

СОЦИАЛЬНЫЕ ЭФФЕКТЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА КАК ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ СРЕДНЕГО КЛАССА

В. А. Ковтуненко,

(Черкасский национальный университет им. Богдана Хмельницкого, г. Черкассы, Украина)

Малый бизнес позволяет решать одновременно ряд проблем: проблему социальной стабильности в обществе, проблему занятости, проблему формирования среднего класса и развития его структуры. В последнее время желание заниматься именно этим видом трудовой деятельности уменьшилось. Это обусловлено методологическими ошибками по обоснованию государственной политики развития малого бизнеса. Такое положение тормозит формирование и развитие малого бизнеса в Украине, что и определило выбор темы исследования. Проблеме развития малого бизнеса большое внимание уделяют отечественные и зарубежные ученые: Л. Аллен, С. Варналий, С. Мочерный, Ф. Нек и др. Изучение научных работ по тематике исследования показало, что остаются еще вопросы, которые решены недостаточно. Общей проблемой являются социальные последствия развития малого бизнеса.

Социальная значимость малого бизнеса определяется шириной слоя мелких собственников – владельцев малых предприятий и их наемных работников, общая численность которых представляет значительную часть среднего класса любой страны с развитой рыночной экономикой. Именно эта группа населения обслуживает основную массу потребителей, производя комплекс продуктов и услуг в соответствии с быстро изменяющимися требованиями рынка. При этом следует учитывать следующие важнейшие социальные факторы: развитие малых предприятий способствует постепенному созданию широкого слоя мелких собственников (среднего класса), самостоятельно обеспечивающих собственное благосостояние и достойный уровень жизни; они являются основой социально-экономических реформ, гарантом политической стабильности и демократического развития общества; занятие малым бизнесом является также и способом раскрытия внутреннего потенциала личности – представителя среднего класса; сектор малого бизнеса способен создавать новые рабочие места и, следовательно, может обеспечить снижение социальной напряженности в стране.

Анализируя социальные эффекты малого бизнеса, необходимо акцентировать внимание на следующих положительных моментах:

- доля занятых в малом бизнесе постоянно растет, причем более высокими темпами, чем в крупном бизнесе. Даже в кризисные годы малый бизнес продолжает привлекать рабочую силу, хотя и в меньших масштабах, чем в периоды подъема;

- несмотря на высокий уровень банкротств и исчезновений мелких предприятий, темпы появления новых фирм выше, т. е. сальдо «рождений и смертности» этих предприятий часто оказывается положительным;

- наибольший рост рабочих мест наблюдается в категории мелких и мельчайших предприятий, а также в группе «самостоятельно занятых»;

- при падении объема материального производства, отрасли сферы услуг, более тесно связанные с платежеспособным спросом населения, продолжают развиваться. Среди растущих профессиональных групп наибольшее развитие получают профессии, связанные с обслуживанием индивидуальных потребностей: юристы, врачи, работники предприятий отдыха и развлечений; строители-отделочники, декораторы; мебельщики;

- в производство и сферу услуг вовлекаются домохозяйки, пенсионеры и желающие трудиться после основного рабочего времени [1, с. 240].

Важнейшей социальной функцией малого бизнеса, о которой мало упоминается в экономической литературе, является функция профессиональной подготовки специалистов. Малый бизнес в силу своей специфики, как правило, не требует высококвалифицированных работников, вовлекая в основном низкоквалифицированную рабочую силу. Однако по мере его развития возникает необходимость и возможность роста квалификационного уровня работников, что дает импульс формированию и развитию среднего класса. Это особенно существенно в современных условиях Украины. Понимание того, что квалификация работников есть движущее начало производства, привело к переориентации стратегии управления на получение персоналом, занятым на предприятиях малого бизнеса, высоких профессиональных знаний и навыков, на развитие его творческой инициативы, на мотивацию и стимулирование труда.

В последние годы явно выражена тенденция к снижению темпов роста числа малых предприятий, что несет угрозу формированию среднего класса. Одной из главных причин такого положения является недостаточный уровень доходов населения, а также трансформация системы налогообложения в Укра-

ине. Выступления мелких и средних предпринимателей против принятия Налогового кодекса в конце 2010 года есть яркое свидетельство недостаточно взвешенного подхода государства к налогообложению малого бизнеса как основы формирования среднего класса [2, с. 101].

Социальная значимость малых предприятий подтверждается мировым опытом их функционирования – широтой слоя мелких собственников – владельцев малых предприятий и их наемных работников. Именно эта группа населения обслуживает основную массу потребителей, производя комплекс продуктов и услуг в соответствии с быстро изменяющимися требованиями рынка.

Литература

1. *Химченко, А. Н.* Малый бизнес в системе национальной экономики / А. Н. Химченко // Прометей: региональный сборник научных трудов по экономике / Донецкий экономико-гуманитарный институт; ИЭПИНАН Украины. – Донецк: ООО «Юго-Восток, ЛТД», 2003. – Вып. 11. – С. 238–245.
2. *Ляшенко, В. І.* Вплив Податкового кодексу України на розвиток малого підприємництва: експертні оцінки на етапах обговорення, прийняття та внесення змін / В. І. Ляшенко, А. А. Просуленко // Вісник економічної науки України. – 2011. – № 2. – С. 93–111.