

## **Тема 2. Малый и крупный бизнес в РФ**

### **1. Малое предпринимательство**

В экономике развитых стран одновременно функционируют крупные, средние и малые предприятия, а также осуществляется деятельность, базирующаяся на личном и семейном труде.

Размеры предприятий зависят от специфики отраслей, их технологических особенностей, от действия эффекта масштабности. Есть отрасли, связанные с высокой капиталоемкостью и значительными объемами производства, и отрасли, для которых не требуются предприятия больших размеров, а напротив, именно малые оказываются для них более предпочтительными.

Для современной экономики характерна сложная комбинация различных по масштабам производств - крупных с тенденцией к монопольным структурам и небольших, складывающихся под влиянием многих факторов.

С одной стороны, устойчивой тенденцией научно-технического прогресса является концентрация производства. Именно крупные фирмы располагают большими материальными, финансовыми, трудовыми ресурсами, квалифицированными кадрами. Они способны вести крупномасштабные научно-технические разработки, которые и определяют важнейшие технологические сдвиги.

С другой стороны, в последнее время выявился небывалый рост малого и среднего предпринимательства, особенно в сферах, где пока не требуется значительных капиталов, больших объемов оборудования и кооперации множества работников. Малых и средних предприятий особенно много в наукоемких видах производства, а также в отраслях, связанных с производством потребительских товаров и оказанием услуг. Эффективное функционирование малых форм производства определяется рядом их преимуществ по сравнению с крупным производством: близость к местным рынкам и приспособление к запросам клиентуры; производство малыми партиями, что невыгодно крупным фирмам; исключение лишних звеньев управления и т.д. Малому производству способствуют дифференциация и индивидуализация спроса в сфере производственного и личного потребления.

Развитие мелкого и среднего производства создает благоприятные условия для оздоровления экономики, поскольку развивается конкурентная среда, создаются дополнительные рабочие места, активнее идет структурная перестройка; расширяется потребительский сектор. Кроме того, развитие МП ведет к насыщению рынка товарами и услугами, к повышению экспортного потенциала, лучшему использованию местных сырьевых ресурсов. Вместе с тем МП присущи: быстрая реакция на требования рынка; высокий уровень специализации; возможность мобилизации ресурсов на перспективных направлениях

**Малое предпринимательство (малый бизнес) — это совокупность независимых мелких и средних предприятий, выступающих как экономические субъекты рынка.**

Для малого бизнеса характерно:

- юридическая независимость;
- управление предприятием собственником капитала или партнерами-собственниками с целью получения предпринимательского дохода;
- небольшие размеры по основным показателям деятельности субъекта хозяйствования: уставный капитал, величина активов, объем оборота (прибыли, дохода);
- численность персонала.

Мелкие и средние предприятия не являются уменьшенной моделью или промежуточным этапом в развитии крупной фирмы, а представляют собой особую модель со специфическими чертами и законами развития. Для них характерны особенности в управлении и используемых экономических методах. Их можно свести к следующим:

- высокая степень централизации и персонализации управления. Руководитель-собственник сосредоточивает в своих руках финансовые, экономические, социальные функции и полномочия, что ставит предприятие в зависимость от его деловых и личных качеств;
- высокая зависимость от внешней среды: банков, крупных предприятий, государственной администрации, научных лабораторий, консультационных фирм;
- дефицит финансовых ресурсов — как собственных, так и заемных.

### **Преимущества и недостатки малого бизнеса**

малому бизнесу присущи: быстрая реакция на требования рынка; высокий уровень специализации; возможность мобилизации ресурсов на перспективных направлениях.

Анализируя зарубежный и отечественный опыт развития малого предпринимательства, можно указать на следующие **преимущества малого предпринимательства:**

- увеличение числа собственников, а значит, формирование среднего класса — главного гаранта политической стабильности в демократическом обществе;
- рост доли экономически активного населения, что увеличивает доходы граждан и сглаживает диспропорции в благосостоянии различных социальных групп;
- селекция наиболее энергичных, дееспособных индивидуальностей, для которых малый бизнес становится первичной школой

самореализации;

