

*Пиньковецкая Ю. С., канд. экон. наук, ассистент Ульяновского государственного университета, judy54@yandex.ru*

## МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО НА РЫНКАХ СОВЕРШЕННОЙ И МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ

*В статье рассмотрены основные аспекты функционирования малых предприятий на рынках различных типов. Большинство малых предприятий ведут свою деятельность на рынках совершенной и монополистической конкуренции. В качестве классификационных признаков по определению типа рынка выступают вид экономической деятельности, на котором специализируются предприятия, и численность их работников.*

**Ключевые слова:** малое предпринимательство, вид экономической деятельности, совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, численность работников.

### Введение

За последние годы роль малого предпринимательства в экономике страны существенно выросла. Численность занятых в этом секторе достигла почти 14% экономически активного населения страны (расчеты автора по статистическим данным<sup>1</sup>), а объем производства — четверти выпускаемой в стране продукции и услуг. Стратегией развития нашей страны<sup>2</sup> предусмотрен дальнейший рост количества малых предприятий, объемов их производства. В связи с этим актуальна проблема функционирования малых предприятий в современной рыночной экономике. Ее решение существенно повысит эффективность

малого предпринимательства, обеспечит развитие этого сектора экономики и в полной мере реализует имеющиеся у него достоинства.

Законодательно установлена численность работников малых предприятий, которая не должна превышать 100 чел.<sup>3</sup> Выделяют микропредприятия с численностью работников не более 15 чел. Отметим, что среди малых предприятий преобладают небольшие по численности работники. Это показали проведенные ранее автором исследования<sup>4</sup>.

Известно, что основными типами рыночных структур являются совершенная (чистая) конкуренция, монополия, олигополия и монополистическая конкуренция. Клас-

<sup>1</sup> Сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/>. Дата обращения: 17.01.2012.

<sup>2</sup> Проект стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года. URL: [http://www.economy.gov.ru/minec/activity/sections/innovations/doc20101231\\_016](http://www.economy.gov.ru/minec/activity/sections/innovations/doc20101231_016). Дата обращения 10.01.2011.

<sup>3</sup> Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».

<sup>4</sup> Пиньковецкая Ю. С. Численность предприятий малого бизнеса в Российской Федерации: результаты анализа // Экономика региона. 2009. № 2 (18). С. 224–230.

сификация сложилась в середине XX в. на основе работ гарвардских экономистов Э. Чемберлина<sup>5</sup> и Дж. Бэйна<sup>6</sup>. Рыночным структурам, в которых осуществляют свою деятельность предприятия, посвящены работы отечественных и зарубежных авторов: А. Г. Грязновой, А. Ю. Юданова<sup>7</sup>, К. Макконнелла, С. Брю<sup>8</sup>, Дж. Робинсон<sup>9</sup>, С. Фишера, Р. Дорнбуша, Р. Шмалензи<sup>10</sup>.

Общепринятые признаки, определяющие типы рыночных структур, — это количество предприятий на рынке, доля продукции каждого из них, доступность рыночной информации, тип предлагаемой продукции (однородная, дифференцированная), условия входа на рынок.

Вопросы отнесения тех или иных категорий средних и крупных предприятий к четырем основным типам рыночных структур достаточно освещены в отечественной и зарубежной литературе. В некоторых работах<sup>11</sup> отмечается, что малые предприятия

функционируют на рынке чистой конкуренции. Но в целом особенностям деятельности малых предприятий на различных рынках уделялось мало внимания.

В статье рассмотрены основные аспекты функционирования малых предприятий на рынках четырех указанных выше типов. При этом автором были предложены следующие гипотезы:

— определяющим признаком функционирования малых предприятий на рынке конкретного типа является вид экономической деятельности, на котором специализируется предприятие;

— большинство малых предприятий ведут деятельность на рынках совершенной и монополистической конкуренции, причем предприятия, которые конкурируют на каждом из рынков, отличаются не только по видам экономической деятельности, но и по численности работников;

— на рынке совершенной конкуренции преобладают предприятия с небольшой численностью работников (микропредприятия), а на рынке монополистической конкуренции — более крупные по размеру малые предприятия.

