

## **РОЛЬ МАЛОГО БИЗНЕСА В НАЦИОНАЛЬНУЮ ЭКОНОМИКУ**

В развитых странах политика комплексной поддержки малого бизнеса осуществляется последовательно. Это потому, что есть два аспекта развития малого бизнеса. Прежде всего, это связано с экономическими и социальными задачами малого бизнеса в рыночной экономике, которые отражают его важность. Второе связано с недостатками, присущими малому бизнесу, и слабым развитием страны из-за этих недостатков. Выявление этих двух аспектов малого бизнеса требует формирования и развития системы поддержки малого бизнеса в нашей стране.

Он подчеркивает важность малого бизнеса в экономике в полной мере экономических и социальных задач, которые он выполняет. Эти задачи можно разделить на две группы. Первая группа - это общие задачи, которые отражают четко сформулированные цели предпринимателя. Вторая группа является частной. Они проявляются со временем и незначительно отличаются от заявленных целей участников.

Как отмечает А.Смит: «Мы не верим в доброту мясника, шеф-повара или пекаря, когда мы едим, и мы верим, что они будут преследовать свои собственные интересы, и они достигнут невообразимых результатов под «невидимой рукой»<sup>1</sup>. Это означает, что предприниматель выполняет не только отдельные задачи обогащения, но и функции социальной природы скрытого характера.

Это позволяет нам проводить различие между индивидуальными задачами в рамках экономических задач предпринимательской деятельности и задачами социального характера. Приоритет малого бизнеса как фактора экономической свободы должен быть приоритетным. Малый бизнес способствует распространению демократических принципов в сфере экономики. С одной стороны, развитие малого бизнеса дает человеку выбор: быть наемным работником или независимым предпринимателем. С другой стороны, деятельность малых предприятий регулируется в большей степени законами о свободном рынке, чем деятельность крупных корпораций. Эта задача малого бизнеса играет важную роль в либерализации национальной экономики. Из-за высокого уровня государственной зависимости крупных предприятий, составляющих основу нашей республики, их трудно рассматривать как субъекты свободного рынка. Вторая задача малого бизнеса - обеспечить его скрытую, интегральную (интегрирующую) экономику<sup>2</sup>. Фирмы, выполняющие эту задачу, называются коммутантами.

В рыночной экономике наличие платежеспособного спроса должно автоматически генерировать спрос. Но в настоящее время эффективное производство определяется его селективностью. Это не всегда экономически целесообразно.

Когда крупное предприятие производит один продукт, оно является высокоэффективным и не зависит от неприбыльных товаров.

Например, автомобили считаются товарами большого объема. Но для крупных фирм не рекомендуется открывать автозаправочную станцию, потому что операционные издержки высоки, а ежедневная прибыль недостаточна.

Только небольшие фирмы, занимающиеся коммутацией, готовы использовать любую возможность, в то время как другие компании очень избирательны в этом отношении. Средние предприятия характеризуются мелким производством. Однако они начнут производство в секторах с особыми и долгосрочными потребностями. Средним фирмам необходимо собирать и обрабатывать информацию в узком пространстве.

Для крупных предприятий передача части их продукции малому бизнесу выгодна. Малые предприятия как партнеры крупных корпораций будут иметь доступ к технической документации, чертежам и производственным ресурсам крупных предприятий на основе субподряда. Крупные компании заинтересованы в этой зависимости и помогают им разрабатывать новые продукты, совершенствовать технологии и методы контроля качества продукции.

Этот конфликт разрешается через коммерческие фирмы, которые постоянно ищут социальные потребности и могут адаптироваться к рыночным требованиям. Поэтому эти фирмы характеризуются отсутствием планирования в своей деятельности - они очень компактны и должны быть готовы к любым изменениям.

Важность малых предприятий для экономики зависит от их гибкости. Уровень развития малого бизнеса можно суммировать по способности национальной экономики адаптироваться к быстро меняющейся рыночной ситуации<sup>3</sup>.