- создание новых рабочих мест с относительно низкими капитальными затратами, особенно в сфере обслуживания;
- трудоустройство работников, высвобождаемых в госсекторе, а также представителей социально уязвимых групп населения (беженцев из «горячих точек», инвалидов, молодежи, женщин);
- подготовка кадров за счет использования работников с ограниченным формальным образованием, которые приобретают свою квалификацию на месте работы;
- разработка и внедрение технологических, технических и организационных новшеств (стремясь выжить в конкурентной борьбе, малые формы чаще склонны идти на риск и осуществлять новые проекты);
- косвенная стимуляция эффективности производства крупных компаний путем освоения новых рынков, которые солидные фирмы считают недостаточно емкими (из недр малого бизнеса вырастают не только крупные компании, но и наиболее современные наукоемкие отрасли и производства);
- ликвидация монополии производителей, создание конкурентной среды;
- мобилизация материальных, финансовых и природных ресурсов, которые иначе остались бы невостребованными, а также более эффективное их использование;
- снижение фондовооруженности и капиталоемкости при выпуске более трудоемкой продукции, быстрая окупаемость вложений; например, в США у компаний с числом занятых менее 100 чел. продажи на доллар активов больше, чем у крупных компаний, не только в таких отраслях, как сервис, финансовое страхование, оптовая торговля, но и на транспорте, а также в обрабатывающей промышленности;
- улучшение взаимосвязи между различными секторами экономики.

Кроме того, собственники малых предприятий более склонны к сбережениям и инвестированию, у них всегда высокий уровень личной мотивации в достижении успеха, что положительно сказывается в целом на деятельности предприятия.

Однако, как уже было упомянуто во введении, малому предпринимательству присущи и определенные недостатки, среди которых можно выделить самые существенные:

- более высок уровень риска, поэтому высокая степень неустойчивости положения на рынке;
- зависимость от крупных компаний;
- недостатки в управлении собственным делом;
- слабая компетентность руководителей;
- повышенная чувствительность к изменениям условий

хозяйствования;

- трудности в заимствовании дополнительных финансовых средств и получении кредитов;
- неуверенность и неосторожность хозяйствующих партнеров при заключении договоров (контрактов) и др.

Как показывает мировая и отечественная практика, основным критериальным показателем, на основе которого предприятия (организации) различных организационно-правовых форм относятся к субъектам малого предпринимательства, является в первую очередь средняя численность работников, занятых за отчетный период на предприятии (организации). В ряде научных работ под малым предпринимательством понимается деятельность, осуществляемая относительно небольшой группой лиц, или предприятие, управляемое одним собственником.

Как правило, наиболее общими критериальными показателями, на основе которых субъекты хозяйственной деятельности относятся к субъектам малого предпринимательства, является численность персонала (занятых работников), размер уставного капитала, величина активов, объем оборота (прибыли, дохода). По данным Мирового банка, общее число показателей, по которым предприятия относятся к субъектам малого предпринимательства (бизнеса), превышает 50. Однако наиболее часто применяемыми критериями являются следующие: средняя численность занятых на предприятии работников, ежегодный оборот, полученный предприятием, как правило, за год, и величина активов.

Но во всех развитых странах первым критерием отнесения предприятий к субъектам малого предпринимательства является численность работающих.

В развитых европейских странах малый бизнес производит до 70% ВВП и создает от 50 до 60% рабочих мест, а на тысячу европейцев приходится от 30 до 35 малых предприятий.

В соответствии с Федеральным законом от 14 июня 1995 г. N 88-ФЗ "О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации" в нашей стране статус малого предприятия могут получить те организации, деятельность которых соответствует следующим критериям:

1) доля государства, общественных, религиозных, благотворительных организаций в уставном капитале малого предприятия не должна быть менее 25%;

2) доля финансовых ресурсов посторонних юридических и физических лиц в уставном капитале малого предприятия не должна быть более 25%;

3) средняя численность работников за отчетный период не превышает

следующих предельных уровней:

- в промышленности – 100 человек;
- в строительстве – 100 человек;

- на транспорте – 100 человек;
- в сельском хозяйстве – 60 человек;
- в научно-технической сфере – 60 человек;
- в оптовой торговле – 50 человек;
- в розничной торговле и бытовом обслуживании населения – 30 человек;
- в остальных отраслях – 50 человек.

Под субъектами малого предпринимательства понимаются также физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица.

