

**Л.С. МУРЫГИНА**

**А.В. ФЕДОСЕЕВ**

**МОНОГРАФИЯ**

**Особенности регионального развития  
малого предпринимательства**

**Челябинск**

---

**Л.С. Мурьгина  
А.В. Федосеев**

**ОСОБЕННОСТИ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ  
МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

**Монография**

Челябинск  
2023

УДК 33.04  
ББК 65.012.1  
М 91

**Мурыгина Л.С. Особенности регионального развития малого предпринимательства: монография / Л.С. Мурыгина, А.В. Федосеев. – Челябинск: Изд-во ЗАО «Библиотека А. Миллера», 2023. – 262 с.**

**ISBN 978-5-93162-564-5**

В монографии обобщены результаты исследования развития малого предпринимательства в современных условиях; выявлены динамика и актуальные проблемы развития малого предпринимательства; проведен анализ различных концепций предпринимательства; систематизированы виды предпринимательства; подчеркнута роль инновационного бизнеса; дана комплексная оценка малого предпринимательства и его потенциала в региональном аспекте.

Монография может быть полезна обучающимся вузов и исследователям, интересующимся данной темой.

***Рецензенты:***

***И.И. Просвирина - д-р экон. наук, профессор ЮУрГУ***

***П.П. Лутовинов - д-р экон. наук, профессор УрСЭИ***

**ISBN 978-5-93162-564-5**

© Мурыгина Л.С., 2023

© Федосеев А.В., 2023

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	<b>5</b>
<b>ГЛАВА 1. ТЕОРИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА</b> .....	<b>12</b>
1.1. Эволюция теории предпринимательства .....	12
1.2. Предпринимательство как экономический ресурс .....	35
1.3. Унификация малого и среднего бизнеса в экономике .....	43
1.4. Малый бизнес и конкурентная среда .....	71
1.5. Генезис малого бизнеса .....	93
<b>Глава 2. МАЛЫЙ БИЗНЕС В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ</b> .....	<b>105</b>
2.1. Место и роль малого бизнеса в новых условиях экономики .....	105
2.2. Малый инновационный бизнес как фактор роста экономики....	147
2.3. Развитие инновационного малого бизнеса в регионе .....	167
2.4. Оценка эффективности малого бизнеса на региональном уровне .....	182
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b> .....	<b>209</b>
<b>ГЛОССАРИЙ</b> .....	<b>216</b>
<b>БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК</b> .....	<b>228</b>
Приложение 1 .....	249
Приложение 2.....	250
Приложение 3.....	252
Приложение 4.....	254
Приложение 5.....	255
Приложение 6.....	257
Приложение 7.....	258

## ВВЕДЕНИЕ

Новая экономика с ее глобальными проблемами ставит ряд серьезных и острых вопросов таких как: демонополизация экономики, равноправное развитие различных форм бизнеса, борьба с экономическим кризисом, инфляцией, безработицей, сокращение социального неравенства в стране. Безусловно, сегодня назрела необходимость повышения жизненного уровня населения, создания новых рабочих мест, решения социальных проблем, равномерного распределения экономических ресурсов, оптимального распределения доходов между регионами страны.

Поэтому важно сказать, что именно малый бизнес создает новые рабочие места, насыщает рынок разнообразными благами, удовлетворяет многочисленные нужды крупных предприятий, смягчает последствия экономических кризисов, препятствует образованию монополий и является основой конкурентной среды любого общества.

Именно по этой причине, монография расширяет представления о важной форме предпринимательства как малый бизнес. Исследование направлено на всестороннее осмысление такого явления как предпринимательство и популяризирует роль многочисленного его сектора – малого бизнеса в сложившихся новых условиях, в период экономической трансформации.

Актуальность исследования такого явления, как малый бизнес, обусловлена еще и тем, что его развитие происходит в новых условиях трансформации сложившейся структуры экономики после пандемии

коронавируса, произошедшей в период 2020-2021 гг., особенностью которой стало преобладание крупных предприятий в результате банкротства многих малых предприятий. Надо полагать, что сокращение малого бизнеса привело к ослаблению конкурентной среды внутри страны. Экономические последствия COVID-19 стали сложным испытанием, как для малого бизнеса.

Кроме этого, в указанный период был введен специальный режим повышенной готовности и в 2022 г. была объявлена военная операция с частичной мобилизацией в связи с обострившимися отношениями с Украиной. В ответ США и Европейское сообщество выдвинуло ряд санкций, прекратив интеграционные связи с российскими предприятиями, и в большинстве своем, закрыли свои предприятия на территории России. Кроме того, ввели множество санкций против российских банков и предпринимателей, приостановили дипломатические отношения, ввели запрет на инвестирование в Россию и др. В результате произошло резкое удорожание импортной продукции, возникла инфляция, дефицит валюты и др. Все это повлияло на деятельность отечественных компаний, которые стали активно менять свою стратегию и применять политику импортозамещения, переходить на новые виды работ и расширять отечественное производство.

Вопросами импортозамещения правительство России было озадачено еще в 2012 г. с целью решения проблемы продовольственной безопасности. Но введенные в 2022 г. западные санкции заставили правительство посмотреть на данную проблему значительно шире и создать программу, охватывающую большее количество отраслей, в

которых задача импортозамещения стала весьма важной. Очевидно, с такой задачей справилось большинство крупных компаний, которые усилили свои позиции и, даже создав новые монополии, остались на рынке. В то же самое время многие малые фирмы пострадали, не смогли удержаться на рынке и, неся убытки, закрылись. Обострение проблем развития малого бизнеса в условиях структурной трансформации, их недостаточный мониторинг свидетельствуют об актуальности темы монографии.

Проведенный анализ состояния и развития малого бизнеса показал, что в российской экономике данный сектор не выполняет тех функций, которые характерны для него в странах с развитой рыночной экономикой. Как показывает мировая практика, малый бизнес имеет значительный вес в экономике. Так, в развитых странах на долю малого бизнеса приходится 50-60% ВВП и в нем занято более 50% трудоспособного населения. По данным Института экономического роста, доля малого и среднего бизнеса в ВВП Германии составляет 53%, в Финляндии – 60%, в Нидерландах – 63%.

Доля малого и среднего бизнеса, по оценке Росстата на 01.01.2018 г., в российской экономике составила 21,9% и к концу года она достигла 20%. Доля малого и среднего бизнеса в ВВП России в 2020 г. оценивалась в 19,8%, что соответствует уровню 2015 г. В деньгах это порядка 20 трлн. рублей за год. Положение малого бизнеса остается достаточно сложным, и говорить о быстром восстановлении его до доковидного уровня пока еще рано. По мнению специалистов, в настоящее время благоприятная среда для развития именно малого

бизнеса отсутствует.

Безусловно, в 2022 г. экономика России проходила сложный период экономической трансформации, которая оказала большое воздействие на малые и средние предприятия. Несомненно, от успешного функционирования субъектов, как малого, так и среднего бизнеса, которые могут обеспечить 40% оборота и общего числа занятых, будут во многом зависеть темпы адаптации отечественной экономики.

По оценке Института комплексных стратегических исследований, сужение малого бизнеса связано с тем, что господдержка этого сектора недостаточна для его полноценного развития. В 2021 г. помощь была оказана 24300 субъектам малого и среднего бизнеса, что на 47% меньше, чем в 2019г. Вследствие этого, в российской экономике в должной степени не реализуется потенциал малого бизнеса как основы конкурентной среды.

Сегодня требуется четкое представление о том, какое место занимает малый бизнес в экономике страны, какой его потенциал развития в новых условиях трансформации экономики. На современном этапе актуальным становится вопрос международного сопоставления состояния и развития малого бизнеса, что на данный момент является проблематичным. Необходимо привести критерии отнесения предпринимательства к малому и среднему в соответствии с международными стандартами, где совершенно иной вес и содержание критериев сопоставления.



Что касается исследования малого бизнеса в мировой экономической литературе, то оно проходит по трем направлениям: в рамках теории предпринимательства, теории фирмы и с позиции теории конкуренции. Теоретические и методологические основы теории предпринимательства как фактора общественного производства, феномена общественного развития были заложены в трудах видных классиков экономической теории XVIII-XIX вв. – Р. Кантильона, А. Смита, М. Вебера и др. В XX в. существенный вклад в теорию предпринимательства внесли такие экономисты, как: Й. Шумпетер, А. Маршалл, П. Друкер, Г. Форд и др.

В период экономической трансформации усиливается внимание к роли малого бизнеса в обеспечении стабильного состояния экономики. Внимание ученых-экономистов концентрируется на исследовании механизма функционирования рыночных структур, в том числе деятельности малых предприятий как основного источника развития конкуренции. В таком контексте малый бизнес представлен в работах В.С. Афанасьева, О.А. Платонова, А.О. Блинова, В.В. Радаева, М.Г. Лапусты, А.В. Виленского, А.В. Бусыгина, В.Я. Горфинкеля, Ю.М. Осипова, А.И. Татаркина и др.

В то же время конкретизация роли сектора малого бизнеса как основы конкурентной среды в региональном аспекте в условиях новой экономики нуждается в доработке. Актуальность данной проблемы, ее недостаточная разработанность, наличие нерешенных и дискуссионных вопросов обусловили выбор темы исследования.

Малое предпринимательство, как показывает мировая практика,

является важным фактором стабилизации экономики. Создание благоприятных условий для ускоренного развития сектора малого бизнеса позволит ему динамично развиваться. В связи с этим, практическую значимость для экономики приобретает эффективная деятельность малых предприятий. Поэтому представляется необходимым проанализировать состояние и тенденции развития сектора малого бизнеса на региональном уровне, определить его конкурентные преимущества. Так же следует дать оценку эффективности малого бизнеса, выявить проблемы, препятствующие его развитию в региональном аспекте и выработать основные направления его дальнейшего развития.

В данном научном издании раскрыты основные социально-значимые характеристики предпринимателя, разработана модель современного предпринимателя на основе духовно-нравственных принципов, подчеркнута особая его роль в эффективном использовании экономических ресурсов. Расширена классификация предпринимательства, которая позволяет более точно отразить сущность данного явления; установлены качественные критерии выделения малого и среднего предпринимательства, на основе которых даны их характерные особенности.

Выявлена динамика развития малого бизнеса на основе анализа статистических данных. Дана комплексная оценка состояния малого бизнеса, его эффективности и потенциала применительно к различным уровням. На основе ряда показателей, характеризующих состояние малого бизнеса, выведен комплексный индекс его развития, который

можно применить как в целом по России, так и в региональном разрезе. Предложена система показателей для оценки экономической эффективности деятельности малых предприятий. Разработана методика определения конкурентных преимуществ малых предприятий применительно к региональному уровню. Выделены приоритетные направления государственной поддержки малого бизнеса, которые могут быть внедрены в практику и предложены рекомендации по дальнейшему развитию этого сектора.

