщики внутренние и зарубежные, трудовые ресурсы и т.д.;

в) финансовая и экономическая информация: прогноз расходов и доходов, наличие денежных средств, размер налогов, цены на продукцию, формы учета и отчетности и др.

К собираемой информации предъявляются следующие требования: оптимальность объема, содержательность, точность, достоверность, новизна. Если информации собрано и обработано слишком много, то она не вся используется для составления бизнес-плана и поэтому значительная часть времени и средств будет потрачена впустую. Недостаточность же объема информации не позволит сделать достоверные прогнозные оценки, обосновать расчеты и, следовательно, придется принимать решения в условиях риска, что может снизить успех в бизнесе. Поэтому информация должна быть оптимального объема.

Имея дело с отбором информации, предпринимателю надо проявить одно из своих важнейших качеств – решительность. Он может собрать всю информацию, пользуясь современными коммуникационными средствами, иметь полный набор статистических данных, но если он не решится действовать, то не сможет достичь желаемых результатов. Действовать надо не слишком поспешно, но нельзя запаздывать. Иначе говоря, надо принимать решение вовремя, с учетом сложившейся ситуации.

Для этого хорошо иметь полную информацию. Но это не всегда возможно, да иногда и нецелесообразно. Допустим, что есть информация на 90%, а чтобы собрать недостающие 10% требуется несколько месяцев, а ситуация за это время может измениться и бизнес в полной мере не состоится. Поэтому предприниматель должен в таких случаях подключить интуицию, рисковать, опереться на внутреннее чутье, свой прежний опыт и принять своевременное решение.

При разработке бизнес-плана используется два вида информации.

1. **Вторичная информация,** собранная ранее для других целей (отчеты, статистические данные, результаты проверок,

материалы выставок, реклама, печатные издания (книги, газеты, журналы)), а также сведения органов инфраструктуры. Такая информация имеет высокую достоверность, на ее сбор не тратится много средств и времени, она легко доступна. Но у нее есть и недостатки: неполнота для обоснования отдельных сторон проекта, общий характер, устаревшие сведения.

2. **Первичная информация** представляет собой целенаправленный поиск данных для разработки конкретного проекта. Для этого изучаются мнения потенциальных клиентов, проводятся наблюдения и исследования по разработанной программе, анализируется рыночная конъюнктура: цены, стоимость сырья, объемы выпуска и продаж и т.д. Такая информация имеет целевой характер, свежесть данных, конкретность, достаточную степень обработанности. Правда, она требует много времени для сбора, больших затрат времени и средств, иногда она оказывается недоступной (секреты фирмы, планы конкурентов).

Таким образом, сбор и обработка информации является одним из начальных и весьма важных этапов разработки бизнес-плана, да и всего процесса создания и текущей деятельности фирмы.

4. Структура бизнес-плана

Структура и объем бизнес-плана значительно различается в зависимости от объекта бизнеса, размеров фирмы, сложности технологических процессов и других факторов.

Так, для строительства небольшого магазина надо обосновать некоторые затраты (оборудование, освещение, газ, вода), определить численность продавцов и их зарплату, рассчитать ассортимент и объем закупок товаров. Для этого потребуется небольшой по объему бизнес-план.

Более солидным будет этот документ при создании станции технического обслуживания автомобилей, так как в ней надо создать несколько участков (кузовной, моторный, электрический и др.), потребуется более дорогое и разнообразное оборудование и инструмент, надо сделать запас разнообразных и дорогих запчастей, необходима рабочая сила разных профессий.

А вот для создания обувной фабрики понадобится разработка более сложного и объемного бизнес-плана. Здесь предусматривается несколько цехов: заготовительный, клеевой, раскройный, пошивочный, упаковочный и др. Надо набрать солидный штат производственных работников различной квалификации, создать аппарат управления, определить источники поступления сырья, материалов, фурнитуры и т. д.

Следовательно затраты по составлению бизнес-плана, продолжительность его разработки во времени, наличие состава разработчиков будут весьма различаться. План может состоять либо из 4-6, либо из 8-10, а в некоторых случаях из 15 разделов. Во многом будет различаться содержание этих разделов, а также расчетных материалов и видов информации. Ниже приводится примерный бизнес-план, состоящий из 8 разделов:

1. Вводная часть: основные положения проекта (резюме).
2. Анализ положения дел в отрасли:
а) текущая ситуация и тенденции ее развития;
б) потенциальные конкуренты;
в) потенциальные потребители.
3. Описание предлагаемого проекта, его цели:
а) продукты, потребность рынка;
б) потребители продукции;
в) помещение под офис, оборудование для него;
г) местонахождение фирмы;
д) сведения о самом предпринимателе и его партнерах.
4. Производственный план:
а) описание производственного процесса, какие операции предполагается поручить субподрядчику;
б) станки, оборудование;
в) поставщики сырья.
5. План маркетинга:
а) цены;
б) каналы сбыта;
в) реклама;
г) прогноз новой продукции;
д) целевые показатели.
6. Управление бизнесом и персоналом:
а) форма собственности;

б) сведения о партнерах или об основных инвесторах;
в) мера ответственности партнеров;
г) сведения о членах руководящего состава;
д) организационная структура, распределение обязанностей.
7. Оценка риска:
а) в чем заключаются слабые стороны предприятия;
б) вероятность появления новых технологий;
в) альтернативные стратегии.
8. Финансовый план:
а) план расходов и доходов;
б) план денежных поступлений и платежей;
в) балансовый план;
г) точка самоокупаемости;
д) источники и использование средств.

Для примера можно привести структуру более солидного бизнес-плана:

1. Титульный лист. 2. Введение. 3. Постановка задачи. 4. Характеристика бизнеса. 5. Оценка рынка сбыта. 6. Оценка конкурентов. 7. Повышение качества продукции и обеспечение конкурентоспособности. 8. План производства. 9. Организационный план. 10. Юридический план. 11. Финансовый план. 12. Инвестиционный климат и перечень рисков. 13. Оценка рисков и страхование. 14. Стратегия финансирования. 15. Выигрыш инвестора. 16. Литература и информация. 17. Резюме. 18. Авторские данные. 19. Степень секретности бизнес-плана.

5. Содержание основных разделов бизнес-плана

5.1. Вводная часть, основные положения проекта (резюме)

На 2-3 страницах излагаются основные показатели и результаты проекта: объем производства, выручка от реализации продукции, затраты и валовая прибыль, срок окупаемости затрат. Но главное содержание резюме заключается в том, чтобы показать все огромные преимущества проектируемого бизнеса: качество продукции, ее отличие от конкурентов, ее привлекательность для потребителей, для чего создается данный бизнес, какие благородные задачи он будет решать для общества, какую нишу он будет занимать на рынке, какую часть покупателей он будет обслуживать, какие социальные

задачи будут решаться путем реализации проекта, как решаются престиж, известность, репутация фирмы, какие он устанавливает связи с отечественными и зарубежными партнерами, как будет преодолеваться дефицит на рынке, экологические характеристики, духовные ценности и т. д.

Естественно, все это должно быть не надумано, а реально осуществимое, без прикрас и обмана. Резюме должно быть написано грамотно, простым языком, без увлечения специальными терминами. Такой стиль изложения может быть принят положительно в банке, инвесторами, партнерами.

5.2.Анализ положения дел в отрасли

В этом разделе надо оценить состояние той отрасли, в которой организуется данный бизнес. Поэтому следует подробно ответить на следующий круг вопросов:

- *Описание отрасли.* Какова была динамика продаж по отрасли за последние годы, какие ожидаются темпы прироста по отрасли, какие новые виды продукции появились в отрасли, каковы тенденции в моде, потребностях потребителей. Коротко надо описать емкость рынка, возможности его роста. Надо выявить состояние конкуренции в отрасли, каковы сильные и слабые стороны имеются у конкурентов, какие меры принять, чтобы их обойти.

Анализ состояния и перспектив развития отрасли предполагает также изучение следующего круга вопросов:

* Определение общего экономического состояния отрасли и того конкретного ее сектора, где будет работать создаваемое (или действующее) предприятие;

* Территориальное положение отраслевого рынка, есть ли возможность работать на внутреннем или международном рынках;

* Описание сегмента рынка, на котором будет функционировать фирма;

* Определение сложившегося в отрасли ценообразования на конкретную продукцию, которую будет выпускать фирма;

* Характеристика потенциальных потребителей и предполагаемых объемов спроса на продукцию.

- *Создаваемая фирма.* Следует охарактеризовать концепцию создаваемой фирмы, то есть дать общее представление о намечаемом бизнесе и тех целях, которые ставит перед собой

предприниматель в разрабатываемом проекте. Необходимо охарактеризовать прошлую деятельность, как она создавалась, развивалась и каких успехов достигла.

- *Стратегия выхода на рынок и роста объемов производства и объемов продаж.* Выделяются ключевые факторы успеха, сроки решения промежуточных задач, контуры перспективного развития фирмы, какие возможности есть для реализации намеченных планов.

- *Потребители продукции.* На какую группу потребителей рассчитывается объем и ассортимент продукции, надежность сбыта, доходы потребителей и их рост. Чем будут отличаться потребители от других фирм-конкурентов, какими стимулами они будут привлекаться к продукции фирмы.

5.3. Описание предлагаемого проекта и его цели

Этот раздел характеризует то, чем предполагает заняться предприниматель и что для этого необходимо.

- *Что будет производиться.* Какая намечается к выпуску продукция, организация работ или оказание услуг. Приводится перечень всех продуктов и услуг, где и как они будут применяться, подчеркиваются отличительные особенности продукта и услуг, что делает их ценными для потребителей, чем они отличаются от того, что уже представлено на рынке, каковы будут ценности и преимущества их использования клиентами. Не следует слишком захваливать продукт, возможно надо показать и недостатки, ссылаясь при этом на приемлемость цен для пользователей. Надо подкрепить все это патентами, лицензиями, отзывами экспертов, фотографиями, возможно, и опытными образцами.

- *Расположение предприятия.* Необходимо определить на какой территории, в каком районе будут располагаться производственные подразделения, какие имеются подъездные пути, есть ли удобства для покупателей, возможности для расширения производства в соответствии с генеральным планом застройки. Сведения о местоположении офиса фирмы. Осуществляется ли постройка всего комплекса за счет средств самого предпринимателя или арендуется, требуется ли ремонт и во что это обойдется. Будет ли обеспеченность трудовыми ресурсами, энергией и топливом, коммуникациями.

- *Сведения о самом предпринимателе и партнерах.* Есть ли у них опыт в области бизнеса и менеджмента, образование, специальность, какова их вера в успех дела и т.д.

5.4. Производственный план

Основное содержание раздела заключается в следующем:

- *Производственный процесс.* Приводится перечень технологических процессов и всех операций, а также указывается какую часть из них будут выполнять субподрядчики. Производственные мощности, перечень производственных и вспомогательных подразделений. Потребность в оборудовании, станках и механизмах (покупка в собственность или аренда), потребность в транспортных средствах.

- *Потребность в материальных ресурсах.* Объем потребных сырья и материалов, общие затраты на них. Размещение поставщиков, договорные отношения с ними, транспортные расходы, условия поставки, закупочная политика, страховые запасы.

- *Объем производства и затраты.* Текущие и перспективные объемы выпуска продукции, издержки производства, общая стоимость товарной продукции, себестоимость отдельных видов изделий и смета затрат.

5.5. План маркетинга

Это важнейший раздел бизнес-плана и его необходимо составлять особенно тщательно, так как от него зависит успех предприятия, его прибыльность. В нем описывается каким образом предполагается продавать продукцию, какие формы и каналы сбыта выбрать, какую определить цену, как проводить рекламную политику, как спроектировать прогноз продаж товара, каким видится прогноз спроса на товар у разных групп потребителей. Для реализации этих задач необходимо проводить исследование рынков: местного, регионального, национального и международного, изучить состояние конкурентной среды, предусмотреть послепродажное обслуживание и гарантийные сроки продукции, взаимоотношения с таможенными, страховыми организациями.