Поскольку рынков совершенной конкуренции в реальной жизни, как правило, нет, далее под рынками совершенной конкуренции будут подразумеваться рынки, стремящиеся к совершенной конкуренции.

Учет особенностей деятельности малых предприятий на рынках различных типов необходим, поскольку без понимания того, на рынке какого типа конкурирует конкретное малое предприятие, невозможно решение задач поддержки предпринимательства, оказания помощи и содействия малым предприятиям, создания требуемых институциональных условий на всех уровнях управления: федеральном, региональном, муниципальном.

В процессе исследований использовались исходные данные, характеризующие малые предприятия в Российской Федерации и ее отдельных субъектах (республиках,

<sup>5</sup> Chamberlin E. Measuring the Degree of Monopoly and Competition // *Monopoly and Competition and Their Regulation* / Ed. by E. Chamberlin. London, 1954. P. 264–265; Chamberlin E. *The Theory of Monopolistic Competition*. Cambridge, MA: Harvard University Press, Mass. 1946. — 396 p.

<sup>6</sup> Bain J. Chamberlin's Impact on Microeconomic Theory // *Monopolistic Competition Theory: Studies and Impact* / Ed. by R. Kuenne. New York, 1967; Bain J. Condition of Entry and the Emergence of Monopoly // *Monopoly and Competition and Their Regulation* / Ed. by E. Chamberlin. London, 1954. P. 227–237.

<sup>7</sup> Микроэкономика. Теория и российская практика / под ред. А. Г. Грязновой, А. Ю. Юданова. М.: КноРус, 2002. — 544 с.

<sup>8</sup> Макконнелл К. Р., Брю С. Л. *Экономикс: принципы, проблема и политика*. М.: ИНФРА-М, 2005. — 972 с.

<sup>9</sup> Robinson J. *The Economics of Imperfect Competition*. London: Macmillan, 1969. — 352 p.

<sup>10</sup> Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. *Экономика*. М.: Дело Лтд, 1995. — 864 с.

<sup>11</sup> Хайман Д. Н. *Современная микроэкономика: анализ и применение*. М.: Финансы и статистика, 1992. — 384 с.; Пиндайк Р. С., Рубинфельд Д. Л. *Микроэкономика*. М.: ДЕЛО, 2001. — 808 с.

краях, областях): статистические данные<sup>12</sup>, публикации в научных сборниках и монографиях, периодической печати и Интернете. Применялись методы логического, экономико-статистического, системного анализа, математической статистики и эконометрики. Проводилось сопоставление фактических условий деятельности малых предприятий и признаков, характеризующих типы рыночных структур.

### Малые предприятия на рынках четырех типов

Исследования показали, что к рынкам монополии и олигополии может быть отнесено небольшое количество малых предприятий. Для таких рынков характерно, что одно или несколько предприятий являются производителями определенного продукта. При этом не существует хороших или близких заменителей продукции — функционируют малые предприятия, выпускающие уникальную продукцию, прежде всего предприятия художественных и народных промыслов, которые производят исторически сложившуюся в местности продукцию. В качестве примеров можно отметить декоративную роспись по дереву и керамике, художественную резьбу, кружевные изделия, резьбу по кости, деревянные и керамические игрушки, инкрустированное оружие, оренбургские и павлопосадские платки и другие аналогичные изделия. Ряд малых предприятий специализируется на изготовлении изделий из драгоценных, полудрагоценных

и декоративных камней, которые характерны для определенных районов нашей страны. Кроме того, к рассматриваемым рынкам относится небольшая часть инновационных предприятий, которые выпускают уникальную программную, техническую и технологическую продукцию.