Мировой опыт подтверждает, что роль малого и среднего бизнеса как драйвера развития экономики высока, именно от их состояния во многом зависит достижение национальных целей роста экономики.

# ГЛАВА 1. ТЕОРИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

## 1.1. Эволюция теории предпринимательства

Предпринимательство является предпосылкой экономического роста, который базируется на предпринимательской инициативе в сфере экономической деятельности. Более того, предпринимательство является одним из важнейших факторов развития национальной экономики. Без цивилизованного, социального предпринимательства, которое направлено на учет интересов социального равенства, служение обществу, инновации, рациональное природопользование, эффективное использование всех факторов производства, невозможно встать на путь устойчивого экономического развития, войти в мировую экономику в качестве равного субъекта международных отношений.

Содействуя росту общественного благосостояния, создавая условия для реализации экономических интересов, способностей, талантов людей, предпринимательство способствует также национальному единению, возрождению национального самосознания.

Развитие предпринимательства и его многообразных форм проявления является важнейшей предпосылкой продвижения экономики по новому пути. Малый бизнес в лице многочисленных субъектов малых форм хозяйственной деятельности выступает как наиболее мобильная форма предпринимательства. Исследование теории предпринимательства обусловлено тем, что формирование и развитие малых субъектов хозяйственной деятельности является основным

условием существования и развития конкурентной среды. Малый бизнес, концентрируя в себе наиболее характерные свойства рыночных отношений, выступает движущей силой конкуренции, демополизации и, тем самым, способствует развитию рыночной экономики.

Мировая экономическая мысль на протяжении продолжительного времени активно занималась и теорией, и практикой предпринимательства. Изучение сущности предпринимательства в России возродилось в 90-х годах XX века в период перехода к рыночной системе хозяйствования. В годы командно-административной системы ни теоретики, ни практики не уделяли должного внимания этой теме. Понятие «предпринимательство» не найти в советском энциклопедическом словаре и в других источниках оно сводилось лишь к такому понятию как «спекуляция». Советские обществоведы рассматривали предпринимательство как сугубо классовое явление. В толковом словаре русского языка С.И. Ожегова предприниматель соответствует понятию капиталист, а предприимчивый человек – дельцу [72, С.502]. В старинном словаре русского языка В.И. Даля (1866г.) мы находим, что «предпринимать – значит затевать, решаться исполнить какое-либо новое дело, приступать к совершению чего-либо значительного», а сам предприниматель - человек, «склонный, способный к предприятиям, крупным оборотам, смелый, решительный, отважный на дела этого рода» [110, С.388].

С развитием рыночной экономики роль малого бизнеса усиливается и это привлекает отечественных исследователей, в работах которых рассматриваются те или иные аспекты данного явления. Хотелось бы

подчеркнуть вклад в развитие отечественной теории предпринимательства таких ученых, как Л.И. Абалкин, О.А. Платонов, А.И. Агеев, А.В. Бусыгин, В.Я. Горфинкель, В.В. Радаев, Ю.М. Осипов и др.

Вместе с тем, ряд проблем функционирования и совершенствования предпринимательства является недостаточно разработанным, в частности, это относится к вопросам развития малого бизнеса в новой постиндустриальной экономике и его влияния на конкурентную среду, распространения предпринимательской активности по регионам как важного экономического ресурса страны. Поэтому встает вопрос теоретического осмысления сущности малого предпринимательства и его методологического обеспечения.

В научной литературе нет однозначного определения сущности предпринимательства, что объясняется многогранностью проявления этого понятия. Кроме этого, стоит отметить недостаточность широты охвата современных отечественных и зарубежных исследований, разработок по определению экономической специфики предпринимательства, в том числе, его малой формы и его воздействия на экономику в целом.

Представления о предпринимательстве складывались в течение длительного времени и изменялись в зависимости от уровня развития производительных сил, степени развития производственных отношений. В экономической теории понятия «предпринимательство» и «предприниматель» (англ., фр. – entrepreneur) появились в XVIII веке, в эпоху капитализма. Учеными экономистами эпохи капитализма дается

первое систематическое, научное описание этих категорий. Так, родоначальником научного понятия «предпринимательство» явился английский экономист Р. Кантильон (1680 –1730), который в своей работе «Опыт о природе торговли вообще» (1725) рассмотрел предпринимательство как особый вид деятельности, связанный с элементами риска. Согласно Р. Кантильону, предприниматель есть особый субъект, наделенный способностями предвидеть, рисковать, брать на себя всю полноту ответственности за принимаемые решения [46, С.26]. В целом, концепция риска по Р. Кантильону сводилась к тому, что предпринимательский доход является платой за риск [130, С.270].

Исходным пунктом предпринимательства является товарное производство, в котором преобладали малые формы хозяйственной деятельности. Важно отметить, что нельзя отождествлять время появления в научном обороте термина «предпринимательство» со временем его возникновения как вида хозяйственной деятельности.

Предпринимательство имеет давнюю историю и первоначально оно выступало в малых формах в виде ремесленных хозяйств, которые постепенно стали объединяться в гильдии, артели и т.п. Так, в античные и средневековые времена предпринимательство сводилось к деятельности торговца, купца, ремесленника, ростовщика. Характерно, что Р. Кантильон включал в их число, в частности, бродяг и разбойников. Все эти фигуры трудно отнести к предпринимательскому типу с современной точки зрения. Древнегреческий философ Аристотель (384-322 гг. до н.э.) умение наживать состояние называл искусством. По его мнению, нажить состояние можно за счет торговли, дачи денег в

рост, захвата какой-либо монополии. Аристотель сумел заглянуть на пару тысячелетий вперед [116, С.12].

Отношение к предпринимательской деятельности в доиндустриальных цивилизациях было неодинаковым и вызывалось различными обстоятельствами. Но основными в то время, на наш взгляд, были, во-первых, господствующие формы собственности и хозяйствования, во-вторых, политическое и идеологическое устройство общества, в-третьих, религиозное толкование окружающего мира. Так, в христианском средневековье деятельность купца, ростовщика оценивалась как «недостойное», «греховное» средство наживы и мошенничества. Такое отрицательное отношение восходит к Св. Хризостому, Ф. Аквинскому и др. В учебниках канонического права Gratians в XII в. утверждалось, что «купец лишь в малой степени угоден Богу или вовсе противен ему» [85, С.14]. Некоторым авторитетом в те времена пользовалась предпринимательская деятельность лиц, которые занимались организацией и руководством крупномасштабных строительных проектов. Это были, как правило, духовные лица, поскольку им обычно поручалось возведение замков, соборов и монастырей. Так, религия и власть сливались в общих интересах.

В доиндустриальных цивилизациях господствовала общинная или частная форма собственности и представляла собой или натуральное, или простое товарное производство. Предпринимательская деятельность в те времена только зарождалась, и ее вторжение в неизменный, привычный и размеренный ритм жизни обуславливало враждебное



отношение к ней. Инициативная деятельность, направленная на изменение устоявшегося уклада, не могла восприниматься иначе.

По мере эволюции предпринимателя менялась и его социальная оценка. Силуэт современного предпринимателя вырисовывается уже в Новое время (XV-XVI вв.), с развитием рыночных отношений. На смену средневековому торговцу – вечному страннику, обладающему духом риска и авантюризма, приходит вполне оседлый человек, который уже обладает духом устойчивого развития и рационального использования возможностей рынка. Появляется предприниматель, для которого древняя жажда богатства соединяется с самим делом, принимает форму стремления к прибыли на вкладываемый капитал как универсальной хозяйственной стратегии [ссылку поставить 1-ю монография].

Приоритетной сферой приложения предпринимательства становятся отрасли материального производства в связи с углублением товарного характера общественного хозяйства и переходом к индустриальной стадии производства. Усложнение деятельности повлекло за собой усложнение и предпринимательских функций. Со становлением индустриального типа производства, когда предприниматель стал применять инновации, рационально использовать ресурсы, общественное восприятие предпринимательства становится более адекватным. В исследованиях того времени появляется интерес к этому виду деятельности. Теоретики прошлого при рассмотрении предпринимательства первостепенное внимание уделяли, прежде всего, самому предпринимателю, тем самым персонифицируя в нем основные характеристики этой сферы деятельности.

В работе «Исследование о природе и причинах богатства народов» (1776) А. Смит (1723-1790) охарактеризовал предпринимателя как собственника, идущего на экономический риск ради реализации какой-то коммерческой идеи и получения прибыли. По мнению ученого, предприниматель большей частью является капиталистом, собственником капитала, вкладывающим этот капитал в собственное дело. А. Смит был сторонником малого предпринимательства, развития конкуренции между предпринимателями и противником крупных монополий, полагая, что «потребление – единственный конец и единственная цель всякого производства» [101, С.36-37].

Значительный вклад в становлении теории предпринимательства внес французский ученый Ж.Б. Сэй (1762 –1832), который изложил свою точку зрения на сущность и функции предпринимательства в «Трактате политической экономии» (1803). Ж.Б. Сэй разработал теорию факторов производства (земля, труд, капитал) и уделил большое внимание предпринимательству, которое осуществляется посредством постоянного комбинирования этих факторов. При этом, предприниматель «перетаскивает» ресурсы из сферы низкой производительности и прибыльности в сферу, где они могут дать наибольший результат. Ж.Б. Сэй признавал активную роль предпринимателя, как лица, «которое берется за свой счет и риск и в свою пользу произвести какой-нибудь продукт» [107, С.60-62]. Ученый подчеркивает инновационный характер малого предпринимательства, связанный с необходимостью выживания.

По мере развития промышленного производства все более явно проявляется различие между собственно предпринимателем и

собственником капитала. Формируется система капиталов, общенациональная система железных дорог, появляются крупные корпорации. Этот процесс нашел отражение в экономических трудах К. Маркса (1818-1883), который разграничил капитал-собственность и капитал-функцию. Капитал-собственность, по Марксу, есть «титул собственности», «собственность на капитал вне процесса производства», а капитал-функция есть собственность в виде функционирующего капитала. Субъект, применяющий капитал, неизбежно распадается на «простого собственника капитала и лицо, применяющее капитал: сам его капитал ... распадается на капитал-собственность, капитал вне процесса производства, сам по себе приносящий процент, с одной стороны, и, с другой стороны, на капитал в процессе производства, который как капитал, совершающий процесс, приносит предпринимательский доход» [64, С.406].