План маркетинга описывает как будет достигнут уровень продаж, анализирует общую рыночную стратегию исходя из

особенностей продукта и каналов реализации в определенной нише рынка. С целью стимулирования продаж необходимо определить уровень сервиса, качество продукции, своевременность поставок, гарантийные условия.

В нем надо правильно определить ценовую политику фирмы: обоснованность установления цен, взаимосвязь цены, доли рынка и прибыли, сравнение цены с ценами аналогичной продукции конкурентов, каковы будут скидки с цен с целью увеличения продаж.

Учитывая рыночную конъюнктуру, предприниматель может применить тот ли иной метод установления цены:

* *Метод установления цены товара на основе издержек производства,* когда к сумме расходов добавляется определенная прибыль.

* *Определение цен с ориентацией на спрос.* Принимается во внимание, что покупатель имеет большой выбор товаров по разным ценам. Тогда издержки на производство учитываются только как ограничительный фактор. Предприятие делает ставку на упаковку или дизайн, влияя этим на покупательское восприятие.

* *Установление цен на основе уровня текущих цен.* Метод применим при продаже на рынке одинаковых товаров. Производители исходят из условий конкуренции, устанавливая цену немного выше или ниже уровня цен конкурентов.

* *Метод диверсификации цен – установление их для различных покупателей.* Применяются несколько способов. Диверсификация цен по доходам покупателей. Например, юристы, врачи, репетиторы знают возможности своих клиентов и могут повысить цену для состоятельных или снизить для имеющих низкие доходы. Диверсификация цен в зависимости от объема покупок. В ряде случаев крупные покупки (оптом) бывают ниже по цене, чем покупки в розницу. Продавец может снизить цену своему постоянному покупателю. Диверсификация цен по категории товаров. Цена билета на самолет может быть разной от престижности салонов. Цена книги тоже может колебаться от мягкости или твердости переплета.

Составной частью плана является тактика реализации продукции: методы реализации (собственная торговля, сдача в

торговую сеть, торговые представители, посредники), выбор уровней каналов сбыта, которые показаны на схеме 11.

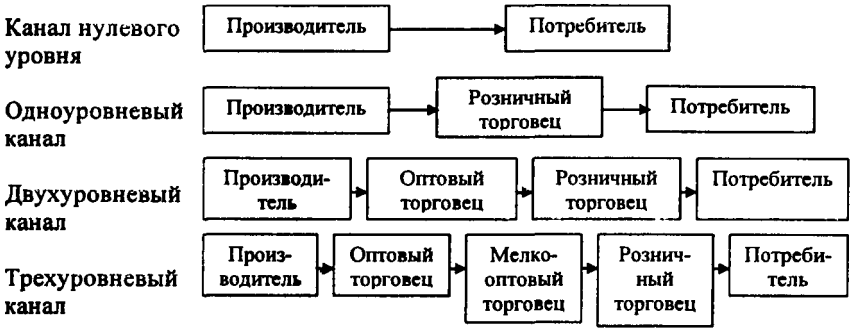


Схема 11. Каналы сбыта продукции

Один из разделов маркетинга - реклама: каковы способы ведения рекламы, затраты на нее, участие на выставках, торговых ярмарках, аукционах, формы размещения рекламы - газеты, журналы, радио, телевидение, буклеты, листовки, рекламные плакаты и щиты и т.д.

Нормальное развитие рыночных отношений и жесткая конкуренция невозможны без рекламы как важнейшего способа продвижения товаров, работ и услуг.

Однако рекламное дело в Узбекистане еще не совсем развито. В США на каждого жителя приходится поток информации из 2000 рекламных объявлений в день. Во Франции 83% жителей приобретают товар лишь после рекламы. В Узбекистане в 2003 г. разными органами было предусмотрено выделить на рекламу 1300 млн. сум, а фактически использовано только 700 млн. сум, из них на телевидении – 230 млн., на радио – 38 млн., в печатных изданиях – 100 млн., на внешнюю рекламу – 330 млн. сум. Оставляет желать лучшего и качество рекламы. Из общего объема рекламного рынка лишь 5-6 % составляют товары отечественного производства.

5.6. Управление бизнесом и персоналом

Раздел состоит из следующих частей:

- *Форма собственности* определяется и обосновывается выбор вида собственности с учетом преимуществ и недостат-

ков каждой из них, что зависит от наличия финансовых ресурсов, рыночных особенностей региона, сферы деятельности и других факторов.

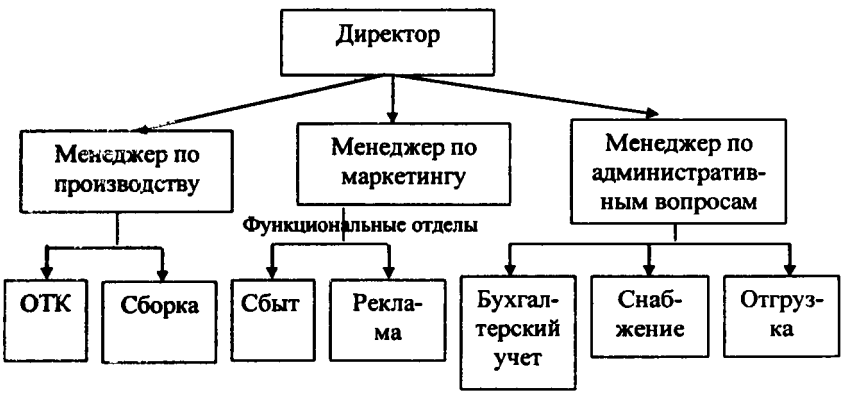
- *Выбор организационных форм предпринимательства* довольно широк; индивидуальная деятельность, частное предприятие, товарищество, производственный кооператив, акционерное общество и т.д. Здесь также надо провести анализ плюсов и минусов каждого из форм и определить какая из них окажется наиболее приемлемой с учетом вышеназванных факторов.

- *Организационная структура предприятия.* В условиях рыночной экономики система управления должна быть простой, гибкой и необременительной для бизнеса. Она должна обеспечить эффективность деятельности фирмы и ее конкурентоспособность на рынке. Особенно это касается малых и средних предприятий. При создании организационной структуры управления каждое предприятие выбирает такую ее форму, которая соответствовала бы условиям деятельности: масштабу производства, видам бизнеса (производственный, коммерческий, финансовый), квалификации персонала, уровню механизации и автоматизации управленческих процессов, сфере деятельности (местный, национальный, внешний), типу и характеру производства, составу и объему функций управления и других факторов.

Так, например, если у предприятия главной заботой является увеличение выпуска продукции при устойчивом спросе на нее, то в его структуре должно быть наличие мощных служб, занятых организацией производства и технического развития. При затруднении с обеспечением ресурсами нужны службы материально-технического обеспечения. В случае недостатков с реализацией продукции надо создавать отделы маркетинга со специалистами по сбыту, рекламе, маркетингу. На небольших предприятиях нет необходимости создавать специальные функциональные отделы и службы, достаточно иметь несколько специалистов и то не штатных, а приглашаемых по мере необходимости для выполнения определенных работ (первая стадия структуры) для средних и крупных предприятий необходима более разветвленная структура управления, состоящая из заместителей, менеджеров, отделов (вторая стадия структуры схема 12).



Первая стадия структуры управления



Вторая стадия структуры управления

Схема 12. Структура управления предприятием

- *Состав управленческого персонала.* Прежде всего надо точно определить численность и должности руководящего состава (членов наблюдательного совета, генеральной дирекции, руководителей функциональных служб), распределить между ними ответственность, права и функции. Составить перечень этих должностей и лиц их занимающих, а также сведения об их биографических и деловых качеств. Определить размер заработной платы, премий и других выплат, количество и сумму акций принадлежащих им.

- *Производственный персонал.* Расчет численности рабочих, служащих, инженеров и техников по профессиям,

специальностям и квалификациям в разрезе отдельных подразделений. Формы и системы оплаты труда, размеры заработной платы, премий, надбавок. Создание необходимых условий труда и социальных нужд. Система повышения квалификации.

5.7. Оценка риска

Без риска невозможно предпринимательство. Любое предприятие сталкивается с определенными трудностями и надо их предвидеть, выработать стратегию их преодоления. Разрабатывая бизнес-план, необходимо отдавать себе отчет, что как бы хорошо не был рассчитан проект и спрогнозирована рыночная ситуация, все предусмотреть и предугадать невозможно. Поэтому будут возможные просчеты и ошибки. Ведь все рыночные оценки носят вероятностный и многовариантный характер. Но надо стремиться, чтобы ошибок было меньше.

При разработке стратегии и тактики задача состоит в том, чтобы всегда иметь в запасе дополнительные возможности, предельно смягчить последствия крутых рыночных поворотов. Надо уметь найти и задействовать «амортизаторы», которые позволили бы ослабить возможный удар. Предпринимателю нельзя уподобляться карточному игроку, действующему по принципу «пан или пропал». Ввиду важности данная проблема излагается в самостоятельной главе.

5.8. Финансовый план

Он должен дать предпринимателю картину финансового состояния: откуда и когда фирма должна получить деньги, на что они будут потрачены, каково будет соотношение потребности в деньгах с денежной наличностью, сможет ли предприниматель выполнить взятые на себя обязательства, вернуть в срок долги, будет ли прибыль на капитал.

Финансовый план составляется на год с разбивкой по месяцам, а также на 3 года (первый год по месяцам, а второй и третий - по годам). Он состоит из следующих основных частей:

1. **Сводный прогноз доходов и расходов на первые три года.** Он включает объем продаж, себестоимость продукции, валовую прибыль, различные эксплутационные расходы, расчетную прибыль, сумму налогов и чистую прибыль.

2. **Прогноз денежной наличности.** Он показывает, какие денежные средства для расчетов, зарплаты, платежей за обо-

рудование, сырье и материалы, прирост денежной наличности, остаток на начало и конец года (месяца).

Деньги в кассе или на банковском счете предприятия - это не то же самое, что прибыль. Прибыль - это разность между стоимостью продаж (доходом) и расходами, а денежная наличность - это разность между реальными денежными поступлениями и выплатами. Денежная наличность изменяется, когда предприятие получает платеж или само производит выплату. Но это происходит не всегда регулярно. Происходят задержки как поступлений денег от других, так и платежей от самого предприятия. Поэтому если предприниматель судит о мере своего успеха по уровню прибыли, он рискует очень сильно ошибиться особенно если при этом прирост наличности отрицателен. Сплошь и рядом вполне рентабельные фирмы терпят трудности только из-за того, что в нужный момент у них не хватило денег.

3. **Балансовый план**, т.е. прогноз активов и пассивов на конец года. Он представляет собой счет активов и пассивов, разность которых (сальдо) показывает стоимость капитала самого предприятия. Активы - это все что образует имущество предприятия (денежная наличность, запасы готовой продукции, сырья и материалов, стоимость оборудования и др.). Пассивы — это денежные обязательства предприятия перед кредиторами (счета к оплате, обязательства по займам, долгосрочные обязательства).

При составлении финансового плана необходимо определить точку самоокупаемости (безубыточности). Для этого составляется график, показывающий влияние на прибыль объемов производства, продажной цены и себестоимости продукции. Точка самоокупаемости - это такое состояние, когда разность между всеми расходами и доходами оказывается равной нулю, т.е. предприятие не получает прибыль, но и не несет убытков. Дальнейшее увеличение производства уже дает прибыль.

Расчет точки безубыточности очень прост. Для начала следует определить все постоянные расходы, которые не зависят от количества выпущенной продукции. Это расходы на аренду помещений, телефон, содержание управленческого персонала и другие. Величина этих расходов остается за опреде-

ленный период на одном и том же уровне или изменяется незначительно.

Затем определяются переменные расходы на единицу продукции - это затраты на сырье, материалы, заработную плату рабочих и другие. Величина их изменяется с увеличением или уменьшением выпуска продукции.

Из цены за единицу продукции вычитаем переменные расходы и получаем сумму, которая идет на покрытие постоянных расходов. Далее разделив сумму постоянных расходов на полученную выше разницу, получим количество единиц продукции, после которой производство начнет получать прибыль.