К рынку олигополии относятся также малые предприятия, которые выпускают комплектующие изделия для крупных промышленных комплексов и сборочных предприятий (автомобильных, машиностроительных, электротехнических, химических и др.), запасные части к различному оборудованию и бытовым приборам. При этом ассортимент изделий достаточно узок.

Вместе с тем удельный вес малых предприятий на рынках монополии и олигополии невелик. Функционируют малые предприятия, специализирующиеся на крайне ограниченных видах деятельности.

Большинство же малых предприятий работает, как показали исследования, на рынках совершенной и монополистической конкуренции, поэтому в настоящей статье основное внимание уделяется деятельности малых предприятий на рыночных структурах указанных типов.

Как для совершенной, так и для монополистической конкуренции характерно наличие большого количества предприятий на соответствующем рынке. Сектор малого предпринимательства включает в настоящее время более 1,5 млн малых предприятий, при этом существенно, что малые предприятия составляют более 30% общего количества предприятий в стране (расчеты автора по данным<sup>13</sup>). Отметим, что малые предприятия, как правило, реализуют продукцию на рынках внутри субъектов страны, в которых они расположены.

Малые предприятия специализируются на пяти основных видах экономической дея-

<sup>12</sup> Малое предпринимательство в России. 2008: стат. сб. / Росстат. М., 2008. — 164 с.; Малое и среднее предпринимательство в России. 2009: стат. сб. / Росстат. М., 2009. — 151 с.; Малое и среднее предпринимательство в России. 2010: стат. сб. / Росстат. М., 2010. — 172 с.; Сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Ульяновской области. URL: <http://uln.gks.ru/munstat/default.aspx>. Дата обращения: 30.12.2011; сайт Департамента развития предпринимательства министерства экономики Ульяновской области. URL: [www.sme.ulgov.ru/gosstat/](http://www.sme.ulgov.ru/gosstat/). Дата обращения: 30.12.2011.

<sup>13</sup> Сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/>. Дата обращения: 17.01.2012.

тельности<sup>14</sup>. К обрабатывающим производствам относятся предприятия, производящие пищевые продукты, выпускающие текстильную и швейную продукцию, изделия из кожи, дерева, ведущие издательскую и полиграфическую деятельность, предприятия нефтяной, химической, машиностроительной промышленности, а также другие аналогичные производства. К строительству относят малые предприятия, ведущие строительство (в основном индивидуальных и малоквартирных домов, нежилых построек), реконструкцию, капитальный и текущий ремонт зданий и сооружений, включая строительство и ремонт по заказам населения. Следующим видом экономической деятельности является оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования (далее — торговля). К малым предприятиям транспорта и связи относятся предприятия сухопутного, водного, воздушного видов транспорта, а также все виды предприятий электросвязи, почтовой и курьерской деятельности. Сфера экономической деятельности, связанная с операциями с недвижимым имуществом, включает не только различные операции с недвижимым имуществом, аренду и предоставление сопутствующих услуг, но и аренду машин и оборудования без оператора и прокат бытовых изделий и предметов личного пользования, а также ряд вспомогательных услуг.

В большинстве субъектов Российской Федерации по каждому из указанных выше основных видов экономической деятельности (торговля, обрабатывающие производства, строительство, транспорт и связь, операции с недвижимым имуществом) число малых предприятий достаточно велико (100 и более предприятий).

Доля продукции на рынке, продаваемой каждым предприятием, непосредственно

связана с количеством предприятий, конкурирующих на рынке. Поскольку в каждом субъекте Российской Федерации функционирует значительное количество малых предприятий одной отрасли, на каждое из них приходится небольшая доля продукции данной отрасли. Это положение вытекает из самой экономической дефиниции малого предприятия как имеющего небольшую численность работников и небольшой объем производства. Указанная тенденция подтверждается выводами, сделанными на основе разработанных ранее экономико-математических моделей<sup>15</sup>, о том, что большинство малых предприятий имеют численность менее 9 чел. Небольшая доля продукции, приходящаяся на одно предприятие, является признаком рынков совершенной и монополистической конкуренции.