Одной из важнейших скрытых целей малого бизнеса является создание конкурентной среды в рыночной экономике. Конечно, небольшие фирмы сталкиваются с крупными корпорациями, часто оказываются побежденными. Тем не менее, мелкие фирмы играют важную роль в работе со всем сектором малого бизнеса и крупным капиталом.

Ведущие ученые и эксперты международных форумов и организаций пришли к выводу, что единственный способ преодолеть растущую безработицу - это создать новые предприятия и рабочие места. Следует отметить, что

<sup>1</sup> Смит А. Исследования о природе и причинах богатства народов. М., 1962. с. 276.

<sup>2</sup> Брицьева М. Малое предпринимательство как экономическая категория. // Экономика и общество. 1999, №8

<sup>3</sup> И.Э.Турсунов. А.Б.Курбанов. Инновационные подходы развития предпринимательства. Warsaw, Poland International Journal of Innovative Technologies in Economy 5(17), Vol.2, June 2018

малые предприятия получают выгоду от работы социально уязвимых слоев населения (женщин, инвалидов, беженцев и т. Д.), которые не могут найти работу на крупных предприятиях. Кроме того, небольшие фирмы являются уникальным полигоном для практических занятий и молодых специалистов.

Во многих странах мира большая часть населения занимается малым бизнесом. В частности, 80% в Китае, 48% в Японии, 50% в Соединенных Штатах и 78% в Узбекистане. Доля малого бизнеса в мире также высока: на долю Китая приходится 60%, 68% в Италии, 53% в Германии, 48% в Корее, 50% в США, 21% в России и 56% в Узбекистане. Число субъектов предпринимательской деятельности на 1000 человек населения составляет 57 в Европейском союзе, 90 в США, 27,2 в России<sup>4</sup> и 22 в Узбекистане. Анализ показывает, что доля малого бизнеса в экономиках развитых стран высока. Потому что он определяет постоянно растущую потребность и быстро реализует новые идеи для ее удовлетворения. Страна, которая производит новый продукт, будет в экономическом росте.

Малые предприятия также предоставляют доступ к материальным ресурсам, т.е. используют местные источники сырья и крупные промышленные отходы.

В условиях перехода к рыночной экономике задача малого бизнеса удовлетворять спрос населения на товары и услуги эффективно и полностью.

Потребности общества, промышленности, региона, предприятий и организаций, а также индивидуальные потребности настолько различны, что ни одна государственная организация не может полностью их удовлетворить. Кроме того, они со временем увеличиваются, и, как показывает опыт последних десятилетий, они становятся более индивидуализированными. Только предприниматель в полной мере учитывает и удовлетворяет эти потребности.

Таким образом, некоторые небольшие потребности рынка не могут быть полностью удовлетворены без небольших фирм. Это те, которые должны быть созданы для производства крупных, высокорентабельных или специализированных продуктов, которые будут удовлетворять другие потребности, которые не удовлетворяются. В то же время малые предприятия пользуются преимуществами рынка, потому что они знают своих клиентов и дифференцированные рынки. Это связано прежде всего с тем, что крупные компании обслуживают те сегменты рынка, которые менее привлекательны для небольших компаний из-за их небольшого размера. К ним относится большая доля производства товаров народного потребления. Малые предприятия очень чувствительны к изменениям спроса и способны удовлетворить новые и индивидуальные потребности клиентов. Развитие бизнеса во многом определяется глубокими изменениями, происходящими в современной культуре. Если несколько десятилетий назад успех продаж был обусловлен рыночными стандартами, то сегодня его новизна определяется его оригинальностью. Аналогичные тенденции наблюдаются в сфере услуг - спрос зависит от качества и разнообразия услуг.

---

<sup>4</sup> Владимир Рувинский. Почему малый бизнес не растет .<https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2019/05/08/>