Например, условно - постоянные расходы (У) за месяц составили 4000 сумов, переменные расходы (П) на единицу продукции - 60 сумов, цена за единицу (Ц) - 100 сумов. Тогда, применив формулу

$$К=У/Ц-П,$$

получим:

$$К=4000/100-60=1000 \text{ штук}.$$

Значит, начиная с 1001 единицы изделия фирма начнет получать прибыль.

6. Корректировка бизнес-плана и контроль его выполнения

Рыночная экономика представляет собой постоянно изменяющуюся динамичную систему. Изменяются технология и техника, появляются новые виды сырья и материалов, меняются цены на продукцию и налоговые ставки, одни предприятия создаются, другие становятся банкротами и т.д. Следовательно, даже самый лучший бизнес-план может устареть в связи с переменой условий рынка. Поэтому возникает необходимость в периодическом пересмотре бизнес-плана, его корректировке. Предприниматель должен следить за изменениями на рынке и в экономике в целом, своевременно улавливать новые тенденции в рыночной конъюнктуре и вносить соответствующие корректировки в бизнес-план. Это позволит успешно следовать тем целям и задачам, которые были положены в свое время в проект. В более сложных изменчивых условиях могут поменяться и сами цели и задачи, что повлечет необходимость пересмотра всей системы хозяйствования.

Внесение корректировок в план может возникнуть и в процессе контроля за его выполнением. Разработанный и утвержденный бизнес-план не формальный, а конкретно действующий документ, который необходимо постоянно проверять и контролировать ход его выполнения для того, чтобы он получил успешную реализацию.

Прежде всего, необходимо установить периодичность контроля для разных разделов и показателей плана. Один раз в месяц должны проверяться: соотношение доходов и расходов, состояние денежной наличности, уровень запасов на складах, качество продукции, задания по выпуску продукции и другие показатели. Другие разделы плана контролируются раз в квартал, а иногда и по мере необходимости, при изменении ситуации на рынке.

Контроль должен быть простым, но система контроля должна обеспечить информацией всех заинтересованных лиц, чтобы они могли вовремя принять меры по корректировке возникающих отклонений. Что же дает контроль?

Контролируя запасы, можно увидеть в каком темпе снижается их уровень. Ведь чем быстрее удается окупить деньги, овеществленные в сырье и готовой продукции на складе, тем быстрее их можно вложить в дело, выпустить еще больше товаров и удовлетворить потребителей. Контроль за производством позволяет сравнить уровень себестоимости по плану и фактически, определить загрузку оборудования, узнать величину простоев, отработанных часов и т.д.

Контроль качества позволяет увидеть недоработки, определить причину, принять меры для удовлетворения запросов потребителей. Контроль продаж и поступления платежей позволяет избежать просроченных счетов и безнадежных долгов. Контроль расходов показывает, на что ушли лишние деньги, где можно сэкономить.

Результативность контроля может быть достигнута при распределении ответственности исполнителей за каждым разделом бизнес-плана, систематическом проведении отчетности исполнителей, установлении эффективной системы контроля.

Основные понятия и термины

Бизнес-план, информация для бизнес-плана, вторичная информация, первичная информация, резюме бизнес-пла-

на, производственный план, оценка риска, план маркетинга, каналы сбыта, точка безубыточности.

Вопросы для самопроверки

1. Понятие бизнес-плана и его отличие от техпрофинплана.
2. Каково значение бизнес-плана для предпринимательской деятельности?
3. Цели и задачи, ставящиеся в бизнес-плане.
4. Методика разработки бизнес-плана.
5. Какая информация и для чего нужна при составлении бизнес-плана?
6. Что такое резюме бизнес-плана?
7. Какие разделы содержатся в бизнес-плане?
8. Что означает риск и как его снизить в бизнесе?
9. Как определяется точка безубыточности?
10. Для чего нужны корректировка и контроль выполнения бизнес-плана?

Глава 16. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ РИСК

1. Понятие риска, его типы и факторы возникновения.
2. Механизмы предупреждения и устранения риска.

1. Понятие риска, его типы и факторы возникновения

Современное развитие рыночной экономики характеризуется высокой степенью неопределенности. Поэтому субъектам предпринимательской деятельности приходится вести хозяйство в условиях, которые сложно предсказать. Из-за этого предприниматель вынужден разрабатывать различные варианты и принимать окончательное решение, которое по его мнению более подходит для достижения намеченных целей в условиях конкурентной борьбы. Иначе говоря, он действует в постоянно изменяющейся рыночной среде, рискуя выиграть или прогадать, получить прибыль или потерять часть или весь вложенный капитал. Отсюда и появился термин «предпринимательскоий риск».

Предпринимательский риск — это опасность, угрожающая достижению успешных хозяйственных результатов. Такая опасность существует на протяжении всех процессов предпринимательской деятельности, начиная от разработки идей по созданию фирмы и кончая выходом на рынок с готовой продукцией, а также во все последующие периоды ведения хозяйства.

Для риска характерна ситуация, отличающаяся большей или меньшей неопределенностью результата, когда он не может быть получен обычными, нерискованными способами. Предприниматель, решая задачу, не в состоянии однозначно предвидеть, добьется он успеха или нет, выиграет или прогадает. Решения, способные обеспечить высокие результаты, являются, как правило, и самыми рискованными, и поэтому с большим риском связана большая надежда на успех.

Значит, риск является объективно необходимым процессом в деятельности предпринимателя. Он должен быть всегда

готов идти на риск, в противном случае, проявляя излишнюю осторожность, он может затормозить развитие фирмы или довести ее до застойного состояния. Если он не совершает ошибок, решаясь на рискованные операции, то его можно характеризовать как человека не склонного к творческому поиску нестандартных путей и средств для реализации хозяйственных задач.

Рыночные отношения складываются в таких условиях, когда предприниматель не всегда имеет возможность получить достаточную и достоверную информацию о конъюнктуре рынка, материальном положении потребителей того или иного региона, о предстоящих действиях конкурентов. Тем более ему трудно угадать, какие правовые положения появятся о регулировании бизнеса, как изменится ифляционная ситуация, куда повернутся мода и предпочтения покупателей, что произойдет в ближайшее время на рынке ценных бумаг и с процентами банковского кредита и т. п.

Если даже всецело полагаться на утверждение, что рынок это саморегулируемая система, что рыночный механизм все уладит и поставит на место, то ведь остаются другие факторы риска, как, например, природные катаклизмы, рэкет, непродуманные действия местных органов власти и другие.

В том то и дело, что сам рыночный механизм не такой уж точный и справедливый для всех регулятор. Рыночные отношения вносят в хозяйственную жизнь постоянные изменения и неопределенность, в связи с этим для предпринимателей возникает опасность неудач и непредвиденных потерь. Рынок представляет собой экономическую среду, где все свободны, где происходит относительно свободное взаимодействие покупателей и производителей, рыночные субъекты самостоятельно принимают решения о купле-продаже, ценах, видах сделок. В результате одни могут выгадывать, а другие прогадывать.

В таких условиях, если даже принять во внимание утверждение А.Смита, что «невидимая рука» все отрегулирует, рыночные отношения содержат целый комплекс факторов, приводящих к экономическому риску. В табл. 16 дана примерная классификация типов риска и факторов, которые воздействуют на их появление.

Таблица 16

Типы и факторы предпринимательского риска

№	Признаки риска	Типы риска	Факторы риска
1.	По источнику возникновения	Связанный с явлениями природы	Землетрясение, наводнение, ураган, пожар, извержение вулкана, климатические изменения
		Политико-экономический	Изменения налоговой системы, валютного курса, законодательства, внешней и внутренней политики, денежного обращения, инфляция
		Субъективный	Недостаток знаний и опыта, низкие личностные качества, необоснованный выбор формы и методов хозяйствования, недостатки менеджмента, отсутствие страхования
2.	По сфере возникновения	Внутренний	Низкий уровень техники и технологии, подбора команды и компаньонов, организации и оплаты труда
		Внешний	Ошибки в подборе поставщиков и покупателей, отсутствие кредитов, конъюнктура рынка (цены, спрос, конкуренция)
3.	По сфере хозяйственной деятельности	Производственный	Связанный с производственным процессом выпуска товаров и организацией производственной деятельности
		Коммерческий	Связанный с процессом реализации товаров и услуг, маркетингом, рекламой
4.	По длительности воздействия	Кратковременный	Возникающий однократно при перевозке грузов, неплатежах потребителей и др.
		Постоянный	Возникающий из-за региональных особенностей, частых изменений в правовой системе и т.д.
5.	По масштабности	Допустимый	Возникновение угрозы потери части прибыли или выручки
		Катастрофический	Возникновение банкротства и потеря всех вложенных средств

Предпринимательский риск имеет объективную основу из-за неопределенности воздействия внешней среды по отношению к субъектам рыночной экономики. Влияние внешней среды включает экономические, социальные, политические и другие условия, к изменениям которых должен приспосабливаться предприниматель при осуществлении своей деятельности. Причин, приводящих к появлению предпринимательского риска, очень много. Главные из них следующие: эконо-

мическая неустойчивость (кризисы), высокие темпы инфляции, политическая нестабильность в обществе, нечеткость и постоянная изменяемость нормативных актов, регулирующих предпринимательство, недобросовестность деловых партнеров, криминализация общества, слабая защищенность предпринимателей в правовом отношении, неправомерные действия государственных органов и чиновников, высокое налоговое бремя и непредусмотренные законом сборы и платежи, международная обстановка и т.д.

В предпринимательском риске немалое место занимает субъективный фактор, зависящий всецело от самого предпринимателя из-за его некомпетентности, отсутствия знаний и опыта в деловых отношениях, низкий уровень личностных качеств.

Означает ли все сказанное, что в условиях многообразия видов и факторов риска, предприниматель должен проявлять излишнюю осторожность и нерешительность, стараться оберегать достигнутый уровень своего бизнеса, не стремиться расширить его. Необходимо иметь ввиду: риск как категория в применении к предпринимательской деятельности имеет не только отрицательное значение, но содержит и положительный фактор. На этот счет есть ряд высказываний: «риск — благородное дело», «кто не рискует, тот не пьет шампанское», «кто не рискует, тот не выигрывает».

Для достижения крупных результатов, предприниматель должен принимать решение в условиях риска. Но такое решение должно быть осознанным, тщательно обоснованным с учетом сложившейся ситуации, доказано экономическими расчетами и уверенно направлено на положительный результат. Для этого предприниматель должен обладать специфическими свойствами и смело использовать инструменты и регуляторы риска, что показано на схеме 13.

Предпринимателю необходимо постоянно учиться искусству рисковать, для чего следует использовать информацию с целью уменьшения меры неопределенности ситуации и маневрирования ресурсами, корректировать действия в сложившихся неблагоприятных обстоятельствах. Умение трезво оценивать обстановку и принимать соответствующую ей решение составляет объективно неизбежный элемент любого предпринимательского процесса.

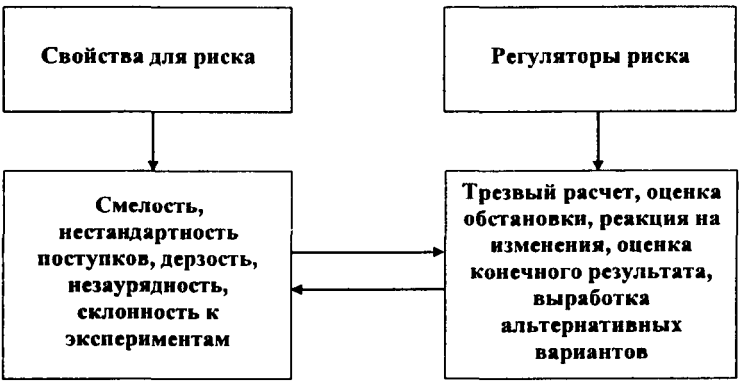


Схема 13. Действия предпринимателя в условиях риска

Риск представляет собой смелые действия, основанные на расчете соотношения возможных потерь и достижения положительных результатов. Такой расчет позволяет составить представление о мере допустимого риска и получить ответ на вопрос о том, насколько он оправдан. Рисковать целесообразно, если нет другого эффективного способа достижения цели, но и в этом случае принимающий решение обязан обосновать правильность своих действий. Не обоснованный расчетами риск может привести к значительным потерям. Чтобы не допустить или же преуменьшить их, предприниматель взвешивает различные варианты и выбирает такой из них, который обещает меньший риск.