Доступность рыночной информации для малых предприятий обусловлена наличием данных о фактических ценах, скидках, подробной характеристике продукции, достоинствах той или иной продукции, гарантиях ее качества. Такая информация широко распространяется в рекламных изданиях, СМИ, в Интернете, на выставках. Предприятия публикуют свои прейскуранты, выпускают другую рекламную продукцию. Соответствующую информацию можно также получить на основании различных запросов. Учитывая особенности деятельности, каждое малое предприятие заинтересовано в максимально широком распространении данных о себе. Таким образом, информация доступна, и ограничений на ее получение, как правило, нет.

Однако барьеры, тормозящие вход малых предприятий на рынки, безусловно, существуют и связаны, в частности, с отсутствием необходимого стартового капитала, трудностями оформления соответствующих

<sup>14</sup> Система «Налоговая справка». Общероссийский классификатор видов экономической деятельности. URL: <http://www.okvad.ru>. Дата обращения: 10.01.2012.

<sup>15</sup> Пиньковецкая Ю. С. Численность предприятий малого бизнеса в Российской Федерации: результаты анализа // Экономика региона. 2009. № 2 (18). С. 224–230.

Таблица 1

## Динамика роста количества предприятий

	Количество предприятий		Темп прироста, %
	2003 г.	2010 г.	
Все предприятия	3 845 278	4 823 300	25
Малые предприятия	893 000	1 621 700	82
Все предприятия без малых	2 952 278	3 201 600	8

кредитов, институциональными аспектами начала нового бизнеса и рядом других аспектов. Отметим, что такие тенденции имеют место, несмотря на наличие проблем, тормозящих развитие малого предпринимательства в стране. Анализ публикаций в прессе, а также сети Интернет<sup>16</sup>, показал, что до настоящего времени сохраняются сложности с регистрацией предприятий, ведется большое количество разнообразных необоснованных проверок.

Аналогичная ситуация характерна для оценки финансовых барьеров. Стартовые инвестиции малых предприятий, как правило, невелики и поэтому не могут рассматриваться в качестве барьера для входа на рынок. В последнее время созданы различные фонды кредитования и субсидирования возникших малых предприятий.

В целом, необходимо отметить, что рассмотренные барьеры нельзя назвать запретительными. Более того, в последнее время имеет место тенденция к снижению их уровня, которую подтверждает динамика роста числа малых предприятий<sup>17</sup> в стране (табл. 1).

Из таблицы 1 видно, что темпы роста числа малых предприятий в Российской

Федерации за период с 2003 по 2010 гг. значительно превосходили темпы роста всех других предприятий страны. Аналогичные тенденции характерны для предприятий всех федеральных округов, а также для предприятий, относящихся к различным видам экономической деятельности.

Можно сделать вывод о снижении барьеров для входа малых предприятий на рынок. Это признак их функционирования на рынках совершенной и монополистической конкуренции.

Большое количество малых предприятий одного вида экономической деятельности и небольшая доля каждого из них на рынке, отсутствие существенных барьеров для входа, доступность рыночной информации — признаки рынков совершенной и монополистической продукции, и, следовательно, именно здесь функционируют малые предприятия.

Признаком, определяющим различие рынков совершенной и монополистической конкуренции, является тип продукции, выпускаемой предприятием: однородная (стандартизированная) — для первого типа рынка, дифференцированная — для второго.

Известно, что для рынка совершенной конкуренции характерно производство предприятиями однородной продукции. В реальных условиях абсолютно однородная продукция встречается достаточно редко, поэтому далее под однородной будет пониматься продукция с близкими потреби-

<sup>16</sup> Сайт Национального института системных исследований проблем предпринимательства. URL: <http://www.nisse.ru/business/efforts/>. Дата обращения: 16.01.2012.

<sup>17</sup> Сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/>. Дата обращения: 17.01.2012; Российский статистический ежегодник. 2011: стат. сб. / Росстат. М., 2011. — 795 с.