К. Маркс метко подметил поведение собственника капитала, цитируя английского публициста XIX в. Т. Дж. Даннинга: «Капитал боится отсутствия прибыли или слишком маленькой прибыли, как природа боится пустоты. Но раз имеется в наличии достаточная прибыль, капитал становится смелым. Обеспечьте 10 процентов, и капитал согласен на всякое применение, при 20 процентах он становится оживленным, при 50 процентах положительно готов сломать себе голову, при 100 процентах он попирает все человеческие законы, при 300 процентах нет такого преступления, на которое он не рискнул бы, хотя бы под страхом виселицы. Если шум и брань приносят прибыль, капитал станет способствовать тому и другому. Доказательство: контрабанда и

торговля рабами» [64, С.770]. Собственники капитала заинтересованы увеличивать свои доходы, постоянно повышая норму прибыли. В основу теории К. Маркса легло представление о предпринимателе как о капиталисте – эксплуататоре, который приводит к поляризации труда и капитала, бедности и богатства [64, С.410].

Интересен взгляд на предпринимательство немецких ученых М. Вебера (1864-1920) и В. Зомбарта (1863-1941), которые обращают внимание на исторические и социальные корни предпринимательства. Для М. Вебера капиталистическое предпринимательство есть воплощение рациональной организации свободного труда и использование возможностей предпринимательского духа. Этот новый предпринимательский дух имеет, по мнению ученого, религиозную основу, поскольку вырос из недр протестантизма. Религиозная этика способствовала, по мнению М. Вебера, формированию особой хозяйственной этики. Хозяйственная деятельность для протестанта стала основной формой служения Богу. Успех, накопленное богатство рассматриваются как подтверждение богоизбранности, спасения верующего [28, С.61]. Поэтому, как показал М. Вебер, именно протестантизм дал предпринимательской деятельности высшие нравственные санкции. В прямой полемике с М. Вебером В. Зомбарт утверждает, что все основы предпринимательского духа были заложены католичеством, а протестантизм чуть ли не препятствовал его зарождению. Но наиболее глубокие корни развития предпринимательства уходят в иудаизм, где религия Талмуда - единственная среди мировых религий, никогда не содержала идеала

бедности, а напротив, проповедовала идеал торговой свободы [42, С.6-18]. В. Зомбарт рассматривал личностные качества предпринимателя, в котором должны соединяться воедино качества завоевателя, организатора и торговца. Ученый выделил главную цель предпринимателя как стремление к процветанию, росту своего дела и подчиненную – рост прибыли, поскольку без него невозможно процветание [42, С.19].

Анализ воззрений ученых о предпринимательстве в XVIII – XIX вв. позволяет сделать вывод о том, что в них заложены фундаментальные положения о предпринимательстве и предпринимателе, которые не потеряли актуальности и сейчас. Понятие «предпринимательство» постепенно изменялось по мере развития экономической жизни общества, приобретая новые современные черты.

Идеологами предпринимательства XX в. явились известные ученые: Й. Шумпетер, А. Маршалл, Д. Кларк, Ф. Найт, Ф. Хайек, П. Друкер, Г. Форд, Д. Макклелланд и др.

Известный американский экономист австрийского происхождения Й. Шумпетер (1883-1950) в своих исследованиях исходил из связи предпринимательства с так называемой динамической неопределенностью. В 1911 г. впервые увидела свет его работа «Теория экономического развития», которая явилась основой учения о предпринимательстве как инновационной деятельности. Изучая закономерности общественного прогресса, Й. Шумпетер приходит к выводу, что движущей силой экономического развития является предприниматель как активный хозяйственный субъект, функция

которого «заключается в создании и воплощении новых комбинаций факторов производства» [119, С.169-170]. Следствием новых комбинаций является нововведение, инновация. Инновация трактовалась Й. Шумпетером как внедрение в производство новых технологий и изобретений, использование разнообразных возможностей для выпуска новых товаров или прежних товаров, но новым методом, благодаря открытию новых источников сырья и новых рынков сбыта готовой продукции.

Предприниматель по Й. Шумпетеру в такой ситуации призван «делать не так, как делают другие», кроме этого, предприниматель ломает прежние формы производства, т.е. осуществляет «созидательное разрушение», являясь «революционером в экономике» [119, С.187]. По Й. Шумпетеру, предприниматель – не обязательно физическое лицо, им может быть и группа лиц; предприниматель – не обязательно собственник, в этом качестве способен выступить и менеджер. К тому же предпринимательский статус непостоянен, субъект рыночной экономики является предпринимателем только тогда, когда он осуществляет функции инноватора. И утрачивает этот статус, коль скоро переводит свое дело на рельсы рутинного процесса. Следуя за Й. Шумпетером, зарубежные авторы [132] в своих работах нередко «инновационное» предпринимательство противопоставляли «рутинному» предпринимательству.

Значителен вклад в развитие теории предпринимательства английского экономиста А. Маршалла (1842-1924) и американского экономиста Дж. Б. Кларка (1847-1938), которые в своих трудах считали,

что предпринимательство является четвертым фактором производства, при этом каждому фактору должна быть вменена специфическая доля производственной выручки: капитал приносит капиталисту процент; капитальные блага – ренту; предпринимательская деятельность – прибыль, а труд рабочего обеспечивает ему заработную плату [поставить ссылку 1-я монография].

Говоря о предпринимательстве как о факторе производственной экономической деятельности, современные теоретики имеют в виду предпринимательскую способность, предприимчивость, предпринимательскую активность участника этой деятельности. Это в известном смысле качество другого фактора производства, т.е. труда, трудовых ресурсов. Но при этом, необходимо понимать, что не всякий труд является творческо-поисковым, инновационным, он может быть и репродуктивным, направленным на получение уже известных результатов известными же средствами и в результате он окажется рутинным. На различие между двумя типами экономической деятельности: творческо-поисковой (инновационной, продуктивной) и репродуктивной (рутинной, шаблонной) указывал также А. И. Агеев в своей работе [9, С.10].

Предпринимательство можно считать самостоятельным фактором и с той точки зрения, что оно представляет движущую силу, способную активизировать, усиливать действие всех остальных факторов производства. Именно благодаря предпринимательским способностям, умениям, предприниматель эффективно использует все экономические ресурсы, стимулируя при этом экономический рост.

Предпринимательство настолько емкое, многогранное понятие и при этом динамично развивающееся на каждом этапе развития экономических отношений, что его невозможно втиснуть в одно определение. Развитие предпринимательства, являющегося продуктом рыночного хозяйства, неразрывно связано с эволюцией последнего. Поэтому мы не ограничиваемся одним кратким определением, а прибегаем к раскрытию этого понятия поэтапно, через изложение ряда свойств, признаков, присущих данной категории. Предпринимательство – историческая категория и не является чем-то окончательно сложившимся и застывшим. Так, меняются его содержание и форма, расширяется сфера приложения. Изменение оценки понятия «предпринимательство» с течением времени мы наблюдаем и в теориях видных ученых экономистов [ссылка 1 монография].

Ф. Найт (1885 –1972) в своей работе «Понятие риска и неопределенности» (1921г.) наиболее полно продолжил теорию риска, кроме этого он впервые провел границу между категориями «риск» и «неопределенность», а под предпринимательским доходом понимал разницу между ожидаемой (прогнозной) и реальной денежной выручкой фирмы. С его точки зрения, люди, берущие на себя риск и непросчитываемую неопределенность, а также гарантирующие работающим их заработную плату, получают право управлять деятельностью и присваивать соответствующую часть дохода [69, С.26-27].

Повышенную склонность к риску со стороны предпринимательства отмечали многие как зарубежные, так и отечественные ученые [126; ].



Австрийский ученый Ф. Хайек (1899-1992) по-новому взглянул на сущность предпринимательства. По его мнению, предпринимательство – это поиск и изучение новых экономических возможностей, характеристика поведения в условиях высокой рыночной конкуренции, где побеждает сильнейший, а предприниматель – главная фигура экономической деятельности, интерес которого направлен на ожидаемый доход в течение короткого периода [112; 113].

Немаловажное значение имеют научные труды зарубежного ученого П. Друкера. Он подчеркивает роль малого предпринимательства и предпринимателя, который использует любую возможность с максимальной выгодой. По мнению ученого, базой предпринимательства являются современные знания: «знания в предпринимательстве являются средством для достижения цели» [35, С.38].

Функцией предпринимательства является нововведение во всех сферах деятельности, в том числе и в управлении, поэтому «управление – это новая технология, которая делает американскую экономику предпринимательской» [129, С.205].

Известный американский предприниматель Г. Форд (1863-1947) дает практические советы предпринимателям: «Задача предприятия – производить для потребления, а не для наживы и спекуляции. А условие такого производства – выпуск доброкачественных и дешевых продуктов, которые приносили бы пользу народу, а не только одному производителю» [111, С.10]. Г. Форд ставит границу между настоящим делом и спекуляцией готовыми продуктами. Он говорит о труде как главном условии выхода из нищеты, выделяет труд управляющего,

который должен быть специалистом своего дела, творческим и активным. Г. Форд приходит к выводу, что преобладающая забота о деньгах, а не о работе влечет за собой неудачу. Главный девиз успеха он видит в том, чтобы «поставить в основу производства не прибыль, а производительность и качество труда» [111, С.47]. Г. Форд выделяет господствующий принцип как служение обществу на основе нравственности: «... нравственность – простое практически развитие жизни согласно ее природе. Социальное действие этой морали находит выражение в обращении предприятий на служение всему народу вместо служения немногим» [111, С.441].

Концепция Д. Макклелланда интересна тем, что он связывал появление предпринимателей с их потребностью в достижении: «...жажда наживы не внесла серьезного вклада в экономическое развитие, а вклад жажды достижения действительно велик» [134, С.230].

Изучение экономических научных работ зарубежных ученых помогает шире заимствовать опыт развития предпринимательства, а также избежать многих ошибок. Анализ зарубежной литературы показывает, что сторонники западной экономической теории выделили одно из важнейших свойств бизнеса – рисковый характер этой деятельности. Также в их трудах фактически изложена точка зрения о новаторской функции предпринимательства, базирующейся на постоянном комбинировании факторов производства, на поиске новых возможностей для достижения наилучших результатов.

Кроме этого, большое значение приобретают выводы ученых о необходимости развития конкуренции в предпринимательской среде, об

ограничении монополистической деятельности, о роли малого предпринимательства в данных процессах [ссылка 1 монография].

Следуя за классиками экономической теории, автор монографии обобщает главные характеристики предпринимательства и дает следующее определение сущности этого понятия. Предпринимательство – это особый вид хозяйственной деятельности, связанный с риском, неопределенностью и ответственностью, основанный на самостоятельности и рациональном комбинировании факторов производства, на постоянном поиске инноваций. Предприниматель имеет главной целью – рост своего дела, и следствием этого – рост прибыли. Выводы из теорий классической экономической мысли имеют решающее значение для развития современного российского предпринимательства.