2. Механизмы предупреждения и устранения риска

В зависимости от характера и масштаба предполагаемого риска предприниматель может либо предупредить, либо полностью устранить его и этим самым обезопасить свой бизнес от предстоящей опасности. Если же рисковые ситуации уже произошли, то он может принять меры по их смягчению, то есть сокращению потерь от возникших случаев. Такие действия называются системой управления риском, то есть особым видом деятельности, направленности на снижение воздействия риска, на результаты деятельности предприятия.

Управление рисками в последние годы в развитых странах выделяется в самостоятельный вид профессиональной дея-

тельности, в котором задействованы институты специалистов, страховые компании, специалисты по финансам, менеджеры по риску. Новая концепция управления современными предприятиями, банками и другими коммерческими структурами сводится к созданию и внедрению в практическую деятельность комплексной методологии принятия решений по уменьшению разнообразных видов риска. Во многих странах осуществляется подготовка специалистов в области анализа риска и управления риском и безопасностью. Такие специалисты должны уметь анализировать и исследовать, оценивать и прогнозировать развитие опасных ситуаций и на этой основе вырабатывать рекомендации по эффективным мерам управления риском, принимать правильные решения на основе таких исследований. В результате такой подготовки в процессе обучения, расширения системы консультационных услуг, использования формы рискового финансирования можно ослабить или избежать влияния риска на финансовые результаты предприятия.

Управление риском предполагает ряд действий предпринимателя по уменьшению опасности от ошибочно принятых решений, которые вызвали негативные последствия: выяснение риска и причин его возникновения, оценка причиненного риском ущерба, выбор способов управления риском, практические меры по применению выбранного способа, оценка полученных результатов от проведенных мероприятий.

Естественно, нельзя предложить какие-либо стандартные методы и приемы по предотвращению или снижению последствий риска. Каждое предприятие сталкивается со своими собственными проблемами, риск может возникнуть внезапно и там, где его нельзя было ожидать. Масштабы риска и его последствия также неодинаковы для разных фирм, даже если он возник в результате одного и того же фактора. Это относится и к тем случаям, когда риск еще не проявил себя, а также к возможным его появлениям в ближайшей и дальней перспективе. Например, если начался спад спроса на продукцию, один предприниматель может снизить цену, другой — может перебросить товар в другой регион, третий — может быстро перепрофилировать производство на выпуск более качественного или совершенно другого товара. Каждый из них

будет действовать исходя из ресурсов, возможностей и своих личностных характеристик.

Однако можно дать общие рекомендации, наиболее подходящие для всех приемлемые механизмы нейтрализации предпринимательских рисков.

1. **Предпринимательская фирма может отказаться от какой-либо деловой операции, вида деятельности, связанных с риском.** Иначе говоря, уклониться от риска, отказаться от казалось бы заманчивых идей. Отказ может обезопасить действия фирмы в данном направлении, но каждый раз надо взвешенно определить стоит или не стоит заниматься данным бизнесом, иначе могут возникнуть отрицательные последствия.

Например, одной фирме посторонние специалисты предложили создать цех по производству полиэтиленовой пленки, которая используется для теплиц и многих других целей. Руководство фирмы посчитало, что это дело может оказаться выгодным: нет проблем с сырьем, простейшая технология, не потребуются квалифицированные кадры, есть спрос на продукцию. Но пока создавали производство, отлаживали технологию, рынок из-за высокой конкуренции был наводнен данной продукцией. Пришлось реализовать продукцию по низким ценам, что принесло значительные убытки. Только благодаря многопрофильной деятельности, фирма покрыла убытки за счет доходности других производств.

Этот пример показывает насколько важно уже на предварительной стадии отказаться от проекта, разработав контуры бизнес-плана, изучив потребности рынка, конкурентную среду в этой сфере бизнеса. Возможно, фирма сознательно приняла рискованный проект, надеясь получить легким путем большую прибыль и, зная, что у нее на всякий случай есть источники необходимых ресурсов для покрытия возможных потерь. Но нельзя из-за призрачных успехов рисковать даже небольшой долей с трудом заработанных в прошлом капиталов.

Описанный случай показывает, что фирма может всецело рискованную операцию принять на себя, если риск содержит в себе потенциал предстоящей прибыли. Но это возможно только в случае, если у фирмы есть ресурсы, которые при неудаче покроют возможные потери.

2. В случае недостатка собственных ресурсов с целью нейтрализации рисков, фирма может использовать другой метод – **передача риска другим предпринимателям:** факторинговой фирме, поставщикам сырья и материалов, биржам, банкам путем заключения с ними контрактов. Такая практика применяется путем передачи части предпринимательского риска фирмы, по которой партнеры имеют больше возможностей для покрытия издержек риска, то есть располагают необходимыми ресурсами. Так, например, поставщикам передается риск, связанный с порчей или потерей сырья в процессе его транспортировки или задержкой в поставках.

В Гражданском Кодексе РУз. определен порядок передачи риска путем заключения договора поручительства, по которому поручитель обязывается перед кредитором другого лица отвечать за исполнение последним его обязательств полностью или частично. Договор поручительства может быть заключен также для обеспечения обязательства, которое возникает в будущем.

3. Одним из существенных мер по нейтрализации риска является **страхование.** В законодательстве республики предусмотрено страхование предпринимательского риска, а именно, риск неполучения ожидаемых доходов от предпринимательской деятельности из-за нарушения своих обязательств контрагентами предпринимателя или изменения условий этой деятельности по независящим от предпринимателя обстоятельствам. Страхованию подлежат такие события, как остановка производства или сокращение объема производства в результате оговоренных в договоре событий, банкротства, непредвиденных расходов, неисполнения договорных обязательств и др.

Заключая страховой договор, предприниматель должен предусмотреть в каких случаях может быть высокая степень вероятности возникновения риска, а также определить невозможность полностью возместить финансовые потери.

В Узбекистане постепенно формируется рынок страхования, в настоящее время на нем работают несколько десятков страховых компаний. Они позволяют предпринимателям проводить более активные операции, расширять свое присутствие на рынке и решительнее развивать свое дело, гарантируют

собственникам возмещение ущерба при наступлении страховых случаев. Страхование снижает чувство неопределенности и дает предпринимателю больше уверенности в том, что в случае наступления определенного события, предусмотренного договором страхования, будет получено соответствующее возмещение средств.

В республике функционируют такие видные государственно-акционерные страховые компании как «Узагросугурта», «Кафолат», Национальная компания «Узбекинвест», агентство по страховой защите малого и частного бизнеса «Мадад», созданы фирмы по страхованию средств иностранных инвесторов: УзАИГ, Узбексугурта, АОН-Лиху, Англо-Ташкент и др. Действуют отраслевые страховые компании: «Амком» (связь), Азиатская железнодорожная страховая компания, созданы также негосударственные страховые компании: «Лизингстинвест» «Девор-дост», «Баркарор», «Метро», «Парадиз», «Аско-восток» и др.

Однако страховое дело в Узбекистане развито пока слабо. Так, отношение объема страховых платежей к стоимости ВВП в 2005 г. составило около 1,5%, в то время как в развитых странах оно достигает 12%.

4. Снижение рисков можно также осуществить **методом распределения риска** путем объединения с другими участниками общего предпринимательского дела. Объединение (постоянное или временное) позволяет фирме уменьшить уровень собственного риска, переложив его частично на дуругие предприятия, привлекая их к решению конкретных проблем. В качестве объединений могут выступать акционерные общества, ассоциации, холдинги, союзы кооперативов и другие.

5. Весьма эффективным методом снижения рисков является **диверсификация**, которая имеет различные формы:

- диверсификация предпринимательской деятельности — выпуск различных видов продукции или различных видов деятельности (производство, торговля, строительство, посредничество и т.д.);
- диверсификация портфеля ценных бумаг, то есть покупка акций разных фирм и компаний;
- диверсификация поставщиков сырья и материалов;
- диверсификация покупателей продукции.

6. Важное значение для предпринимателя имеет защита бизнеса от **явлений природного характера**: землетрясение, наводнение, пожар и другие. В таких случаях безопасность может быть решена простыми, но очень необходимыми мерами: учет параметров сейсмостойкости зданий и сооружений, применение жаростойких строительных материалов, выбор места расположения фирмы. В сельском хозяйстве для предупреждения потерь от изменения погодно-климатических изменений фермеры могут применить лучшие агротехнические технологии и другие меры.

Перечисленные методы нейтрализации предпринимательских рисков для достижения эффективных результатов целесообразно использовать в совокупности. Кроме этих методов могут быть применены и другие с учетом особенностей деятельности субъектов предпринимательства.

В докладе «О человеческом развитии. Узбекистан-2005» указывается, что важным фактором развития малого бизнеса и частного предпринимательства является снижение рисков, сопряженных с их деятельностью и даются рекомендации:

* для снижения рисков в сфере прав собственности, рассмотреть возможность законодательного закрепления права частной собственности на землю под жилые дома;

* для снижения рисков потери бизнеса из-за недостатков в функционировании рынка товаров и услуг, снять ограничения на оптовую и посредническую торговлю брокерскими оптовыми и посредническими фирмами;

* для снижения риска потери бизнеса из-за высокого уровня административного вмешательства органов государственного управления, необходимо упростить и сделать прозрачным законодательство, связанное с предпринимательством;

* для снижения рисков банкротства микро- и малых предприятий вследствие всех вышеуказанных факторов, а также при отсутствии предпринимательских навыков и способностей, стимулировать создание кооперативных союзов малых производителей, вместо существующего неработающего закона «О кооперации».

Основные понятия и термины

Предпринимательский риск, типы и виды риска, объективные факторы риска, субъективные факторы риска, меха-

низм нейтрализации рисков, управление риском, страхование риска, диверсификация деятельности.

Вопросы для самопроверки

1. Что такое предпринимательский риск и почему он существует в рыночной экономике?
2. Какие причины приводят к риску?
3. Может ли предприниматель рисковать и для чего?
4. Классификация признаков, типов и факторов риска.
5. Объективные и субъективные факторы риска.
6. Какими свойствами должен обладать предприниматель для принятия рискованных решений?
7. Каковы основные механизмы нейтрализации рисков?
8. В чем заключается система страхования риска?
9. Как можно обезопасить бизнес от техногенных природных явлений?

Глава 17. ЭТИКА И МОРАЛЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

1. Деловая этика и репутация предпринимателя.
2. Предпринимательский этикет.
3. Мораль предпринимательства и социальный бизнес.

1. Деловая этика и репутация предпринимателя

Реализуя себя в качестве предпринимателя, человек имеет дело не только с ресурсами, технологией, машинами, продуктами, не только с различными документами, процессами учета и отчетности, финансами и налогами. Он постоянно общается с людьми: руководит подчиненными, советуется со специалистами, общается с партнерами и коллегами, имеет дело с конкурентами. От того насколько хорошо он это делает, зависит его репутация, имидж и авторитет и, соответственно, успех в бизнесе.

Репутация означает создавшееся общее мнение о качестве, достоинствах и недостатках предпринимателя.

Авторитет – это общепризнанное влияние лица или организации, основанное на знаниях, нравственных достоинствах, опыте и других ценностях.

Имидж – это образ предприятия или организации, формируемый у потребителей различными способами (рекламой, упаковкой, сервисом и т.д.).

Четкой границы между этими понятиями не существует. В повседневной жизни их используют как синонимы. Они дополняют друг друга, хотя имеют и некоторые различия, имидж создается фирменной упаковкой, одеждой для персонала, фирменным знаком, логотипом. В узком смысле имидж – это внешний образ компании, его ярлык. В широком же смысле это все, что известно о компании. Репутация складывается из реальных действий и фактов, из устных и письменных мнений о характере компании или отдельного бизнесмена. Ос-

новные компоненты репутации: отношение к клиентам, профессионализм сотрудников, практика работы на рынке, достижения компании, участие в различных общественно значимых акциях, благотворительность, спонсорство и т. д.