тельскими качествами. В наибольшей мере соответствует признаку однородности продукция малых сельскохозяйственных предприятий. Максимально приближена к рынку совершенной конкуренции деятельность малых предприятий торговли, сферы услуг, транспорта, связи и операций с недвижимостью.

Инновационные малые предприятия также функционируют в основном на рынке совершенной конкуренции. Как правило, они выпускают один вид продукции, обусловленный научными исследованиями. Выпускать несколько видов для них нецелесообразно по технологическим причинам. Они узко специализированы и имеют небольшую численность.

Малые предприятия строительной отрасли зачастую функционируют на рынке монополистической конкуренции, поскольку абсолютное большинство строительных объектов (как жилищного, так и промышленного назначения) индивидуальны. Кроме того, степень дифференциации очень высока в связи с необходимостью учета задач, поставленных заказчиками.

Малые предприятия сферы производства в большинстве случаев выпускают дифференцированную продукцию. Вместе с тем имеется ряд малых промышленных предприятий, специализированных на выпуске стандартизированной продукции (запасные части, комплектующие, хлебобулочные изделия).

### **Анализ деятельности малых предприятий в Ульяновске**

Основные закономерности и тенденции развития малых предприятий производственной сферы рассмотрим на примере трех групп предприятий г. Ульяновска, производящих, соответственно, окна, двери и мебель. Всего в городе функционирует 592 малых предприятия сферы производства. Были проанализированы данные по 167 малым предприятиям, относящимся

к указанным группам. Они составляют 28,2% общего количества малых производственных предприятий. Из числа рассмотренных предприятий 50 выпускают двери, 54 — окна, 63 — мебель. Наличие такого количества предприятий подтверждает приведенный выше вывод о большом количестве малых предприятий, выпускающих однотипную продукцию. Анализ показал, что даже самые крупные из малых предприятий по объему производства занимают не более 10% рынка соответствующей продукции. Таким образом, каждое из малых предприятий занимает небольшой сегмент рынка.

Об отсутствии барьеров для входа малых предприятий на рынки свидетельствуют данные о том, что ежегодно начинают вести свою деятельность более 15 предприятий по производству окон, дверей и мебели. Барьеров для выхода малых предприятий с рынков также не существует, поскольку ежегодно прекращает деятельность около 10 предприятий в каждой из перечисленных групп. Таким образом, вход рассмотренных групп малых предприятий на рынки и выход с них являются свободными.

Анализ продукции рассматриваемых малых предприятий показал, что для предприятий с очень малой численностью работников она однородна, при этом цены невысоки. Для предприятий с большей численностью характерен высокий уровень дифференциации выпускаемой продукции.

Ниже представлены виды продукции предприятий, выпускающих окна. Рассматривались существенные функциональные особенности продукции и ее дизайн. Не учитывались такие параметры, как размер изделий, их цвет, применяемая фурнитура. Продукция предприятий была классифицирована по используемым материалам — дерево, алюминий и пластмасса; по используемым типам стекол — энергосберегающие, закаленные, ламинированные, тонированные, матовые, зеркальные, солнцезащитные, теплоотражающие, бро-

нированные, противоударные и пуленепробиваемые; стеклопакеты производятся одно-, двух-, трех-, четырех- и пятикамерные. Различных комбинаций используемых материалов рам и коробок, типов стекол и видов стеклопакетов достаточно много. В деятельности рассмотренных малых предприятий используются почти все возможные комбинации, что свидетельствует о высокой степени дифференциации продукции предприятий, выпускающих окна.

Предприятия, специализирующиеся на производстве дверей, выпускают как однородную, так и дифференцированную продукцию. В последнем случае двери отличаются по используемым материалам, дизайну, сложности конструкции. При этом предприятия, производящие однородную продукцию, имеют значительно меньшую численность работников.