Лидером в части развития малого бизнеса остаются США. Здесь с 1987 по 1992 годы вообще 100% новых рабочих мест были созданы малым бизнесом, а 99% всех предприятий страны относятся к малым, 98% из них - коллективы со штатом не более 25 человек. Эти компании выпускают 55% новых товаров, 50% всех товаров, произведенных в частном секторе США, и осваивают до 20% ассигнований, выделяемых в рамках госзаказа.

В нашей стране реально малое предпринимательство имеет более крупные масштабы по сравнению с вышеприведенной статистикой, поскольку значительная масса микропредпринимателей не состоит на учете в налоговых и иных контрольных органах. По мнению специалистов, число самозанятых граждан сравнимо с количеством малых предпринимателей, а возможно, даже превосходит его. И для развития стимулов таких категорий граждан к «легализации» своих доходов требуются активные действия со стороны государства.

## **2. Система государственного регулирования малого предпринимательства.**

Система государственного регулирования малого предпринимательства – экономическое, правовое, организационное обеспечение среды для эффективного и устойчивого развития малого предпринимательства. Государственное регулирование и поддержка играют исключительно важную роль в развитии предпринимательства.

Принцип целесообразности государственного регулирования предпринимательства заключается в том, что оно должно использоваться только тогда, когда с его помощью те или иные проблемы в развитии предпринимательства могут быть решены и когда отрицательные последствия его применения не превосходят достигаемого с его помощью положительного эффекта. Целью применения государственного регулирования является создание препятствий нарушениям правовых норм.

Сегодня положения Конституции РФ обеспечивают гарантии предпринимательской деятельности. Определяющее значение имеют нормы

ст. 35в Конституции, поскольку в ней содержатся сразу три важнейшие гарантии предпринимательской деятельности:

- никто не может быть лишен своего имущества иначе как по решению суда;
- принудительное отчуждение имущества для государственных нужд может быть произведено только при условии предварительного и равноценного возмещения;
- право наследования гарантируется.

Основными методами регулирования выступили:

- ценовое регулирование, то есть прямое определение цен (тарифов) или назначение их предельного уровня;
- определение потребителей для обязательного обслуживания и/или установление минимального уровня их обеспечения.

Органам регулирования также вменяется в обязанность контролировать различные виды деятельности субъектов естественных монополий, включая сделки по приобретению прав собственности, крупные инвестиционные проекты, продажу и сдачу в аренду имущества.

Особенностью регулируемого рынка является, во-первых, наличие условий для свободного инвестирования капитала в различные сферы, а смысл государственного регулирования заключается не в воздействии на систему цен, а в формировании оптимальных пропорций. Во-вторых, такой рынок требует совершенного механизма регулирования покупательского спроса, т.е. формирования повышенного дохода, а, следовательно, и более высокой покупательной способности у большинства населения, что и выступает движущей силой производства.

Из этого вытекает вторая причина, сдерживающая развитие производственного предпринимательства – снижение покупательского спроса и свертывание внутреннего потребительского рынка. Для каждого общественного строя характерны определенные общественные группы, т.е. относительно стабильные слои населения, со свойственными им ценностями, представлениями, запросами и поведением.

Еще одно обстоятельство отрицательно влияет на покупательную способность населения и развитие малого предпринимательства – рост потребительских цен; он опережает повышение оплаты труда. В этих условиях спрос акцентируется преимущественно на продовольственных товарах, а промышленные товары оказываются невостребованными. Второе обстоятельство связано с уровнем разрыва доходов между полярными группами населения.

Третья причина кардинального характера, тормозящая предпринимательство, связана с существующей системой налогообложения. Согласно опросу, проведенному Всероссийским центром изучения общественного мнения, 86,2% руководителей предприятий в качестве главной причины, отрицательно влияющей на экономическое положение предприятий, назвали несовершенство налогов и их высокий уровень.

Налоговая политика государства по отношению к малому предпринимательству в большей степени носит фискальный, а не стимулирующий характер. Главные ее недостатки заключаются, во-первых, в чрезмерно высоком уровне налогов. Во-вторых, сама налоговая система нестабильна, часто меняется. К тому же ряд налоговых законов не носят прямого действия, а дополняются множеством подзаконных актов, как правило, запаздывающих и нередко изменяющих цель самих законов. В-третьих, множественность налогов, в которых предприниматель просто теряет ориентиры.