Все эти определения можно объединить одним понятием — **этикой**, которое означает обычай, нрав, характер. Под этикой понимается общечеловеческий характер нравственных требований и норм или кодекс, свод правил общения людей. Об этике впервые заговорил Аристотель, заметив глубокомысленно, что она «помогает познать, что следует делать и от чего следует воздержаться».

Иначе говоря этика — это культура общения, поведения человека в обществе. Культурный человек не обязан быть предпринимателем, но предприниматель обязан быть культурным человеком, хотя бы потому, что он заинтересован в постоянном успехе своего бизнеса.

Этика — это прежде всего область знаний, особая наука, позволяющая рассматривать и оценивать человеческие отношения, а также поведение людей с точки зрения их соответствия некоторым разумным, общепринятым нормам. Под этикой понимается и практическая реализация этих норм, которые определяют поведение людей либо как этическое, либо как неэтическое. Отсюда полезно различать этику как идеал и этику как действие. В области бизнеса полезно и то и другое, но в рамках профессиональной этики, а именно этики предпринимателя. Следовательно, речь может идти о нормах поведения предпринимателя, о требованиях; предъявляемых обществом к его стилю работы, характеру общения с людьми, его социальному облику.

Предприниматель имеет дело с этикой деловых отношений — сводом правил и норм делового поведения, не имеющих юридической основы, но принятый гласно в среде деловых людей.

Проблемы этики и этические нормы профессионала — предпринимателя могут быть сформулированы в виде постулатов как этический кодекс предпринимателя.

В этой главе меняется стиль изложения, используется прямое обращение к предпринимателю, что будет более доходчиво и практически полезно для занимающихся бизнесом.

Итак, цивилизованный предприниматель:

- убежден в полезности своего труда не только для себя, но и для других людей, для общества, для государства;
- исходит из того, что люди окружающие его, хотят и умеют работать, стремятся реализоваться вместе с предпринимателем;
- признает необходимость конкуренции, но понимает и необходимость сотрудничества;
- уважает любую собственность, государственную власть, социальный порядок, законы;
- доверяет себе и другим, уважает профессионализм и компетентность;
- является гуманистом, ценит образование, науку, культуру.

Формируя себя как предпринимателя, вы должны ясно осозновать, что такие черты поведения, как вежливость, тактичность, деликатность, абсолютно необходимы не только для умения вести себя в обществе, но и для обыкновенного житейского бытия. Нельзя забывать о культуре общения, чувстве меры, доброжелательности, нужно полностью управлять своими эмоциями, стрессами. Имейте свой, но непременно цивилизованный стиль поведения, свой благородный образ, ту самую репутацию предпринимателя, которая гарантирует вам не только половину успеха, но и постоянное удовлетворение от деятельности.

В достижении всех этих качеств вам помогут следующие советы:

- помните, что предприниматель высокого класса способен превращать вредное, мешающее делу явление, в полезное, помогающее достижению цели;
- выработайте привычку: все, с чем вы сталкиваетесь, рассматривать с точки зрения пользы для вашего дела;
- выполняйте обещание в срок, если не смогли — не оправдывайтесь, а определите новые сроки и держите слово, пусть даже с опозданием;
- будьте внимательны и к объективным и бесполезным предложениям, отклоняйте последние, но тактично и вежливо;
- будучи уверенным в себе, избегайте быть самоуверенным, как не лучшему методу в работе;
- не перекладывайте ответственность за принятие нужного решения на подчиненных, если это не входит в их компетенцию или они не получили от вас задания или рекомендации;

- будьте терпимы к недостаткам людей, если эти недостатки не мешают вашему бизнесу;
- никогда не забывайте, что ваше мнение или позиция вовсе не всегда хороши, есть и другие мнения и позиции, отнюдь не худшие;
- не забывайте, что знание личных побудительных мотивов людей — одно из важнейших основ эффективного взаимодействия с подчиненными;
- высшая форма неуважения к партнерам и подчиненным — задержать начало работы из-за своего опоздания или не подготовленности мероприятия;
- помните, что человека можно оскорбить не только словом, но и позой, жестом, мимикой, которые часто не менее выразительны;
- не страшитесь талантливых подчиненных, смело привлекайте их на свою сторону;
- хвалите подчиненных на людях, а порицайте с глазу на глаз;
- помните, что нет ничего острее и болезненнее для человека, чем унижение, ведь оно никогда не забывается и не прощается.

Разумеется здесь приведены не все советы. Их великое множество. Да и невозможно посоветовать на все случаи жизни. Следите за своими действиями и поведением, анализируйте их, делайте выводы и учитесь на своих и чужих ошибках.

В последнее время появилось еще одно понятие — **«Паблик рилейшнз»**. Оно означает то же самое, что и этика, правила деловых контактов, отношений с органами власти, с партнерами, конкурентами, потребителями, со средствами массовой информации. Это формирование благоприятного отношения, общественного мнения к предпринимательской деятельности. Это также умение найти посредников, установить связь с общественными организациями, уметь организовать приемы, пресс-конференции и многое другое.

2. Предпринимательский этикет

Кроме этики, которая имеет общественный и весьма обширный характер, предприниматель должен владеть и этике-

том, который означает соблюдение установленного порядка и конкретных правил поведения человека в том или ином месте или в каких-то процессах деятельности. Есть установленные и строго соблюдаемые дворцовый этикет, дипломатический этикет, спортивный этикет и т.д. Нас интересует этикет, установленный в предпринимательских кругах - предпринимательский этикет или деловой этикет.

Предпринимательский этикет – это определенные нормы, регламентирующие стиль работы, манеру общения между фирмами и отдельными предпринимателями, манеру ведения переговоров и встреч деловых людей и так далее.

Нормы этикета, в отличии от норм этики, являются условными, они носят как бы характер неписанного соглашения о том, что в поведении людей является общепринятым, а что нет. От соблюдения и владения нормами этикета зависит успех в предпринимательской деятельности, что условно можно показать в следующей таблице во взаимодействии двух бизнесменов:

Бизнесмен 1	Бизнесмен 2	Вероятность успеха
знает этикет	не знает	+ --
не знает	не знает	-- --
знает	знает	+ +

Любой предприниматель должен овладеть навыками корректного поведения, а для этого нужно следовать этикету делового человека, что включает:

1. Правила представления и знакомства.
2. Правила проведения деловых контактов.
3. Правила поведения на переговорах.
4. Требования к внешнему облику, манерам, деловой одежде.
5. Требования к речи.
6. Культура написания служебных документов.
7. Знание международного протокола и т.д.

Прежде чем перейти к изложению указанных проблем этикета, зададимся вопросом: следует ли акцентировать внимание на них, так ли уж они важны для общества и самого бизнесмена? Ответить на этот вопрос можно только утвердительно, так как в среде предпринимателей очень часто встречаются такие пороки, как агрессивность, нетерпимость, чван-

ство, нежелание искать компромиссы, грубые манеры, небрежность в одежде, грубость во взаимоотношениях и т. д.

Ниже следует краткое описание некоторых норм этикета, принятых в протокольных наставлениях и в обыденной жизни.

2.1. Нормы обращения, приветствия, знакомства

Хотя общепринятым этикетом, предусмотрено, что первым здоровается мужчина с женщиной, младший по возрасту со старшим, нижестоящий по должности с вышестоящим, руководителю не следует дожидаться, пока с ним поздоровается подчиненный, тем более партнер, поприветствуйте своего собеседника первым. При приветствии за руку, первым подает руку женщина мужчине, старший младшему, вышестоящий начальник нижестоящему.

Стиль обращения к коллегам определяется общим стилем отношений в коллективе. Предпочтительно обращаться к сослуживцам по имени и отчеству (вы обязаны их знать) либо по фамилии (но тогда обязательно с добавлением слов «господин», «товарищ», «мадам» и т.д.). По имени можно обращаться к ближайшим сотрудникам, если они молоды и не возражают против такого обращения. С хорошим другом желательно обращаться на «вы» в присутствии посторонних.

В деловой обстановке обращайтесь к подчиненным только на «вы». Обращение на «ты» допустимо лишь тогда, когда оно может быть взаимным, либо обусловлено неформальными отношениями.

При деловой встрече с незнакомыми людьми представляйтесь сами или через посредство человека, устраивающего встречу. Если вы гость, то представтесь первым.

2.2. Субординация в деловых отношениях

Помните об иерархическом характере управленческих отношений. Будьте корректны: не забывайте о соподчиненности и не отдавайте без особой необходимости распоряжения «через голову» нижестоящего руководителя, этим вы подрываете его авторитет. В случае нарушения субординации поставьте в известность подчиненного вам руководителя.

Соблюдайте принцип эмоциональной нейтральности к подчиненным. Выдерживайте «границы дружбы» с подчинен-

ными, будьте особенно щепетильны во внеслужебных отношениях, не злоупотребляйте личными просьбами к подчиненным. В то же время, соблюдение субординации вне службы будет выглядеть нелепо.

2.3. Организация деловых контактов с сотрудниками

Излишняя доступность руководителя не способствует созданию нормальной деловой обстановки, ведет к панибратству. Максимально ограничьте число лиц, имеющих право входить в кабинет без уведомления. Создайте порядок, при котором входить в кабинет нельзя, если там уже кто-то находится (особенно строго нужно соблюдать это правило в часы приема), желательно, чтобы все лица, которым необходим прямой контакт с вами, имели четко фиксированное время визита и были уверены в его осуществимости.

Учтите в то же время, что недоступность вас как руководителя ведет к потере информации. Придерживайтесь такого порядка, при котором любой сотрудник в достаточно короткий срок и при максимальной упрощенной процедуре мог бы попасть к вам на прием.

Приглашая работника на беседу, предупредите его сами или через секретаря о времени, длительности и теме, чтобы дать ему возможность подготовиться к беседе. Многие беседы удобнее проводить в кабинете подчиненного — все материалы под руками и телефонные звонки не отвлекают. Некоторые беседы проводите в общей комнате, чтобы их слышали другие сотрудники. Помните, что вне служебного помещения беседы, как правило, нежелательны, так как они создают впечатление избранности и секретности.

Выработайте правильную форму подчинения, из предложенных ниже. 1. Подчинение может пониматься и переживаться как вынужденное и внешне навязанное. Такое подчинение сопровождается неприятным чувством зависимости. 2. Пассивное подчинение, для которого характерно чувство удовлетворения, связанное с освобождением от необходимости размышлять и принимать самостоятельные решения, с отсутствием инициативы. 3. Осознанное, внутренне обоснованное подчинение, которое содействует творческому, инициативному отношению к своим обязанностям. Это полноценное

в нравственном отношении подчинение, способствующее эффективному взаимодействию между руководителем и подчиненным, развитию человеческой личности.

Систематически ставьте перед собой следующие вопросы: Правильно ли я руковожу людьми? Какова основа достигнутых успехов мной и сотрудниками? Как реагируют на результаты моей работы подчиненные? Создал ли я стимулы для работы моих подчиненных?

Американский социолог Элтон Мейо установил, что работники будут лучше трудиться не только из-за увеличения оплаты труда, а и с улучшением условий труда. Затем он разработал концепцию «Человеческих отношений», в основе которой использовались методы психологии (взаимодействие людей, создание хорошего настроения и т.д.). Его изречением было: «людям нравится ощущать собственную значимость».

2.4. Ведение деловых контактов с партнерами

В переговорах надо показать, что вы реалист, что все предложения выдвигаете исходя из тщательных расчетов и обоснований.

К переговорам надо тщательно готовиться, собирая все сведения о компании, о тех, с кем предстоит вести переговоры.

В ходе переговоров проявляйте искренний интерес к собеседникам и обсуждаемой теме. Учитесь задавать правильные вопросы и грамотно распоряжаться полученными ответами.