После Октябрьской революции 1917 г., в советский период бизнес в России запрещался, а учение о предпринимательстве было предано забвению. Отечественная экономическая наука того периода если и рассматривала проблемы развития предпринимательства, то исключительно в связи с критикой тех или иных буржуазных теорий. Конечно, было бы неверно не отметить русскую экономическую мысль дореволюционного периода и ее видных представителей.

В русской культуре традиции частного предпринимательства формировались и развивались в течение многих веков, начиная со времен правления князя Рюрика (IX в.) и были прерваны социалистической революцией 1917 г. Коренная русская мысль отчетливо прослеживается в первом своде законов «Русская правда»

(1072), летописи Нестора «Повесть временных лет» (1110), документах русских князей, уставах («Устав Владимира Мономаха» XII в.), «Домострое» (XVIII в.), произведениях Ф. Аквинского, А.Л. Ордина-Нащокина, И.Г. Посошкова, В.Н. Татищева, В.А. Кокорева, И.К. Бабста, А.И. Чупрова, И.В. Вернадского и многих других. Вклад этих мыслителей велик и еще в должной мере не оценен.

Вопреки сложившимся западным трактовкам труда как проклятия Божьего, отношение к труду в Древней Руси носило иной характер. Труд рассматривается как нравственное деяние, богоугодное дело и добродетель с самого начала зарождения православия на Руси. Главные хозяйственные принципы выражались в стремлении к автономности, независимости, самообеспечению и хозяйственной бережливости. Труд носил целостный, духовно-нравственный характер, где человек – субъект бытия – соединяется с природой, объектом бытия. Западная цивилизация несет в себе много элементов, разрушающих эту целостность, ведущих к отчуждению труда и разрушению личности человека [81, С.138].

Русская экономическая мысль рассматривает капитал как излишек сверх определенного уровня потребления человека или общества, включающий в себя стоимость неоплаченного труда других людей. Капитал может быть произвольным, когда ориентируется на производство, или паразитическим, ростовщическим, когда ориентируется только на увеличение потребления его владельца сверх разумного достатка. Русской этикой одобряется собирание капитала ради нового производства.

Хотелось бы подчеркнуть, что в дореволюционной России при успешном проведении протекционистской политики, экспорт товаров преобладал над экспортом капитала. В Западную Европу, в восточные страны российские предприниматели экспортировали как продовольственные, сырьевые товары (лес, лен, хлопок, кожу, хлеб, мед, яйца и др.), так и промышленные товары (ткань, шерсть, нефтепродукты, марганцевую руду, стекло, металлические изделия и др.). Экспорт же капитала не практиковался российскими предпринимателями. Напротив, иностранные предприниматели активно инвестировали в нашу экономику, что сыграло положительную роль в развитии российской экономики на тот период. Иностранные инвесторы вкладывали свой капитал преимущественно (3/5 от общей суммы) в горную, металлургическую и металлообрабатывающую отрасли российской промышленности. Этому способствовала экономическая политика государства того времени, которая защищала как внутренний рынок, так и отечественных предпринимателей.

Особенно это важно подчеркнуть для российских предпринимателей, капитал которых в наши дни уходит за границу, положение о необходимости капитализации прибыли в национальную экономику как неременном условии экономического роста. По некоторым экспертным данным, утечка капитала из России составляет 60-80 млрд. долл. [94, С.97]. Российский бизнес по-прежнему предпочитает тратить деньги за границей. Об этом свидетельствуют данные Центробанка в 2015г. объем чистого вывоза зафиксирован на отметке 5,5 млрд. долл. [10, С.2].

Что, касается традиционных факторов производства – труда, земли, капитала, важно отметить различия русской и западной экономической мысли. Стоимость рассматривалась с трудовой точки зрения, как количество труда, вложенного в его производство. Капитал был не первостепенным фактором. Земля не была капиталом, а только средством приложения труда. Труд занимает приоритетное место среди всех факторов. В отличие от русской, западная экономическая мысль смотрит на стоимость продукта через призму капитала и в земле тоже видит форму капитала. Преклонение перед капиталом, а не перед трудом характерно именно для западной цивилизации.

Говоря о мотивации к труду, важно отметить довольно высокий уровень оплаты труда, который сложился еще в XI-XII вв. в России. И вплоть до начала XX века на порядок опережал уровень оплаты в Европе. Перед I Мировой войной уровень оплаты труда в промышленности России был выше, чем в Германии, Англии, Франции, составляя примерно 85% от уровня, достигнутого в США. Кроме того, отечественные предприниматели в дореволюционный период добились немалых успехов. Российская промышленность росла быстрее, чем промышленность ведущих промышленных держав. По подсчетам специалистов Немецкого конъюнктурного института, продукция всей российской промышленности возросла в 1860-1900 гг. более чем в семь раз.

Несомненно, что русская экономическая мысль – одна из перспективных альтернатив выживания человечества, т. к. вместо экономики западного типа, ориентированной на гонку потребления и

истощения ресурсов, предлагает модель хозяйственного развития, предлагающую разумный достаток и самоограничение. Русская мысль защищала частную инициативу как законную и общественно полезную форму деятельности. Предпринимательство характеризовалось как служение обществу, при этом присутствовал дух «нестяжательства», идеала трудолюбия, служения высокой духовности и благотворительности.

Русские исследователи стремятся обосновать самобытный «русский путь» развития хозяйства, ориентированный на соборность, гармонию интересов индивида и общества, разумный достаток в противоположность безудержной жажде обогащения и агрессивному индивидуализму «западного пути». При анализе традиционной российской хозяйственной культуры они обращают внимание на ценности справедливости, моральных стимулов к труду, бескорыстия и взаимопомощи, а также на идеологию самоограничения, презрения к наживе, богатству [80; ].

Немалый интерес представляют взгляды А. Соболевской [102] и Н. Зарубиной [41] на духовные истоки российского предпринимательства. В своих работах они отмечают, что для большинства русских предпринимателей материальное благосостояние, обогащение не были первостепенными. Развивая свое дело, предприниматели ставили перед собой задачи его религиозного осмысления, видели необходимость улучшения жизни народа, его просвещения и образования. Этому способствовало православие, в котором были заложены установки на честность, справедливость, трудолюбие и благотворительность как

высшие ценности. Православие не сформировало хозяйственной и предпринимательской этики. Безразличие православной церкви к хозяйственной деятельности не разделяло старообрядчество, которое породило рациональные установки, аналогичные протестантским воззрениям. Старообрядческие общины действительно были весьма сильными и рациональными хозяйственными организациями.

О причинах трудолюбия и предприимчивости старообрядцев упоминали в своих работах ряд зарубежных авторов [124; 125; 136]. Старообрядцы в России сыграли роль своеобразных «протестантов». Причем две секты – скопцы и хлысты – достигли на предпринимательском поприще наибольших успехов. На сходство старообрядчества с протестантизмом обращал внимание и В.Соловьев в статье «О расколе в русском народе и обществе» (1901г.) [71, С.221]. Так, в России с XVII в. было заложено начало раскола в русской православной церкви. Раскол посягнул на самые основы церкви, отделив от нее, превратив приверженцев «старой» веры в сектантов. Раскол также расчистил путь для продвижения капитализма в России. Староверы в дореволюционной России были лишены возможности сделать политическую или военную карьеру, из всех сфер им оставалась только предпринимательская деятельность.

Трудолюбие и предприимчивость старообрядцев стали устойчивой нормой их поведения. На протяжении XVIII-XIX вв. окрепло предпринимательство купцов-старообрядцев. Так, достаточно вспомнить купеческие династии Морозовых, Гучковых, Рябушинских, Кокоревых, Солдатенковых, Злоказовых, Строгановых и др., которые составляли



элиту российского дореволюционного предпринимательства. Русское купечество того времени было проникнуто христианским мирознанием во всей его полноте. Основы мировоззрения и морали у русских предпринимателей покоились на религиозных началах.

Сохранение свойственного дореволюционной России приоритета духовных ценностей над материальными ценностями вовсе не исключает развития личной инициативы и предпринимательских способностей на современном этапе.

На наш взгляд, важным представляется то, что идеи справедливости, духовности и общественного служения могут занять достойное место на новом историческом уровне развития российского предпринимательства. Новое цивилизованное предпринимательство должно нести социальную ответственность перед обществом, кроме этого, за счет новаторства должен развивать ресурсосберегающие технологии и сохранять окружающую среду.

Мы наблюдаем, что с течением времени происходила трансформация понимания сущности предпринимательства и личностных характеристик предпринимателя. В 50-е годы XX века развитые страны вступают в постиндустриальную эру, которая означала переход к бурному развитию науки и техники. Главным фактором экономического развития на этом этапе явилась научно-техническая революция, изменившая системную ориентацию экономики и подходы к анализу роли малого предпринимательства в общественном развитии.

Концепция постиндустриального общества получила широкое распространение с начала 60-х годов XX века. Среди его конкретных

обозначений – «информационное общество» И. Массуды, «общество информатики и высокой технологии» Дж. Нэбита, «общество услуг» Ж. Фурастье и др. [55, С.71].

Идея постиндустриального общества отразила реальные процессы, обозначившиеся в послевоенный период в развитых странах и характеризующиеся развитием принципиально новой техники и технологии, формированием новой структуры производства, усилением творческого характера труда и стимулов творческой самореализации человека.

Роль малых предприятий в хозяйственной жизни общества за последние десятилетия существенно изменилась. Причиной тому явились факторы, связанные с научно-техническим прогрессом:

1. Новые менее ресурсоемкие технологии и менее масштабное оборудование дали возможность небольшим предприятиям включаться в сложные производства.

2. Компьютеризация и информатизация позволили, не усложняя управления, контролировать производственные процессы и рынки, способствуя снижению издержек, что ранее обеспечивалось экономией от производства.

3. Рыночная конъюнктура, характерная для малых предприятий гибкость в условиях динамичных изменений в технике и технологии, неустойчивость рынков дает им бесспорные преимущества в обновлении производства и реагировании на меняющуюся рыночную конъюнктуру.

4. Реальный подъем благосостояния населения привел к индивидуализации спроса и др.

Указанные факторы обусловили повышение роли малого бизнеса, и активизировали ряд исследований по проблемам данного бизнеса в новых социально-экономических условиях [54; ].

Таким образом, обобщая вышесказанное, можно выделить следующее определение малого бизнеса – это особая, самостоятельная, наиболее гибкая и мобильная форма организации предпринимательской деятельности, ограниченная определенными параметрами, способствующая социальной стабильности в обществе и развитию конкурентной среды.