Анализ деятельности предприятий по выпуску мебели показал, что на них производится более 38 видов различной мебели. Аналогично, как и предприятия двух других групп, они могут быть разделены на выпускающие однородную продукцию и имеющие широкий ассортимент товаров. Отмеченная выше тенденция к небольшой численности работников узко специализированных предприятий сохраняется и в данной группе.

Каждое из малых предприятий самостоятельно определяет свою ценовую политику. Переход от однородной к дифференцированной продукции позволяет повышать цены. При этом дополнительная прибыль может быть получена не за счет снижения затрат, а путем установления ценовых надбавок, обусловленных более высоким качеством продукции, лучшими потребительскими свойствами, эстетическими и дизайнерскими отличиями. Вместе с тем функционирование на рынке монополистической конкуренции требует дополнительных расходов на рекламу и продвижение товара, а зачастую и увеличения производственных мощностей.

Проведенный анализ по трем группам предприятий сферы производства Ульяновска подтвердил приведенное выше утверждение о деятельности малых предприятий на рынках совершенной и монополистической конкуренции. Причем на рынке первого типа ведут деятельность предприятия небольшого размера, с малым числом работников. Большие по размеру предприятия функционируют на рынке монополистической конкуренции.

### **Взаимосвязь характеристик малых предприятий и рынков, на которых они конкурируют**

Выпуск однородной продукции на малых предприятиях обуславливается не только спецификой самой продукции (сельскохозяйственная, комплектующие, запасные части) и отсутствием потребности в дифференцированной продукции, но и малой численностью работников, недостаточной оснащенностью, отсутствием специалистов.

Уровень профессиональной подготовки работников предприятий, выпускающих дифференцированную продукцию, как правило, выше, чем на предприятиях, выпускающих однородную продукцию. Это обусловлено тем, что малые предприятия, специализированные на выпуске однородных товаров и услуг, в большинстве случаев производят относительно несложную продукцию, соответственно, потребность в высококвалифицированных работниках у них невелика. Их перепрофилирование затруднено в связи с отсутствием необходимых средств, поэтому микропредприятиям (небольшим по размеру) сложно производить дифференцированную продукцию. Кроме того, дифференциация требует значительных инвестиций в техническое оснащение, приобретение и освоение дополнительного оборудования и технологий, обучение персонала. Именно эти факторы определяют оборот малых предприятий, что подтвержда-

Таблица 2

**Средняя численность работников  
и тип продукции по малым предприятиям**

Вид деятельности	Численность работников одного предприятия, чел.	Преобладающий тип продукции
Торговля	6	Однородная
Обрабатывающее производство	13	Однородная, дифференцированная
Строительство	11	Однородная, дифференцированная
Транспорт и связь	8	Однородная
Операции с недвижимым имуществом	8	Однородная

ется разработанными автором производственными функциями<sup>18</sup>.

Таким образом, размер (численность работников) малых предприятий, наряду с видом экономической деятельности, в значительной степени определяет их преобладание, соответственно, на рынках совершенной или монополистической конкуренции. Эта закономерность подтверждается данными, приведенными в табл. 2, в которой представлены средние значения численности работников и преобладающий тип продукции (однородная и дифференцированная) малых предприятий Российской Федерации по основным видам экономической деятельности.

Анализ данных, приведенных в табл. 2, подтверждает сделанные в процессе проведения исследований выводы о том, что большинство малых предприятий, специализированных на таких видах деятельности, как торговля, транспорт и связь, а также операции с недвижимым имуществом, ведут деятельность на рынке совершенной конкуренции. Предприятия обрабатывающих производств и строительства могут функционировать на рынке как совершен-

ной, так и монополистической конкуренции. При этом на рынке совершенной конкуренции небольшие по размеру предприятия, а на рынке монополистической продукции — предприятия, имеющие большую численность работников. В целом исследование позволили выделить два признака, определяющих, на рынке какого типа в большинстве случаев конкурирует конкретное малое предприятие: вид экономической деятельности и численность работников.