Вырабатывайте позитивное мышление и поведение. Вот некоторые советы: высказывайтесь кратко и по существу, осторожно используйте слово «Я», опирайтесь на факты, не увлекайтесь деталями, но учтите, что вовремя и к месту высказанная деталь укрепляет вашу позицию, делает ее более достоверной, избегайте назидательности, при встрече с агрессивно настроенным партнером избегайте конфронтации.

Для ведения общего предпринимательства необходимо тщательно подходить к подбору партнеров, от чего зависит взаимоотношение с ними. Здесь необходим подбор таких партнеров, которые увлечены общей идеей и готовы реализовать ее. Каждый из партнеров должен обладать профессиональными знаниями и навыками для внесения своего вклада в деятельность фирмы. Следует проявлять осторожность в подборе родственников для формирования команды, которая должна

работать на деловой основе. При составлении договора о совместной работе важно определить четко все параметры взаимодействия (сроки, обязательства, распределение доходов и т. д.).

2.5. Деловая переписка

К деловым письмам относятся не только служебные послания, но и всевозможные просьбы, поручения, поздравления, приглашения, соболезнования, то есть все, что, будучи изложенным в письменном виде, обусловливает профессиональные отношения.

Помните, что деловое письмо должно быть кратким и понятным. Строгий тон в сочетании с тщательно подобранной лексикой придает письму убедительность.

Если в деловом письме вы хотите предварительно обозначить его содержание или деловое предложение, то пометьте краткую характеристику письма (аннотацию) между вступительным обращением и основным текстом и подчеркните.

На письма следует отвечать возможно быстрее. В случае задержки попросите извинения и объясните причину несвоевременного ответа.

Вежливость обязывает вас посылать письменную благодарность за полученные по почте услуги и поздравления (если они были ответными) с уведомлением об их получении. Ответное поздравление посылается к следующему празднику или торжественной дате.

2.6. Культура телефонного разговора

Разговор должен быть коротким, вежливым, касаться существа дела. Представляясь по телефону четко назовите не только фамилию, но и имя и отчество. Если разговор должен быть обстоятельным, поинтересуйтесь имеет ли собеседник время вас выслушать.

Никогда не ведите частных разговоров в присутствии кого-либо. Помните, что если телефонная связь прервалась, перезванивает тот, кто звонил. Заканчивать разговор должен его инициатор.

2.7. Визитные карточки

Используйте в деловом общении визитные карточки, позволяющие избежать многих недоразумений в обращении к

человеку. Вручая кому-либо визитную карточку, вы тем самым показываете стремление и в будущем поддерживать деловые и личные контакты.

Посылаемые почтой или с курьером «визитки» могут заменять письма, поздравительные открытки. «Визитками» можно воспользоваться при посылке подарков или цветов.

2.8. Деловой протокол

Деловой протокол — это порядок проведения деловых встреч. Он особенно важен при осуществлении переговоров. Договариваться о встрече или переговорах принято не менее, чем за 2-3 дня, при этом заранее уточнить вопросы, выносимые для обсуждения, а также продолжительность встречи. В это же время стороны договариваются о материалах, необходимых для обсуждения, а также об итоговых документах или устных декларациях. Время начала переговоров принято соблюдать неукоснительно обеими сторонами.

Организацию деловых встреч целиком берет на себя сторона—инициатор, либо по договоренности одна из сторон, становящаяся принимающей стороной. В процессе организации и проведении переговоров соблюдаются протокольные процедуры, начиная от встречи в аэропорту и заканчивая проводами. Здесь установлены даже, казалось бы, все мелочи. Например, как встречать гостя, кто какое место занимает в автомобиле, на каком месте при переговорах сидят гость и хозяин встречи и т.п.

Зачастую переговоры проводятся в форме таких протокольных мероприятий, как коктейли, ланч, ужин и иного рода приемы. Прием должен быть организован и подготовлен со всеми атрибутами: в установленные часы, составление списка, рассылка приглашений, распределение гостей за столом, составление меню, сервировка стола, обслуживание гостей и т.д.

2.9. Ведение переговоров с иностранными партнерами

Это наиболее сложный процесс общения, так как представители разных стран отличаются своим подходом к переговорам, имеют свои манеры поведения, соблюдают национальные традиции, религиозные обряды. Так, например, японские бизнесмены при обсуждении деловых проблем не любят

многословия, не терпят, если их стараются переспорить или перебивают при разговоре. При общении с ними следует воздержаться от анекдотов и сложных шуток, ибо у них свое чувство юмора. Нельзя пытаться подшутить над собеседником. В этом случае они могут засмеяться, но смех у японца иногда может скрывать недоумение, раздражение, гнев. В переговорах с ними надо добиваться ясности и однозначности, не брать не продуманных обязательств, не делать поспешных уступок, что может быть воспринято как слабость с вашей стороны. Таким образом, до начала переговоров с иностранцами следует ознакомиться с особенностями характера, традициями народа, их предпочтениями и вкусами, манерами поведения, чтобы оказать на них лучшее впечатление и добиться успешного завершения встречи с ними.

2.10. Внешний облик, манеры

Специфика предпринимательской деятельности предъявляет весьма серьёзные требования к внешнему облику ее участников. Бизнесмен должен быть всегда опрятен: плохо завязанный галстук или не очищенная обувь свидетельствуют о нетребовательности к себе или безразличии к окружающим, рассеянности и несобранности. Никогда не забывайте, что ваш внешний вид и манеры всегда вызывают внимание. Внешний облик делового человека — это первый шаг к успеху, свидетельство надежности и респектабельности.

Внешний облик делового человека — это аккуратность, подтянутость, со вкусом подобранные элементы одежды. Для того, чтобы выглядеть таким, предприниматель должен следовать советам современных модельеров. Вот некоторые из них:

- в рабочее время подходят более светлые костюмы, но не слишком яркие, на приемах костюм должен быть темных тонов;
- сорочка выбирается светлых тонов, часто белого цвета, галстук должен гармонировать с сорочкой и костюмом, но чуть светлее или темнее их, либо костюм и галстук отличались контрастностью;
- в деловой обстановке не рекомендуется иметь под пиджаком сорочку с короткими рукавами, будет элегантно, если манжеты сорочки видны из под рукавов пиджака, примерно на два сантиметра;

- обувь желательно носить черного цвета или под цвет костюма, сандалии не одевать в любых случаях;

- головной убор, перчатки, носки не должны быть яркого цвета, они должны соответствовать верхней одежде.

Для делового человека очень важно обладать особыми манерами поведения, которые привлекают общающихся с ним людей.

Обладайте чувством меры – всякие отклонения раздражают окружающих и срабатывают против вас. Следите за впечатлением, которое вы производите на других, но не ради самолюбования, а для самосовершенствования.

Не будьте слишком бойкими, шумными, а также вялыми, тихими и безразличными. Следите за походкой, положением рук, ног, тела. Соблюдайте такт и тактичность, то есть деликатную линию поведения по отношению к людям. Проявляйте внимательность, сдержанность, своим поведением не обижайте, не ущемляйте достоинство человека, не вмешивайтесь в чужие дела, не игнорируйте мнения, обычаи, мировоззрение других людей.

Здесь для ровного счета приведены только десять норм этикета, которые должен выработать бизнесмен и применять их с целью достижения успеха в своем деле. Есть еще много других норм этикета: культура речи, ораторское искусство, преподнесение деловых подарков, культура поведения за обеденным столом, которые также могут быть весьма полезны, если ими овладеть в совершенстве.

3. Мораль предпринимательства и социальный бизнес

Предпринимательство как род деятельности человека известно давно. Но во все времена отношение к нему было двойственное. С одной стороны – уважение и понимание пользы для общества. Но с другой – зависть, обвинения в хитрости, ловкачестве, алчности. В древние времена предпринимательство считалось одним из наиболее презираемых явлений. Наполеон оскорбительно называл англичан нацией лавочников. В свою очередь французов называли ростовщиками.

На начальных этапах развития предпринимательства во многих странах были распространены мошенничество и жуль-

ничество. Однако в дальнейшем возобладали другие нравственные критерии, быть честным стало более выгодным. Уместно вспомнить высказывания известных людей. Талейран: «Для того, чтобы иметь много денег, не надо иметь много ума, а надо не иметь много совести». Генри Форд: «Быть жуликом в бизнесе просто - но просто не выгодно. Задача предприятия – производить для потребителя, а не для наживы и спекуляции». Вместо принципов: «Прибыль любой ценой», «Не обманешь – не продашь», цивилизованные бизнесмены придерживаются другого принципа: «Прибыль превыше всего, но превыше прибыли - честь», то есть стала устанавливаться мораль бизнеса.

Мораль (лат. - нравственный) означает особую форму общественного сознания и вид общественных отношений. Это один из основных способов регулирования действий человека в обществе с помощью таких норм, как гуманизм, коллективизм, честность, скромность и др.

Мораль предпринимательства означает, что свободу рынка надо соединить с законами нравственности, надо осознать прямую связь между коммерческим успехом и социальной ответственностью. Предприниматели должны иметь в виду, что они сегодня превращаются в целый слой среднего класса, и становятся движущей силой общества, что смысл их деятельности заключается не только в личном успехе, а в общем благе, в том, чтобы стали благородными их помыслы и намерения.

В этом смысле применяется термин «Социально–ответственный бизнес», два принципа которого обосновал стальной магнат США Эндрю Карнеги в конце ХЙХ века.

1. **Благотворительность.** Общество ожидает от бизнеса вложения ресурсов на решение наиболее острых социальных проблем, оказание помощи наиболее нуждающимся в ней или на обслуживание общественных потребностей.

2. **Управление собственностью.** Бизнесменов должны рассматривать лишь как уполномоченных обществом управлять своей собственностью, так как они используют природные и трудовые ресурсы, которые являются общенародным достоянием, о чем они должны помнить и использовать заработанные деньги на благо общества.

Эти принципы широко распространились в сфере крупного бизнеса, многие бизнесмены стали считать, что если бизнес не примет на себя некоторые социальные обязательства добровольно, то государство и общественность заставят его сделать это. Вот что записано в конституции ФРГ: «Собственность обязывает. Пользование ею должно служить благу всего общества».

Во многих странах широкое распространение получили следующие понятия: филантропия, благотворительность, меценатство, спонсорство, то есть оказание материальной помощи нуждающимся как отдельным лицам, так и организациям. Они могут быть направлены на поощрение и развитие каких–либо значимых для общества форм деятельности: предоставление средств научным учреждениям, защиту окружающей среды, охрану памятников культуры, театрам и т.д.

Пионером филантропии был упоминавшийся Эндрю Карнеги, потративший на нужды людей 2 млрд. долл., на которые были построены 2000 публичных библиотек, концертный зал «Карнеги-хол», колледжи, школы, создан «Фонд развития образования». Он всю жизнь возмущался, что учителям платят как самым мелким клеркам в его конторах. У него было два постулата: «Богатство означает ответственность» и «Кто умрет богатым, умрет позорно». Он предлагал богачам жить скромно, без излишеств, обеспечить в разумных пределах своих близких, оставить немного наследникам мужского пола, а остальные еще при жизни раздать для улучшения участи бедных собратьев.

Другой меценат Джон Рокфеллер построил Чикагский университет, учреждал стипендии, выплачивал пенсии, расходуя 10% своих доходов на эти цели. Ежегодные пожертвования на благотворительные цели в настоящее время в США составляют 250 млрд. долл. 70-80% американцев жертвуют деньги неимущим и больным, учебным и научным центрам, клиникам, лабораториям, учреждают именные стипендии.

Российские промышленники С.Мамонтов, П.Рябушинский и другие также занимались благотворительностью: строили больницы, дома для престарелых и бездомных, сиротские дома и т.п.

Бизнес непосредственно связан с обществом, в котором он существует, с его проблемами, и содействие государству в

решении социальных проблем – одна из его обязательных задач.