## **1.2. Предпринимательство как экономический ресурс**

Научно-техническая революция привела к смене используемых в производстве технологий, появлению новой структуры производства, изменению процесса расширенного производства, приведшего к его интенсивному типу, базирующемуся на использовании достижений научно-технического прогресса. Все эти факторы привели к тому, что предпринимательство оказалось в условиях усиления конкуренции, новых условиях хозяйствования и менеджмента, более высоких запросов со стороны потребителей. В меняющихся новых условиях предприниматели вынуждены были ставить иные ориентиры и приоритеты хозяйствования. Появились новые формы предпринимательства в сфере финансах, научной деятельности, где его креативная функция раскрывается наиболее полно. Научно-техническая

революция привела к усложнению функций предпринимателя и к укрупнению самого бизнеса.

XXI век характеризуется нарастающим акционированием капитала, появлением крупнейших форм предпринимательства, таких как ТНК, холдинговых объединений, акционерных компаний, когда малый бизнес уступает место корпорациям, собственность которых расплывлена по сотням тысяч вкладчиков и долей. Пропасть между малым и крупным бизнесом неумолимо растет.

В итоге, на одной стороне оказывается собственник, основатель малого бизнеса, малой фирмы, который сталкивается с проблемами выживания, и на другой стороне – крупный бизнес, владельцы крупной компании, которые лишены таких проблем. Происходит расщепление основной предпринимательской функции и все труднее становится обнаружить действительного лидера и инициатора своего дела. Вместо одной фигуры предпринимателя выступают несколько: менеджер как поставщик управления, финансист как поставщик капитала, юрист как поставщик юридических функций, новатор как поставщик идей и др. В настоящее время понятие «предприниматель» и «менеджер» нередко совпадают, хотя один из них – собственник, а другой – наемный управляющий. В современном обществе, особенно в крупном бизнесе, наблюдается обособление управления и собственности. Несомненно, функции собственности значительно шире, связаны с созданием и закрытием предприятия, соединением всех факторов производства и др., то функции управления намного уже и ограничиваются вопросами организации, планирования, контроля и др. Можно сказать, что именно

владелец малого бизнеса соединяет в своем лице и собственника, и менеджера одновременно.

Среди наиболее важных исследований, которые освещают те или иные аспекты становления и развития малого бизнеса в современной экономике России следует отметить таких российских авторов, как В. Афанасьев, А.О. Блинов, М.Г. Лапуста, В.А. Рубе, А.И. Агеев, В.В. Радаев, А.В. Бусыгин, А.А. Шулус, А.Ю. Юданов и др.

Наличие эффективной системы малого бизнеса, включающей многочисленных субъектов малых форм хозяйственной деятельности, является основным условием развития конкуренции в стране. Не случайно главными направлениями экономического развития в России явились антимонопольная политика и формирование конкурентной среды. Безусловно, что малому бизнесу принадлежит важнейшая роль в реализации этих направлений.

Понимание роли сектора малого бизнеса требует ясного представления о его экономическом содержании, особенностях, отличительных чертах и функциях. Формирование и развитие конкурентных отношений предполагает свободное и равноправное существование различных форм собственности и различных предпринимательских структур.

Рассматривая предпринимательство, можно говорить о разнообразии его видов, которые можно выделить на основе различных критериев. Ряд авторов (Лапуста М.Г., Бусыгин А.В. и др.) к ним относят: цель деятельности, размер предприятия, право собственности, территориальные масштабы, правовые формы и др.

Представим более полную, на взгляд автора, классификацию предпринимательства в зависимости от тех критериев, которые позволят наиболее точно, по сравнению с существующими, отразить сущность данного субъекта. В качестве критериев можно выделить: территориальный признак; формы собственности; законность осуществления деятельности; размер предприятия; юридический статус; отраслевую принадлежность; цели предпринимательской деятельности; содержание и направленность труда; сферы деятельности (см. Приложение 1). Раскроем виды предпринимательства в соответствии с данными критериями:

1) По территориальной принадлежности можно выделить международное, национальное, региональное, местное предпринимательство.

2) По форме собственности различают частное, государственное, муниципальное, совместное и смешанное предпринимательство.

3) По признаку законности предпринимательство может быть легитимное и теневое.

4) По признаку размера предприятия: малое, среднее, крупное предпринимательство.

5) По юридическому статусу: предпринимательство физического лица (ПБОЮЛ) и предпринимательство юридического лица.

6) По отраслям экономики: промышленное, финансовое, торговое, строительное предпринимательство и т. д.

7) По целям деятельности: коммерческое и некоммерческое предпринимательство.

8) По содержанию и направленности труда: инновационное и традиционное предпринимательство.

9) По сферам деятельности: производственное, коммерческое, финансовое, консультативное, посредническое предпринимательство, предпринимательство образовательного учреждения.

Все многообразие видов предпринимательской деятельности образует в совокупности предпринимательский сектор экономики. Каждый вид предпринимательства имеет свою специфику и особенности. Кроме этого, каждый из названных видов распадается на некоторое число подвидов, которые представлены в Приложении 2.

Будучи относительно самостоятельными видами предпринимательства, они дополняют друг друга, постоянно взаимодействуя. Следует отметить, что соотношение данных видов предпринимательства в структуре экономики должно быть разумным и равномерным, чего нельзя сказать о сегодняшней экономике России, где сфера производства сокращается, а сфера купли-продажи непомерно раздута, когда крупный бизнес преобладает над малым и т.п.

Среди отмеченных видов предпринимательства особую роль в рыночной экономике играет малое и среднее предпринимательство, которое в мировой практике (в последнее время и в российской практике) объединено в одну группу малого и среднего предпринимательства (МСП). На Западе усиливается внимание к малым предприятиям, особенно после структурных кризисов 80-х годов XX в. Ученые-экономисты переосмыслили свои позиции в отношении концентрации капитала, функционального назначения малого

предпринимательства в формировании конкурентной среды.

Крупное предпринимательство (крупный бизнес) в основном определяет экономическую и техническую мощь страны. В целях самосохранения и развития он тяготеет к интеграции, поглощая или контролируя более мелких партнеров, с одной стороны, а с другой – объединяясь в международные структуры, ТНК, теряя частично свою независимость и подпадая под влияние более сильных партнеров. При этом, крупный бизнес вынужден вести конкурентную борьбу с иностранным капиталом.

Среднее предпринимательство (средний бизнес) в большей мере зависит в своей деятельности от внутренней экономической конъюнктуры и вынужден вести конкурентную борьбу внутри своей группы, а также с крупным отечественным и иностранным капиталом.

Малое предпринимательство (малый бизнес) представляет собой многочисленный слой малых экономических субъектов хозяйственной деятельности, которые в силу своей массовости создают основу формирования конкурентной среды. По своему уровню жизни и социальному положению они принадлежат к большинству населения, одновременно являясь как непосредственными производителями, так и потребителями широкого спектра товаров и услуг. Сектор малого бизнеса образует самую разветвленную сеть предприятий, действующих в основном на местных рынках и непосредственно связанных с локальными потребностями и их удовлетворением. Сектор малого бизнеса является неотъемлемым, объективно необходимым элементом любой развитой хозяйственной системы, без которого экономика и



общество в целом не могут нормально существовать и развиваться.

Безусловно, "лицо" любого развитого государства составляют крупные корпорации, а наличие крупного капитала в значительной мере определяет уровень научно-технического и производственного потенциала, но подлинной основой жизни стран с рыночной системой хозяйствования является малый бизнес, способствующий развитию конкуренции.

Немногочисленность экономических субъектов способствует их монополистическим проявлениям, различным соглашениям по установлению цены, разделу или распределению рынка и т.д. Для того чтобы сложился цивилизованный рынок, где господствующая роль отводится не монополисту, а покупателю, необходимо превышение предложения над спросом. Только на рынках такого типа могут иметь место острая конкурентная борьба за потребителя, высокие требования к предлагаемым товарам. Следовательно, необходим рынок, где взаимодействуют множество независимых экономических субъектов с преобладанием малого бизнеса, который производит разнообразные товары, препятствует тем самым проявлениям монополизма и способствует усилению конкуренции.

В последние десятилетия значительные технологические сдвиги в производстве уменьшили преимущества крупномасштабного производства, а рентабельность мелкого предприятия существенно возросла за счет его гибкости и приспособляемости к меняющимся условиям рынка. Крупное производство обычно дает отдачу лишь там, где выпускается масса типовых и серийных товаров. В противном

случае, крупная фирма не берется за нерентабельный товар. Последствиями этого могут быть крупные диспропорции в хозяйстве. Лишь малые предприятия готовы использовать каждую возможность для бизнеса, удовлетворять разнообразные, быстроменяющиеся локальные потребности. Малые предприятия успешно функционируют на небольших рыночных сегментах. В данном случае, роль субъектов малого бизнеса проявляется в их способности заполнять свободные рыночные сегменты рынка, связанные с удовлетворением повседневного спроса и, тем самым, объединять экономику в единое целое.

Не случайно в западной терминологии (английский экономист Дж.П. Грайм) за мелкими фирмами закрепилось название «коммутанты», что в переводе с латинского означает «соединители». Без малого бизнеса возникла бы так называемая «лоскутная экономика», когда некоторые потребности рынка удовлетворялись бы полностью, а остальные – игнорировались. Следовательно, можно выделить интегрирующую роль малых субъектов экономики.

Кроме этого, малые формы хозяйственной деятельности имеют более сильную хозяйственную мотивацию, дух предприимчивости, готовность к риску, к техническим новинкам. Они более восприимчивы к рыночным изменениям, что проявляется в их гибкости, приспособлении к рыночной конъюнктуре, быстрой реакции на дестабилизирующие факторы. Все это усиливает роль малого бизнеса в рыночной экономике.

Таким образом, на основе поведенческого подхода можно выделить ряд особенностей малого бизнеса: функционирование на локальном рынке, быстрое реагирование на изменение конъюнктуры этого рынка,

непосредственная взаимосвязь с потребителем, узкая специализация на определенном сегменте рынка товаров и услуг, возможность начать собственное дело с относительно малым стартовым капиталом. Данные особенности малого бизнеса являются и его достоинствами.

### **1.3. Унификация малого и среднего бизнеса в экономике**

На современном этапе актуальной является задача унификации определения малого и среднего предпринимательства в рыночной экономике. Существует ряд примеров крупных исследований по различным аспектам развития малого предпринимательства [127; 128; 131; 135], но при этом отсутствует единый подход к определению сектора «малое и среднее предпринимательство» и возникают вопросы: стоило ли объединять данные субъекты экономики в один сектор и для чего их объединять.