## Заключение

В статье рассматриваются закономерности и тенденции, характерные для большинства малых предприятий. Они обусловлены спецификой деятельности предприятий и преобладанием среди них, как указано выше, микропредприятий. Эти закономерности достаточно устойчивы, что подтвердил анализ малых предприятий г. Ульяновска.

Автором были рассмотрены рынки, на которых функционируют малые предприятия. На рынках олигополии и монополии предлагают свою продукцию небольшое количество малых предприятий. Абсолютное большинство малых предприятий конкурирует на рынках совершенной и монополистической конкуренции. Определяющим признаком функционирования малых предприятий на рынке соответствующего типа является

<sup>18</sup> Пиньковецкая Ю. С. Производственные функции для анализа деятельности малых предприятий // Montenegrin journal of Economics. Podgorica: ELIT (Ekonomiska laboratorija za istraživanje tranzicije). Vol. 7. № 2, December 2011, UDC 33 (51), ISSN 1800–5845, COBISS. CG-ID 9275920. С. 101–109.



вид экономической деятельности, на котором специализируется предприятие.

Основное различие между малыми предприятиями, которые конкурируют на рынках совершенной и монополистической конкуренции, обусловлено предлагаемой предприятиями продукцией: однородной или дифференцированной. Учитывая это, наряду с видом экономической деятельности в качестве признака, определяющего преобладание малых предприятий на одном из двух указанных рынков, выступает численность работников предприятия. На рынке совершенной конкуренции преобладают предприятия с небольшой численностью работников (микropредприятия), а на рынке монополистической конкуренции — более крупные по размеру малые предприятия.

В целом гипотезы, предложенные для объяснения особенностей функционирования малых предприятий на различных типах рынков, в процессе исследований получили свое подтверждение. Выводы и рекомендации могут быть использованы для обоснования дальнейшего развития малых предприятий, совершенствования их деятельности, улучшения институционального климата, определения основных направлений поддержки малого предпринимательства органами власти на всех уровнях управления. В частности, с учетом особенностей деятельности малых предприятий на рынках совершенной и монополистической конкуренции дальнейшее развитие малого предпринимательства требует решения задач снижения отмеченных административных и финансовых барьеров входа на эти рынки.

Условия входа на рынок монополистической конкуренции должны быть сравнительно легкими. При входе на рынок совершенной конкуренции препятствия должны отсутствовать. Как было отмечено, данные условия выполняются в настоящее время не в полной мере, поэтому главной проблемой, которая должна быть решена в ближайшее время, является существенное снижение имеющихся барьеров. Для этого следу-

ет уделить особое внимание формированию инфраструктуры, обеспечивающей деятельность малых предприятий со стороны федеральных, региональных и муниципальных органов власти. В частности, необходимо создание и развитие фондов, обеспечивающих финансирование на льготных условиях (с частичным возмещением кредитных ставок из бюджетов различных уровней) малых предприятий; открытие бизнес-инкубаторов и технопарков, где могут быть размещены малые предприятия с оказанием последним ряда аутсорсинговых услуг (консультирование, оценка бизнес-проектов, ведение учета и составление отчетности, предоставление в аренду высокотехнологичного оборудования); использование лизинговых схем для обеспечения основными фондами. Кроме того, для исключения административных барьеров следует решить ряд задач законодательного и институционального характера, в том числе провести корректировку законодательной и нормативной базы малого предпринимательства (уменьшающую количество нужных документов, объемы отчетности), обеспечение согласованности действий органов власти различных уровней в части снижения количества административных, фискальных, контрольных и других видов проверок. Все это обеспечит существенное повышение эффективности деятельности малых предприятий на рынках совершенной и монополистической конкуренции и создаст предпосылки для повышения роли малого предпринимательства в экономике нашей страны.

### Список литературы

1. Сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/>. Дата обращения: 17.01.2012.
2. Проект стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года. URL: [http://www.economy.gov.ru/minec/activity/sections/innovations/doc20101231\\_016](http://www.economy.gov.ru/minec/activity/sections/innovations/doc20101231_016). Дата обращения 10.01.2011.

3. Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».
4. Пиньковецкая Ю. С. Численность предприятий малого бизнеса в Российской Федерации: результаты анализа // Экономика региона. 2009. № 2 (18). С. 224–230.
5. Chamberlin E. Measuring the Degree of Monopoly and Competition // Monopoly and Competition and Their Regulation / Ed. by E. Chamberlin. London, 1954. P. 264–265.
6. Chamberlin E. The Theory of Monopolistic Competition. Cambridge, MA: Harvard University Press, Mass. 1946. — 396 p.
7. Bain J. Chamberlin's Impact on Microeconomic Theory // Monopolistic Competition Theory: Studies and Impact / Ed. by R. Kuenne. New York, 1967.
8. Bain J. Condition of Entry and the Emergence of Monopoly // Monopoly and Competition and Their Regulation / Ed. by E. Chamberlin. London, 1954. P. 227–237.
9. Микроэкономика. Теория и российская практика / под ред. А. Г. Грязновой, А. Ю. Юданова. М.: КноРус, 2002. — 544 с.
10. Макконнелл К. Р., Брю С. Л. Экономикс: принципы, проблема и политика. М.: ИНФРА-М, 2005. — 972 с.
11. Robinson J. The Economics of Imperfect Competition. London: Macmillan, 1969. — 352 p.
12. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. М.: Дело, 1995. — 864 с.
13. Хайман Д. Н. Современная микроэкономика: анализ и применение. М.: Финансы и статистика, 1992. — 384 с.
14. Пиндайк Р. С., Рубинфельд Д. Л. Микроэкономика. М.: Дело, 2001. — 808 с.
15. Малое предпринимательство в России. 2008: стат. сб. / Росстат. М., 2008. — 164 с.
16. Малое и среднее предпринимательство в России. 2009: стат. сб. / Росстат. М., 2009. — 151 с.
17. Малое и среднее предпринимательство в России. 2010: стат. сб. / Росстат. М., 2010. — 172 с.
18. Сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Ульяновской области. URL: <http://uln.gks.ru/munstat/default.aspx>. Дата обращения: 30.12.2011.
19. Сайт Департамента развития предпринимательства министерства экономики Ульяновской области. URL: [www.sme.ulgov.ru/gosstat/](http://www.sme.ulgov.ru/gosstat/). Дата обращения: 30.12.2011.
20. Система «Налоговая справка». Общероссийский классификатор видов экономической деятельности. URL: <http://www.okvad.ru>. Дата обращения: 10.01.2012.
21. Сайт Национального института системных исследований проблем предпринимательства. URL: <http://www.nisse.ru/business/efforts/>. Дата обращения: 16.01.2012.
22. Российский статистический ежегодник. 2011: стат. сб. / Росстат. М., 2011. — 795 с.
23. Пиньковецкая Ю. С. Производственные функции для анализа деятельности малых предприятий // Montenegrin journal of Economics. Podgorica: ELIT (Ekonomska laboratorija za istraživanje tranzicije). Vol. 7. № 2, December 2011, UDC 33 (51), ISSN 1800–5845, COBISS. CG-ID 9275920. С. 101–109.

---

*J. Pinkovetskaya, Phd in Economic Sciences, assistant, Ulyanovsk State University, judy54@yandex.ru*

## SMALL ENTREPRENEURSHIP ON THE MARKETS OF PERFECT AND MONOPOLISTIC COMPETITION

The article describes the main aspects of functioning the small enterprises in various types of markets. Most small enterprises conduct their activity in the markets of perfect and monopolistic competition. As the classifier indicators to determine the type of market are: the type of economic activity, on which specialize enterprises and quantity of their employees.

**Key words:** small entrepreneurship, the type of economic activity, perfect and monopolistic competition, monopolistic competition, quantity of employees.