Благотворительные акции являются немаловажным фактором для поддержания репутации фирмы. Но она должна быть сугубо добровольной, идущей от души. К сожалению на практике применяется порочная практика, когда под благотворительностью понимают принудительное изымание средств. Местные органы рассматривают предпринимателей как дойных коров, с которых можно высасывать прибыль, устанавливая различные формы и размеры поборов, прикрываясь благородными целями: на благоустройство, проведение торжеств и ритуалов, строительство и ремонт общественных зданий и т.п. Это, естественно, настоящий произвол и незаконное вмешательство в деятельность субъектов предпринимательства.

Социальная ответственность бизнесмена не ограничивается лишь благотворительностью. Она многогранна и распространяется на наемный персонал, партнеров по бизнесу, социальное развитие региона, на общество в целом. Она имеет важный моральный аспект.

Предоставление денег на социальные нужды, возвращение их обществу конкретным и адресным путем порождает устойчивые представления о восстановлении социальной справедливости, уменьшает пропасть между богатыми и бедными, способствует поддержанию баланса сил и ослабляет социальные конфликты.

Совместима ли этика и мораль бизнеса с конкуренцией и достижением прибыльности? Некоторые предприниматели оказываются в сложном положении, когда сужается поле освоения ресурсов, уменьшается пространство, на котором действует конкуренция, наступает период выживаемости. В таких случаях некоторые предприниматели, не умея профессионально конкурировать прибегают к другим методам: используют средства массовой информации для психологической войны, собирают на конкурентов компромат, дискредитируют, натравливают одних на других и даже используют правоохранительные органы для достижения своих целей. Для увеличения доходов многие предприниматели идут на обман потребителей, обсчитывают их, недовешивают продукты, подсовывают залежалый товар. Такие поступки были доволь-

но распространеным явлением в начальный период рыночной экономики в Республике Узбекистан.

Эти факты, а также грубость и пренебрежительное отношение к покупателям со стороны продавцов, получение прибыли за счет скрытия объемов выпуска продукции, изготовление некачественной, порой вредной продукции для здоровья людей в подпольных условиях и другие встречаются, к сожалению, и в настоящее время.

Как отмечал И.А.Каримов: «По—прежнему еще живут у части населения старые стереотипы, порождающие недоверие, а порой и неприятие предпринимательской деятельности и людей, которые этим занимаются□ Мы должны прививать интерес и побуждать людей, прежде всего молодежь, заниматься предпринимательской деятельностью□ Мы должны всемерно укреплять дух и культ предпринимательства в обществе».

Многие предприниматели республики уже действуют в пределах цивилизованных рыночных отношениях, соблюдают правила и этику деловых контактов, занимаются благотворительностью и спонсорством, формируют благоприятное отношение общественности к предпринимательской инициативе, создают себе деловой авторитет и дорожат им как большим капиталом.

Можно привести много примеров в этой области. Вот только один из них. В Узбекистане уже несколько лет осуществляет деятельность Попечительский совет «Мехржон», который проявляет заботу о самых обездоленных и беззащитных категориях граждан - воспитанниках детских домов и детях из неблагополучных, малообеспеченных семей. При совете создан Республиканский общественный благотворительный фонд «Мехржон-Спорт», призванный приобщать таких детей для занятий спортом, создавать благоприятные условия для проявления ими своего таланта. Фонд занимается также коррекцией психического здоровья воспитанников детских домов и школ-интернатов путем создания условий для их социальной адаптации и самореализации, получения профессиональной подготовки и т.д.

В деле соблюдения предпринимательской этики и морали важную роль сыграла на первых порах, составленная в 1995г.

и подписанная многими предпринимателями, «Хартия предпринимателей Узбекистана». В нее были вписаны замечательные положения о морали предпринимательской деятельности:

1. Работать в условиях добросовестной конкуренции и всемерно способствовать ее развитию.

2. Отказаться от сомнительных методов ведения дел, принуждения, насилия как способов достижения собственных целей, не участвовать в формах бизнеса, наносящих вред обществу.

3. Отказаться от действий, ведущих или способствующих созданию монополий, позволяющих извлекать выгоды, диктовать цены и т.п.

4. Участвовать в формировании рыночной инфраструктуры, внося в это дело материальный и финансовый вклад.

5. Участвовать в меру экономических возможностей в благотворительных акциях, меценатстве.

6. Не прибегать к таким формам деятельности, которые ведут к умышленному и непреднамеренному нанесению вреда окружающей среде.

Как видно, у предпринимателей были хорошие помыслы действовать в пределах общеморальных человеческих рамках в сфере деловых отношений. К сожалению, в последнее время эту Хартию почти не вспоминают. Возможно, некоторые ее пункты устарели: создана инфраструктура, действует антимонопольный комитет, может быть, нужно внести в нее изменения и добавления. Но необходимость подобного документа, охраняющего моральную честь бизнесмена не вызывает сомнения и в нынешних условиях.

Возможно, это будет общий кодекс для всех предпринимателей Узбекистана, либо каждый союз или ассоциация специалистов определят специфические этические аспекты своей профессии. Некоторые это уже сделали. Так, например, Совет Палаты аудиторов Узбекистана в июне 2005 г. утвердил «Кодекс профессиональной этики аудиторов Узбекистана», в котором определены нормы и стандарты профессионального поведения независимых аудиторов. Основными принципами, которых они должны придерживаться в своей деятельности считаются: честность, объективность, профессиональная компетентность, конфиденциальность, профессиональное поведение.

Морали и этике предпринимательства надо учить и учиться, ибо во всем мире с былых времен визитной карточкой бизнесмена являются честность, порядочность, верность слову.

Основные понятия и термины

Этика предпринимательства, репутация, имидж, авторитет, паблик рилейшнз, этикет предпринимателя, деловой протокол, мораль предпринимательства, социально ответственный бизнес, филантропия и благотворительность, меценатство и спонсорство.

Вопросы для самопроверки

1. Что означают понятия: репутация, авторитет, имидж для предпринимателя?
2. Каково значение проблемы этики в сфере предпринимательства?
3. Что включает в себя кодекс цивилизованного бизнесмена?
4. Какие советы по этике вы восприняли бы будучи предпринимателем?
5. Что означает этикет предпринимателя?
6. Как строится субординация в коллективе?
7. Как должен организовать бизнесмен деловые контакты с сотрудниками и партнерами?
8. Что означает деловой протокол?
9. В чем заключается сущность социально-ответственного бизнеса?
10. Для кого полезны и ценны благотворительность и спонсорство?
11. Вспомните содержание «Хартии предпринимателей Узбекистана»?
12. Приведите примеры меценатства узбекских предпринимателей.

Варианты контрольных работ

(о методике выполнения смотри в конце первого раздела)

1. а) Стремление предпринимателя к достижению своих частных интересов является главной движущей силой экономического развития, увеличивая в конечном итоге благосостояние как его самого, так и общества в целом (Адам Смит).

б) Основная задача государства состоит в том, чтобы удержать «Золотую середину» в сфере влияния на рыночную экономику.

в) Для того чтобы иметь много денег, не надо иметь много ума, а надо не иметь много совести (Талейран, французский дипломат).

г) Без развитого экспортного потенциала у Узбекистана нет будущего (И.А.Каримов).

д) Помните, что пока вы живы, стоит попытаться сделать вашу жизнь более счастливой.

2. а) Деловой авторитет и репутация для предпринимателя служат большим капиталом.

б) Если предприниматель думает только о результатах и забывает о мыслях и чаяниях своих сотрудников, его обычно подстерегают неудачи.

в) Роскошь порок, уродливость, разврат, уклонение человека за пределы естественных потребностей. Комфорт есть разумное удовлетворение потребностей (И.Гончаров, русский писатель).

г) Желающий быть в хорошем расположении духа, не должен браться за много дел, ни в своей частной жизни, ни в общественной и, чтобы ни делал он, не должен стремиться делать свыше своих сил и своей природы (Демокрит, философ).

д) Далеко пойдет тот, кто во время уступает дорогу другим.

3. а) Владельцы небольших предприятий, скудно оснащенных оборудованием, барахтающимся между жизнью и смертью, нередко обедают в роскошных ресторанах и разъезжают в шикарных автомобилях.

б) Франчайзинг – это деловой брачный союз. Между кем?

в) Слово «риск» происходит от греческого «утес, скала», от итальянского «опасность, угроза, лавировать между скал», от французского «объезжать скалу, утес». Что оно означает для предпринимателя?

г) Малый бизнес – это появление среднего класса собственников, способствующего нормализации как экономической, так и политической обстановки в обществе (И.А.Каримов).

д) Предпринимательство – это не род занятий, а склад ума и свойство натуры. Быть предпринимателем – значит делать не то и не так, как другие люди, считал австралийский экономист Й.Шумпетер.

4. а) Будущее нашей страны полностью зависит от того, кто придет нам на смену, какие кадры мы воспитаем.

б) Важно, чтобы общество видело, что предприниматели достигают успеха за счет реального дела, а не посредством сомнительных делишек.

в) Богатеть не унизительно, унизительно умереть под забором (Сальвадор Дали, испанский живописец).

г) Резюме бизнес-плана – это реклама проекта, оно должно быть написано так, чтобы вызвать интерес у потенциального инвестора, партнера и банкира.

д) «Если вы такие умные, то почему такие бедные» - упрекают наш народ. Сейчас так и есть. Любой полуграмотный палаточник на рынке может заработать в сто раз больше, чем инженер. Компетентность стала невостребованной, мерило успеха-деньги.

5. а) Экономику нельзя поднять говоря только о ней. Поднять ее может только здоровый, образованный и, что немаловажно, культурный человек (Юрий Соломин, российский актер).

б) Ответственность государства и бизнеса перед гражданами за экономические и социальные результаты взаимна и неразделима как две стороны медали.

в) Мы всегда считали и считаем село своим приоритетом. Там, по моему убеждению, не только наши истоки, но и будущее (Минтимер Шаймиев).

г) Человеку нужно 2 года, чтобы научиться говорить и 60 лет, чтобы научиться держать язык за зубами.

д) Небеса не помогают людям, которые бездействуют (Софокл, древний мудрец).

6. а) У нас появились долларовые миллионеры и миллиардеры, которые в отличие от Генри Форда не совершили революции в автомобилестроении, не способствовали подъему экономики, но были оборотистые, ловкачи, имели связи, обладали властью.

б) Незыблемость права частной собственности – это основа основ ведения всякого бизнеса.

в) Анализ будущего рынка сбыта – один из важнейших этапов подготовки бизнес-плана.

г) Люди должны сдвинуться с иждивенческих позиций и осознать, что только трудом могут изменить к лучшему свою жизнь.

д) Одинаково опасно и безумному вручать меч, и бесчестному власть (Пифагор, античный мудрец).

7. а) Со старыми взглядами и подходами невозможно построить новую жизнь (И.А.Каримов).

б) Американцы приходят на работу, чтобы работать. Для них она – главное. У русских работа – это своего рода клуб (бизнесмен, вернувшийся через 15 лет из США).

в) Что лучше: продавать зерно другим странам или пропустить его через животных и произвести больше мяса, яиц, молока?

г) Какие бы задачи мы сегодня ни ставили, какие бы проблемы нам ни приходилось решать, в конечном итоге все упирается в кадры и только в кадры (И.А.Каримов).

д) Шутить надо так, чтобы потом не было мучительно больно за бесцельно выбитые зубы.

8. а) Русские не умеют гордиться своей страной. Им постоянно кажется, что в России очень плохо, а везде гораздо лучше. Я считаю, что это неправильно, так нельзя относиться к своей стране (принцесса Шри Ланки). А как у нас?

б) Работая без плана, бизнесмен реагирует на совершающиеся события, а деятельность на основе плана - реакция на предвиденные явления.

в) У вас возникла блестящая идея по созданию собственного бизнеса, но нет денег для ее осуществления, возьмите кредит и сделайте, что задумали, пока вашу идею не перехватили.

г) Играйте по – крупному. Чем большую ставку делаете, тем крупнее будет выигрыш. Чем больше вкладываете денег в бизнес, тем больше будет прибыль.

д) В России 62% юношей и девушек считают, что ради достижения успеха можно поступить моральными принципами. Но все же 38% сказали, что никогда так не поступят. А как у нас?

Литература

1. Каримов И.А. Узбекистан: свой путь обновления и прогресса. Т.: Узбекистан, 1992.