Общепризнанными в мировой практике критериями выделения малых предприятий являются численность занятых в них, величина годового оборота, величина балансовой стоимости активов, размер уставного капитала и др. По данным Всемирного банка, общее число таких показателей в различных странах, достигает пятидесяти [16, С.40]. Как мы уже отмечали, в зарубежной практике часто малый и средний бизнес рассматриваются как единое явление, и поэтому к его объектам употребляется термин «малое и среднее предпринимательство» или «малые и средние предприятия» (МСП).

В Европейском Союзе (ЕС) были приняты следующие критерии определения микро-, малых и средних предприятий, которые в совокупности составляют сектор SME экономики: к микропредприятию относят предприятия с числом занятых до 10 человек; к малым – до 50 человек, с годовым оборотом менее 4 млн. евро, величиной годового баланса менее 2 млн. евро; к средним – до 250 человек, с годовым оборотом менее 16 млн. евро, величиной годового баланса менее 8 млн. евро [56, С.5].

Верхняя граница SME по числу занятых в 250 человек обусловлена следующим обстоятельством. Результаты исследований, экономическая практика доказывают, что на предприятиях, где количество работающих превышает число 250, существенно более сильный менеджмент во всех сферах предпринимательской деятельности: в производстве, маркетинге, исследованиях и разработках и т.д. Там, где количество работающих меньше 250 человек, менеджмент во всех сферах значительно слабее.

Таким образом, пороговое значение в 250 человек занятых отражает качественное отличие сектора SME от сектора крупных предприятий. Для всех категорий SME важным критерием является критерий экономической независимости. Под независимыми понимаются предприятия, в капитале которых доля, принадлежащая одному или нескольким предприятиям, не являющимися малыми или средними, не превышает 25 процентов [57, С.91]. Если изначально действующее как малое (среднее) предприятие в течение двух лет превышает установленный критерий по численности занятых или по

структуре капитала, то оно утрачивает статус малого (среднего) предприятия [40, С.69].

Международная организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), в которую входят 38 экономически развитых стран, определяет предприятия с числом до 20 человек как «весьма малые», до 100 человек – как «малые», от 100 до 500 человек – как «средние», свыше 500 – как «крупные».

В США нет единого подхода к выделению малого, среднего, крупного предпринимательства. Первый федеральный закон о малом бизнесе, принятый в США в 1953г. не содержал количественных критериев, ограничиваясь лишь качественными: экономическая независимость, самостоятельность, не существует доминирования в отрасли. Позже, в 1958г. к закону была принята поправка, которая четко разграничила параметры малого и среднего бизнеса. В зависимости от количества нанятых работников и отраслевой принадлежности «малые и средние» предприятия США делятся на пять категорий: наименьшие (1-24 человека), малые (25-99), промежуточные (100-499), крупные (500-999), крупнейшие (1000 и более). Оптовое торговое предприятие попадает в эту категорию (МСП), если его годовой оборот находится в пределах 3-18 млн. долл. В розничной торговле и сфере обслуживания этот предел равен 1-5 млн. долл. [39, С.19].

Администрация малого бизнеса США (SBA) дает несколько иные критерии (см. Приложение 3) указанного бизнеса. В указанном приложении сформулированы стандарты размера предприятия по каждой отрасли. Данные стандарты установлены Отделом SBA по

стандартизации (Office of Size Standards) в соответствии с Североамериканской промышленной классификационной системой (NAICS). Учитывая определение малых, средних и крупных предприятий США можно сказать, что SBA объединяет малые и средние предприятия в общую подгруппу. Приведем таблицу, где перечисленные критерии классифицированы в более широкие отраслевые группы и где показано изменение одного из критериев (см. таблицу 1).

Федеральное статистическое бюро США в качестве основного показателя избрало постоянную величину среднесписочного состава работников, где максимальная планка - 500 человек. Некоторые отечественные авторы считают вполне обоснованным определение верхних пределов количественных показателей, так, А.В. Чудова замечает, что число 500 – не случайное число, это эмпирически установленный предел административной управляемости [117, С.3].

Таблица 1

Критерии SBA для отнесения предприятий основных групп отраслей к категории малых и средних

Основная группа отраслей	Максимальное количество работников, чел.	Максимальная годовая выручка от продаж (млн. долл.)	
		В 1987г.	В 2020г.*
Производство	250-1500	-	-
Оптовая торговля	500	-	-
Розничная торговля	200-500	3,5-13,5	8-26,5
Услуги	200-500	3,5-14,5	8-22

\*Добавлено автором по данным: [www.rcsme.ru](http://www.rcsme.ru)

Заметим, что в упомянутом первом американском законе о малом бизнесе сказано: «Защита и поощрение свободной конкуренции составляют основу не только экономического благосостояния, но и безопасности страны» [138, С.3]. Данная трактовка малого бизнеса как основы конкурентной экономики заставляет американское правительство оказывать поддержку и содействие ради сохранения конкурентного преимущества.

В Италии к микропредприятиям относят предприятия с числом работающих не более 19 человек, к малым – с числом работающих от 20 до 99 человек, к средним предприятиям (малым) от 100 до 199 человек, к средним предприятиям (большим) – от 200 до 499 человек, свыше 500 человек – к крупным. Как правило, в Европе малыми считают фирмы с количеством работников до 200 (250), средними – от 200 (250) до 500 [100, С.57-62].

В Японии к малым относятся предприятия с числом работников до 300 в отраслях промышленности, строительства, транспорта, связи, кредита, коммунального хозяйства; до 100 – в оптовой торговле, до 50 – в розничной торговле и сфере услуг, размер уставного капитала, соответственно 100, 30 и 10 млн. йен.

Теоретическая работа в области малого бизнеса ведется в Великобритании, где делаются попытки определить не только количественные, но и качественные параметры этого феномена. При этом выделяют три основных признака малых предприятий: небольшая доля на рынке, не позволяющая фирме оказывать влияние на цены и

объемы реализуемого на нем товара; правовая независимость в том смысле, что они не составляют части более крупных предприятий; персонифицированное управление, когда собственник персонально управляет фирмой и принимает решения [139]. В этих признаках заложена важнейшая особенность малого бизнеса, когда происходит соединение собственности и управления, и соответственно соединение понятий собственник и менеджер.

В Великобритании принята следующая классификация по числу занятых:

- микрофирма - численность персонала 1-9 чел.;
- малая фирма – численность персонала 10-49 чел. (включает микрофирмы),
- средняя фирма-численность персонала 50-249 чел.;
- крупная фирма - численность персонала более 250 чел.

При этом в обрабатывающей промышленности малыми считаются фирмы с занятостью ниже 200 человек, в то время как в торговле это предприятие с годовым оборотом менее 400 тыс. ф. ст.

Во Франции малыми считаются предприятия, на которых численность достигает 500 человек, причем в различных отраслях размер фирмы оценивается по-разному: в сельском хозяйстве и пищевой промышленности фирмы с численностью свыше 200 человек считаются крупными, а в отрасли, связанной с производством оборудования, порог численности составляет 500 человек.

В Швеции система отнесения предприятий к малым учитывает следующие показатели: стадия роста, отраслевая принадлежность,



географическая сфера деятельности, специфические характеристики владельцев и управляющих (женщины-предприниматели, иностранцы), типы проблем, характерных для предприятия.

В Германии определение малого бизнеса отсутствует, но в соответствии с классификацией Федерального Министерства хозяйства, к мелким относят фирмы с числом занятых до 49 человек. Мелкие и средние фирмы – это фирмы, которыми руководят юридически самостоятельные владельцы, непосредственно участвующие в производстве, полностью берущие на себя экономический риск и финансирующие свою деятельность, как правило, без привлечения кредитных средств.

В течение ряда лет зарубежные исследователи [128; 140] делают попытки создания единой системы статистических наблюдений за развитием МСП, в то же время единой системы не сложилось. В каждой стране существуют свои национальные подходы к определению МСП.

Ученый Ван Хорн (Нидерланды, 1979 г.) при анализе особенностей малых фирм выделяет пять качественных критериев:

- 1) относительно небольшое число производимых продуктов (услуг, технологий и др.);
- 2) сравнительно ограниченные ресурсы и мощности;
- 3) менее развитые системы управления;
- 4) несистематичность менеджмента;
- 5) главные управленческие должности и большинство акций удерживаются основателями предприятия (их родственниками) [49, С.53].

На базе этих качественных критериев Ван Хорн предложил считать средними предприятия с численностью занятых от 50 до 500 человек и оборотом в 1-33 млн. fl.

На сегодняшний день при рассмотрении проблемы определения и выделения критериев МСП внимание специалистов и политиков концентрируется в основном на связанных с ней вопросах налогообложения и государственной поддержки малого предпринимательства.

Заметим, что попытки размерной классификации предприятий в нашей стране имеют давнюю историю: «Вопрос о том, что считать ... большим заведением и что малым, в сущности, неразрешим вполне правильно. Можно в этом случае принять признаком или число рабочих и свойство механических снарядов, или капитальную стоимость, или годовой оборот заведения» (Труды комиссии, учрежденной для пересмотра уставов фабричного и ремесленного. 4.III. СПб. 1864 г.) [8, С.15]. Дискуссии на эту тему не прекращаются и по сей день.

Согласно российскому законодательству, в соответствии с Федеральным законом «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» [5, Ст.3, п.1] под субъектами малого предпринимательства понимаются коммерческие организации, в уставном капитале которых доля участия Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов не превышает 25%, доля, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимися субъектами малого

предпринимательства, не превышает 25% и в которых средняя численность работников за отчетный период не превышает следующих предельных уровней:

- в промышленности, строительстве, на транспорте – 100 человек;
- в сельском хозяйстве и научно-технической сфере – 60 человек;
- в оптовой торговле – 50 человек;
- в розничной торговле и бытовом обслуживании населения – 30 человек;
- в остальных отраслях и при осуществлении других видов деятельности – 50 человек.

Малые предприятия, осуществляющие несколько видов деятельности (многопрофильные), относятся к таковым по критериям того вида деятельности, доля которого является наибольшей в годовом объеме оборота или годовом объеме прибыли.

Под субъектами малого бизнеса понимаются и физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица. В Гражданском кодексе Российской Федерации говорится, что «гражданин вправе заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя. Глава крестьянского (фермерского) хозяйства, осуществляющего деятельность без образования юридического лица, признается предпринимателем с момента государственной регистрации крестьянского (фермерского) хозяйства» [1, Ч.1, ст.23, п.1].

В соответствии с Федеральными законами (№ 422-ФЗ от 27.11.2018г. и № 425-ФЗ от 27.11.2018г.) в России появились плательщики специального налога на профессиональный доход (НПД), имеющие льготный налоговый режим, так называемые «самозанятые» граждане, которых с трудом можно отнести к субъектам малого бизнеса, потому что они не создают рабочие места. Такие физические лица работают без привлечения работников, самостоятельно находят клиентов, имеют собственное дело, регистрируются в этом статусе на сайте ФНС и имеют профессиональный доход за год не больше 2,4 млн. рублей. Налоги для «самозанятых» составляют 4 % от суммы дохода при работе с физическими лицами и 6 % при работе с юридическими лицами. При этом им не нужно дополнительно отчислять подоходный налог или налог на прибыль. Режим самозанятости в России был введен с 2019 г. и на 2022 г. количество «самозанятых» увеличилось с 2 млн. до 6 млн. человек.

Итак, малые формы хозяйственной деятельности, на взгляд автора, предстают как множество самостоятельных и независимых субъектов (физических и юридических лиц), ограниченных критериальными особенностями, деятельность которых имеет количественные и качественные характеристики, способствующие социальной стабильности в обществе и формированию конкурентной среды.

На основании сложившихся нормативов в российском законодательстве ко всем субъектам предпринимательства относятся: микропредприятия, малые предприятия, индивидуальные предприниматели (ПБОЮЛ), крестьянские (фермерские) хозяйства

(К(ф)Х), недавно вступившие на рынок «самозанятые» лица и ряд других субъектов (см. Приложение 4). Кроме этого, статистика объединяет малый и средний бизнес в одну группу для удобства анализа, поэтому в монографии, помимо малых, мы исследуем и средние предприятия.

Российское законодательство закрепило несколько основных критериев для отнесения предприятия к разряду субъектов малого бизнеса: принадлежность к коммерческим организациям; структуру уставного капитала (долю участия в уставном капитале); численность работников в зависимости от рода деятельности; выручку от реализации продукции (товаров, услуг, работ).

Следует отметить, что многие показатели выделения и развития малого бизнеса, используемые в России, не соответствуют индикаторам, принятым в международной практике, что осложняет межстрановые сопоставления. Статистика Российской Федерации содержит ограниченный перечень показателей, характеризующих малое предпринимательство: число малых предприятий; количество индивидуальных предпринимателей и К(ф)Х; численность занятых на малых предприятиях; объем продукции (работ, услуг); выручка от реализации; инвестиции в основной капитал; удельный вес малых предприятий в основных экономических показателях. Следует заметить, что в последнее время появился положительный опыт статистического анализа МСП с разбивкой показателей, характеризующих этот сектор, по видам экономической деятельности и учетом инноваций в малом и среднем бизнесе.

Следует сказать, что существуют особенности агрегации отечественной и зарубежной статистики. Так, в статистике ЕС используются такие показатели, как оборот предприятий, размер произведенной добавленной стоимости в расчете на одного работника, доля затрат на рабочую силу в добавленной стоимости, количество малых предприятий на 1000 жителей и др. [37, С.36]. При этом перечисленные индикаторы агрегируются в зависимости от числа занятых по различным категориям предприятий: «микро», «малым», «средним» и «крупным», что позволяет выявлять соответствующие различия.

Начиная с 1992 г. российское законодательство ограничило категорию малого бизнеса чисто количественными характеристиками, упуская из внимания качественные критерии. Кроме того, изменение критериев привело к осложнению проведения реальной оценки динамики развития малого бизнеса в России за все годы рыночных преобразований, равно как и проведение международных сопоставлений с российской статистикой в последующие периоды.

По оценкам международных маркетинговых агентств, российский малый бизнес можно разделить на две части. Одна из них состоит из легальной хозяйственной деятельности, а другая – из теневой экономики с ее непременными атрибутами («черным налогом», неучтенным оборотом и контрафактной продукцией), что может составлять порядка 30-50% малого бизнеса.

На сегодняшний день данные текущих статистических наблюдений (по выборочному методу) Росстата не дают возможности точного

выявления доли экономически активных предприятий, осуществляющих экономическую деятельность, которых можно условно отнести к «живым» и доли «уснувших» предприятий, которые приостановили свою деятельность. Кроме этого, невозможно достоверно определить параметры «теневого бизнеса», так называемого «неформального бизнеса». В ряде регионов доходы и прибыль по балансу показывает только треть субъектов малого бизнеса, а у остальных – убытки или нулевая рентабельность. Официальная зарплата сотрудников показывается не ниже минимальной, хотя она может в себя включать «белую зарплату» и «в конверте», что также осложняет статистический анализ данного показателя.

На проблемы исчисления показателей деятельности малых предприятий указывают в своих работах ряд авторов [50; 82; 83;]. Остро стоит проблема разработки алгоритма выделения каждой категории предприятий, что позволит оценить долю экономически активных предприятий в общем количестве ответивших при обследовании. При этом необходимо провести группировки предприятий по численности работающих, по показателям их деятельности (выпуск продукции, затраты на производство, выработка и производительность труда, количество отработанных часов, заработная плата работников и др.) и качественным показателям.

Несмотря на принятые меры по совершенствованию обследования малых предприятий, до сих пор отсутствует общенациональная система учета индивидуальных предпринимателей (среди которых могут быть достаточно большие фирмы с несколькими десятками работников),

кроме этого нет должного статуса «самозанятых» лиц, в результате чего реальная роль сектора малого бизнеса может быть сильно недооценена.

Следует отметить положительный момент, что в последнее время наблюдение за развитием субъектов малого и среднего бизнеса проводит не только Росстат, но и другие организации, ведомства, службы как: Федеральная налоговая служба (ФНС), которая ведет Единый реестр МСП, проводит регистрацию ИП (ЕГРИП), регистрацию юридических лиц (ЕГРЮЛ), Министерство экономического развития, Аналитический центр НАФИ, Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ), Общероссийская общественная организация МСП «ОПОРА России», Агентство «СберДанные» и др.

Но в то же время в отдельных субъектах Российской Федерации отсутствует необходимое взаимодействие территориальных органов Федеральной налоговой службы и органов Росстата, что приводит к недоучету части респондентов, и что, в свою очередь, негативно сказывается на итогах обследования и оценка МСП становится противоречивой.

Таким образом, анализ применяемых в российской практике критериев показывает их недостаточную теоретическую обоснованность, отсутствие в их динамике ориентации на устойчивое развитие, последовательное ограничение законодательно установленных рамок малых предприятий, проблемы статистического наблюдения и сопоставимости с мировой практикой.

Можно констатировать, что сегодня назрела необходимость принятия принципиально новых качественных критериев МСП в



Федеральном законе «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ. Напомним, что в существующем законе выделяются следующие категории предприятий:

- микро – с числом занятых до 15 чел. (которые могут рассчитывать на дополнительные меры государственной и муниципальной поддержки, иметь льготы по применению упрощенной системы налогообложения, учета и отчетности);

- малых – до 100 чел;

- средних – от 101 до 250 чел. (эта количественная планка не позволит превратиться в монополиста, диктовать цены, но при этом дает возможность оставаться конкурентным);

- крупных – с числом занятых от 251 чел. и выше.

Кроме этого, в постановлении Правительства РФ от 04.04.2016 г. № 265 установлены предельные значения дохода для МСП:

- микропредприятия – 120 млн. руб.;

- малого предприятия – 800 млн. руб.;

- среднего предприятия – 2 млрд. руб.

Наряду с критериями численности работающих, долей участия в капитале, верхними границами годового оборота, важно также ввести критерий балансовой стоимости активов, учитывая международный опыт и качественные критерии выделения МСП. Фактические значения объема реализации, балансовой стоимости активов должны быть установлены по результатам специального обследования, использующего данные Росстата, Федеральной налоговой службы,

Минэкономразвития России и других ведомств во взаимосвязи, что позволит реально анализировать весь сектор предпринимательства и проводить сопоставления с мировой практикой.

Необходимо перейти от чисто количественных критериев к комбинированным критериям, включая качественную характеристику. На основе поведенческого подхода выделим качественные признаки малых форм хозяйственной деятельности, такие как:

- 1) отраслевая принадлежность;
- 2) специфика профиля деятельности (узкое, мелкосерийное, специализированное производство);
- 3) тип и характер менеджмента (демократичный и персонифицированный);
- 4) степень влияния на рыночные параметры (низкая, обусловленная небольшой долей, которая не позволяет доминировать на рынке и влиять на цену);
- 5) вид удовлетворяемых потребностей (дифференцированные, локальные);
- 6) масштаб производства и технологий (ограниченные возможности в производстве и использовании технологий);
- 7) специфика взаимосвязи с внешней средой (экономическая независимость, правовая самостоятельность, полная ответственность);
- 8) способность к изменениям и нововведениям (гибкость, постоянное развитие, внедрение инноваций).

Целесообразно отнести к МСП лишь экономически независимые и конкурирующие предприятия, где соединяются функции собственника и

менеджера в одном лице, где собственник несет прямую личную ответственность за развитие предприятия, где численность коллектива допускает прямой контакт руководителя с каждым его работником, что позволяет быстро принимать решения. Также необходимо исключить возможность отнесения к малым предприятиям, например, кредитные, страховые организации, участников рынка ценных бумаг, ломбарды, организации, занимающиеся производством подакцизных товаров, игорным бизнесом, государственные и муниципальные предприятия и т.п.

Без сомнения, целесообразным было объединение малого и среднего бизнеса в общую подгруппу, поскольку основы их формирования и многие характеристики имеют значительное сходство, кроме того, те и другие нуждаются в поддержке со стороны государства, но статистическое наблюдение за этими субъектами необходимо вести отдельно и во взаимосвязи всех анализирующих служб и ведомств.

Следует признать, что имеющая место российская законодательная практика МСП нуждается в обновлении, т. к. многие положения действующего законодательства вступили в противоречия с настоящим законодательством РФ, в частности, с Гражданским, Налоговым и Бюджетным кодексами РФ и новыми создавшимися социально-экономическими условиями. Все эти изменения будут способствовать развитию малого бизнеса как конкурентной основы рыночной экономики.

Выделяя критерии малого и среднего бизнеса, еще раз подчеркнем их относительность. Малые предприятия, несмотря на общие черты,

могут весьма существенно отличаться друг от друга. В то же время одно и то же предприятие может быть одновременно отнесено к крупному, среднему или малому бизнесу, так, например, рекламная фирма с огромным оборотом, относительно средним масштабом операций и с небольшим числом сотрудников. То, что считается «средним» для одной отрасли или сегмента рынка, может быть отнесено к «малому» или к «крупному» в другом контексте. Сравним, например, оборот фирм в музыкальной индустрии, бизнес-образовании и оборот в промышленности или строительстве. Невозможно назвать малыми японские предприятия-автоматы, построенные на принципах безлюдной технологии.

Отсюда приходим к выводу, что необходим комплексный анализ всей системы отношений в сфере малого предпринимательства, что предусматривает классифицирование малых предприятий по разнообразным критериям, включая как количественные, так и качественные.