2. Каримов И.А. Узбекистан – собственная модель перехода на рыночные отношения. Т.: Узбекистан, 1993.

3. Каримов И.А. Узбекистан по пути углубления экономических реформ. Т.: Узбекистан, 1995.

4. Каримов И.А. Узбекистан на пороге XXI века: угрозы безопасности, условия стабильности и гарантии прогресса. Т.: Узбекистан, 1997.

5. Каримов И.А. Узбекистан, устремленный в XXI век. Т.: Узбекистан, 1999.

6. Каримов И.А. Либерализация экономики и углубление реформ наша главная задача//Народное слово. 15 февраля. 2000.

7. Каримов И.А. Утверждение духа предпринимательства в обществе – залог прогресса: // Народное слово. 18 июля. 2001.

8. Каримов И.А. Наша главная цель – демократизация и обновление общества, реформирование и модернизация страны//Народное слово. 29 января. 2005.

9. Закон РУз. «О разгосударствлении и приватизации» от 19 ноября 1991г.

10. Закон РУз. «О дехканском хозяйстве» от 30 апреля 1998г.

11. Закон РУз. «О сельскохозяйственном кооперативе (ширкате)» от 30 апреля 1998г.

12. Закон РУз. «О гарантиях и мерах защиты прав иностранных инвесторов» от 30 апреля 1998г.

13. Закон РУз. «О лизинге» от 14 апреля 1999г.

14. Закон РУз. «О гарантиях свободы предпринимательской деятельности» от 25 мая 2000г.

15. Закон РУз. «О хозяйственных товариществах» от 6 декабря 2001г.

16. Закон РУз. «Об обществах с ограниченной и дополнительной ответственностью» от 6 декабря 2001г.

17. Закон РУз. «О торгово-промышленной палате Республики Узбекистан» от 3 декабря 2004г.

18. Закон «О фермерском хозяйстве» от 26 августа 2004 г.
19. Гражданский кодекс Республики Узбекистан. Т.: Адолат, 1996.
20. Налоговый кодекс Республики Узбекистан. Т.: Адолат, 1997.
21. Авдеев С.В., Замедлина Е.А. Основы бизнеса. Пособие для сдачи экзаменов. М.: ЮРАЙТ, 2006.
22. Ахмеджанов Т.Б., Фаттахов А.А. Оценка бизнеса. Учебное пособие. Т.: ТГЭУ, 2002.
23. Бусыгин А.Б. Предпринимательство. М.: ИНФРА-М, 2003.
24. Бутова Т.В. Предпринимательство. М.: Юркнига, 2003.
25. Газибеков В.Д., Сабиров О.Ш. Лизинг и его развитие в Узбекистане. Т.: Молия, 2001.
26. Герникова И.Н. Регулирование предпринимательской деятельности. Учебное пособие. М.: Консалт банкир, 2002.
27. Гранатуров В.М. Экономический риск. Учебное пособие. М.: Дело и сервис, 1999.
28. Грибов В.Д. Основы бизнеса. М.: Финансы и статистика, 2000.
29. Грибов В.Д., Грузинов В.П. Экономика предприятия. Учебник плюс практикум. М.: Финансы и статистика, 2004.
30. Гулямов С.С. и др. Тадбиркорлик ва кичик бизнес. Учебное пособие. Т.:ТГЭУ, 1996.
31. Данилов А.С., Юлдашев З.Ю. Национальная экономика. Учебное пособие. Т.: Янги аср авлоди, 2003.
32. Данилов Л.П. и др. Предпринимательство и бизнес. Учебное пособие. М., 1995.
33. Кристенсен Клейтон М. Решение проблемы инновации в бизнесе. Как создать растущий бизнес и успешно поддерживать его рост. М.: Альпина Бизнес, 2004.
34. Круглова Н.Ю. Основы бизнеса. Учебник для вузов. М.: ООО Издательство РДЛ, 2003.
35. Курбангалеева О.А. Индивидуальное предпринимательство: правовые основы деятельности. М.: ООО Вершина, 2004.
36. Лапуста М.Г. и др. Предпринимательство. Учебник. М.: ИНФРА, 2003.
37. Макаревич Л.М. 200 правил бизнеса. Практическое руководство. М.: Дело и сервис, 2002.
38. Малый бизнес. Организация, экономика, управление. Учебное пособие /Под ред. В.Я. Горфинкеля, В.А.Швандора.

39. Муравьев А.И. и др. Предпринимательство. Учебник. Спб.: Лань, 2001.

40. Основы бизнеса. Учебник/Под.ред. Ю.Б. Рубина. М.: ООО Маркет, 2005.

41. Петрухин Ю.Ю., Борисов В.К. Этика бизнеса. Учебное пособие. М.: Дело, 2000.

42. Савченко В.Е. Государственное предпринимательство в рыночной экономике. М.: ОАО НПО Экономика, 2000.

43. Смирнов С.А. Малое предпринимательство: общественная поддержка и содействие развитию. М.: ТОО Контур, 1999.

44. Создайте свое дело, или что необходимо знать предпринимателю. Т., 2003.

45. Уткин Э.А., Котляр Б.А. Бизнес планирование. Курс лекций. М.: Тандем, 2001.

46. Хасанов Б., Вахабов А. Средний и малый бизнес. Проблемы и решения. Т.: ТМИ. 2002.

47. Чжен В.А. Развитие малого и частного бизнеса в Узбекистане. Т., 1995.

48. Шарифходжаев М., Абдуллаев Ё. Менежмент. Т.: Ўқитувчи, 2001.

49. Шевелева С.А. Основы экономики и безнеса. Учебное пособие. М.: ЮНИТИ, 2000.

50. Шестаков А.В. Предпринимательская деятельность. М.: Дашков и К, 2000.

51. Эгамбердиев Э., Хўжақулов Х., Кичик бизнес ва тадбиркорлик. Ўқув қўлланма. Т.: Маънавият, 2003.

52. Экономика предприятия /Под ред. В.М. Прудникова. М., 2004.

53. Экономика предприятия /Под ред. В.Я.Горфинкеля и В.А.Швандара. М.: ЮНИТИ, 2006.

54. Энциклопедия начинающего предпринимателя. Практические рекомендации. М.: ЗАО Новый издательский дом, 2004.

55. Юлдашев Ш.А. Малый бизнес и предпринимательство. Конспект лекций. Т.: ТФИ, 2001.

56. Юлдашев Ш.А., Игамбердиев И. Экономика предприятия. Учебное пособие. Т.: ТФИ, 2004.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение 3

Раздел I. МАЛЫЙ БИЗНЕС И ЕГО РОЛЬ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ 5

Глава 1. Сущность и характеристика малого бизнеса 5

1. Основы создания и функционирования малых предприятий 5
2. Субъекты малого бизнеса и критерии их определения 7
3. Особенности и возможности малого бизнеса 10
4. Значение малого бизнеса в рыночной экономике 13
5. Показатели, характеризующие развитие и деятельность малых предприятий 17

Глава 2. Предпринимательство и бизнес 22

1. Процессы и участники рыночной экономики 22
2. Предпринимательство и предприниматель 24
3. Три стороны предпринимательства 29
4. Предпринимательство – основа формирования среднего класса собственников 32
5. Виды предпринимательства 35

Глава 3. Развитие малых предприятий в Узбекистане 42

1. Дореформенный период малого предпринимательства 42
2. Развитие малого и частного бизнеса за годы независимости 46
3. Перспективные направления развития предпринимательской деятельности 52

Глава 4. Взаимодействие малого и крупного предпринимательства 57

1. Необходимость и мотивы сотрудничества предприятий разных масштабов 57
2. Формы сотрудничества предприятий в развитых странах 60
3. Опыт и пути расширения сотрудничества предприятий в Узбекистане 63
4. Объединения предприятий 69

Глава 5. Предпринимательская деятельность в пространстве и во времени 74
1. Внутренняя среда предприятия 74
2. Внешняя среда предприятия 79
3. Краткосрочное поведение предприятия 85
4. Долгосрочное поведение предприятия 86
5. Деятельность предпринимателя в условиях конкуренции 89

Раздел II. ОРГАНИЗАЦИОННО–ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА 103

Глава 6. Частное предпринимательство 103
1. Разнообразие форм собственности и предпринимательской деятельности 103
2. Индивидуальное предпринимательство 109
3. Частное предприятие 113

Глава 7. Коллективные формы предпринимательской деятельности 117
1. Хозяйственные товарищества 117
2. Хозяйственные общества 122
3. Производственные кооперативы и народные предприятия 131
4. Совместные предприятия 134

Глава 8. Формы предпринимательской деятельности в сельском хозяйстве 138
1. Особенности и необходимость развития предпринимательства в сельской местности 138
2. Фермерские хозяйства 142
3. Дехканские хозяйства 149

Глава 9. Государственное предпринимательство 153
1. Место и роль государства в экономике 153
2. Функции, методы и сферы государственного предпринимательства 156
3. Либерализация и расширение самостоятельности субъектов предпринимательства 161

Раздел III. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА СУБЪЕКТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА 171

Глава 10. Необходимость поддержки малого бизнеса 171
1. Трудности в деятельности малых предприятий и необходимость их преодоления 171
2. Зарубежная практика поддержки малого бизнеса .. 179

Глава 11. Основные направления поддержки малого бизнеса .. 186
1. Государственно-правовая поддержка 186
2. Организационно-управленческая поддержка 190
3. Финансово-экономическая поддержка 194
4. Материально-техническая и социально-экономическая поддержка 208

Глава 12. Инфраструктура малого бизнеса 216
1. Общие понятия об инфраструктуре 216
2. Задачи и функции инфраструктуры малого бизнеса 217
3. Классификация инфраструктуры 220
4. Современное состояние и проблемы инфраструктуры 228

Раздел IV. ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ И ОРГАНИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ 237

Глава 13. Выбор и организация собственного предпринимательского дела 237
1. Необходимый комплекс знаний и практических умений для осуществления предпринимательства 237
2. Этапы создания и развития предпринимательского дела 241
3. Государственная регистрация субъектов предпринимательства 248
4. Как стать преуспевающим бизнесменом? 251
5. Формирование и использование финансовых ресурсов 253

Глава 14. Лизинг и франчайзинг в помощь малым предприятиям 259
1. Понятие лизинга и его роль в бизнесе 259

2. Разновидности лизинга и лизинговый контракт..... 262
3. Практика использования лизинга в Узбекистане.... 267
4. Сущность и виды франчайзинга..... 271
5. Организация договорных соглашений в системе франчайзинга..... 274

Глава 15. Бизнес–планирование деятельности фирмы..... 278
1. Значение и особенности планирования в рыночной экономике..... 278
2. Понятие и сущность бизнес–плана..... 281
3. Методология разработки бизнес–плана..... 283
4. Структура бизнес–плана..... 286
5. Содержание основных разделов бизнес–плана..... 288
6. Корректировка бизнес–плана и контроль его выполнения..... 298

Глава 16. Предпринимательский риск..... 301
1. Понятие риска, его типы и факторы возникновения..... 301
2. Механизмы предупреждения и устранения риска.. 305

Глава 17. Этика и мораль предпринимательства..... 312
1. Деловая этика и репутация предпринимателя 312
2. Предпринимательский этикет..... 315
3. Мораль предпринимательства и социальный бизнес..... 323

Литература..... 333

Ёркин Абдуллаев,
Шарафулла Атауллаевич Юлдашев

Малый бизнес и предпринимательство

Редактор Э. С. Хуснутдинова
Компьютерная верстка Х.Э.Бозорова

Подписано в печать 25.03.08. Формат 60x84 1/16.
Усл. печ. л. 20,1. Уч. –изд. л. 20,8. Тираж 2000 экз.
Заказ № 58. Цена договорная.

Издательство "IQTISOD-MOLIYA".
100084, Ташкент, ул. Кичик халқа йўли, 7.

Отпечатано в типографии
ООО «Toshkent tezkor bosmaxonasi»
100200. Ташкент ул. Радиальная, 10.

ISBN 978-9943-13-064-7