Представим еще одну классификацию субъектов малого бизнеса по уровню значимости: I уровень – количественные критерии, играющие роль самых значимых, без которых невозможно отнести классифицируемый объект именно к объекту МСП; II уровень – качественные критерии, которые в меньшей степени влияют на объект классификации.

I уровень критериев (количественные):

1.1. По численности занятых на предприятии.

1.2. По величине балансовой стоимости активов.

1.3. По величине годового оборота (объема продаж).

1.4. По размеру и структуре уставного капитала.

II уровень критериев (качественные):

2.1. По организационно-правовой форме.

2.2. По сферам и роду деятельности.

2.3. По форме образования:

- вновь созданные;

- в ходе реорганизации.

2.4. По форме собственности:

- частные предприятия;

- предприятия смешанной формы собственности.

2.5. По характеру управления:

- с персональным управлением со стороны собственника предприятия;

- с управлением со стороны нанятого менеджера.

2.6. По уровню риска (степени устойчивости деятельности):

- венчурные (высокорисковые);

- традиционные (малорисковые).

2.7. По отношению к рынкам сбыта:

- действующие на местном рынке;

- действующие на региональном рынке;

- действующие на национальном рынке;

- действующие на внешнем рынке.

2.8. По отношению к внешней среде:

- независимые и самостоятельные;

- действующие в кооперации с крупными предприятиями.

## 2.9. По конкурентоспособности:

- сверхприбыльные;

- прибыльные;

- убыточные.

На наш взгляд, столь детализированная классификация необходима как с теоретической точки зрения, ибо характеристика малых предприятий в данном случае отражает всю систему экономических отношений в сфере малого бизнеса, так и с практической, поскольку может служить основой для выявления малых субъектов с льготным режимом налогообложения, а также при выдаче кредитов, определении различных форм государственной поддержки указанных субъектов.

О роли сектора малого бизнеса свидетельствуют его функции. В западной экономической литературе принято разделение функций малого бизнеса на ресурсную, организаторскую и творческую функции. Данный подход узок и его следует дополнить. Так, опираясь на опыт разных стран, говоря о роли малых предприятий в рыночной экономике, можно сформулировать следующие функции: экономические, среди которых выделены микро- и макроэкономические функции, где к первым отнесены новаторская, ресурсная, организаторская, управленческая, ко вторым – интегрирующая и преобразовательная; также социальные и политические.

Определяющими являются экономические функции малого бизнеса, которые обусловлены ролью данного сектора, способствующего развитию экономики. Предпринимательская деятельность направлена на

производство товаров и доведения их до потребителя. Причем данная функция особо проявляется через сектор малых субъектов, который напрямую взаимодействует с потребителем, оперативно реагирует на изменения потребительского спроса, рыночной конъюнктуры, создавая широкий спектр товаров и услуг, удовлетворяя разнообразные локальные потребности.

Новаторская (творческо-поисковая) функция связана с инновационной деятельностью, использованием новых идей, внедрением и распространением новых технологий, выработкой новых средств и факторов для достижения поставленных целей. Проявление творческих начал больше всего наблюдается в малом бизнесе. Малый бизнес предполагает поиск новых возможностей ради выживания на рынке. Кроме этого, он способен более быстро реагировать на изменение спроса и внедрять нововведения на рынок.

Не менее важной функцией является ресурсная функция. Развитие предпринимательства предполагает мобилизацию всех видов ресурсов (материальных, трудовых, инвестиционных, технологических, информационных, природных, финансовых и др.). Малый бизнес предусматривает наиболее эффективную комбинацию всех факторов производства. Несомненно, генерирование научных достижений, научно-технических идей приведет к предпринимательскому успеху. Но необходимо помнить, что погоня за максимальной прибылью часто ведет к хищническому использованию ресурсов, которая приносит вред окружающей среде. Предприниматель как собственник ресурсов заинтересован в их рациональном использовании, но в то же время

может безжалостно относиться к общественным ресурсам. В настоящее время необходим переход к ресурсосберегающему типу экономического роста.

Одной из важных функций малого бизнеса является организаторская, которая проявляется в принятии предпринимателем самостоятельного решения об организации собственного дела, его диверсификации, в создании определенных предпринимательских структур, в изменении стратегии деятельности и т.д.

Перечисленные функции связаны с управленческой функцией. Управленческая сфера бизнеса включает в себя: управление производством, трудовыми ресурсами, информационными ресурсами, финансами, инвестициями, материальными потоками и сбытом, партнерскими связями (см. рисунок 1).

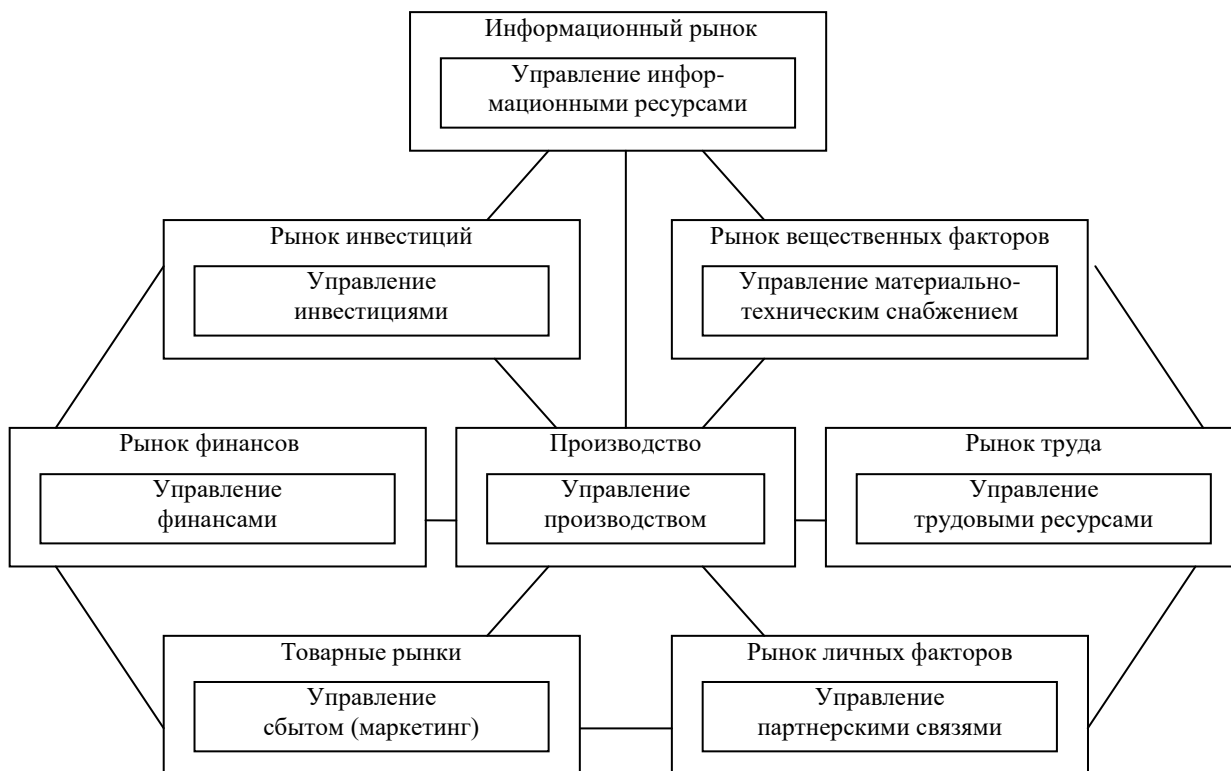


Рис. 1. Управленческая сфера бизнеса



Управленческая функция имеет свою особую специфику и включает в себя несколько подвидов. Управление финансами предусматривает привлечение и использование денежных средств. Управление инвестициями предполагает вложение средств в активы длительного пользования и оценку эффективности капитальных вложений. Управление производством связано с техническими и технологическими аспектами. Главная задача этой функции состоит в поиске такой комбинации факторов производства, которая дала бы максимальный выпуск продукции при минимальных издержках. Управление кадрами в современном бизнесе связано с подбором и расстановкой квалифицированных работников.

Управление сбытом в условиях высококонкурентного рынка, где главенствующую роль играет не производитель, а потребитель, приобретает новые черты. Выявление самой потребности становится важнейшей задачей осуществления функции сбыта. Функция материально-технического обеспечения состоит в том, чтобы бесперебойно снабжать производство при минимальных запасах. Управление партнерскими связями играет немаловажную роль, при этом большое значение придается эффективности сложившихся партнерских связей и планируемых, поиску новых, более эффективных связей. Управление информационными ресурсами на современном этапе развития экономики приобретает все большую роль. Главная функция информационного менеджмента состоит в контроле над эффективным использованием информации.

Интегрирующая функция связана с деятельностью малых

предприятий, их способностью функционировать в небольших рыночных сегментах, удовлетворять нестандартный, дифференцированный спрос, который не могут удовлетворить крупные предприятия. Занимая свободные рыночные сегменты, малые предприятия способствуют объединению экономики в единое целое.

Преобразовательная функция состоит в том, что предприниматель разрушает сложившуюся рыночную среду, модифицируя существующую, создает новые рынки, новые предприятия, тем самым, способствует развитию конкуренции. Малый бизнес проявляет себя активным субъектом рыночной среды, формирует конкурентную среду и служит демонополизации экономики.

Социальная функция малого бизнеса проявляется в возможности каждого индивидуума открыть свое дело, использовать свои индивидуальные способности. За счет открытия новых предприятий создаются новые рабочие места, сокращается безработица, тем самым выполняется социальная задача обеспечения занятости населения. В результате предпринимательской деятельности расширяется и обновляется ассортимент производимых благ, удовлетворяющих спрос потребителей. Этим создается возможность оптимизации потребительского выбора. Кроме этого, чем эффективнее функционирует предпринимательство, тем существеннее поступления в бюджеты разных уровней, в том числе в государственные внебюджетные социальные фонды.

Некоторые ученые считают, что сектору малого бизнеса свойственны и политические функции, которые осуществляют, как

правило, ассоциации, союзы, объединения предпринимателей [121, С.261]. Политические функции малого бизнеса состоят в обеспечении взаимоотношений бизнеса с государством, его влиянии на политическое устройство общества, его стабильность и т.д.

Перечисленные функции имеют различные проявления в странах с развитой рыночной экономикой и в национальной экономике, которые представлены в таблице 2.

Таблица 2

Содержание функций малых предприятий в странах с развитой экономикой и их реализация в национальной экономике

Функции малых предприятий (МП)	Содержание функций в странах с развитой рыночной экономикой	Реализация функций в отечественной экономике
<b>1. Экономические:</b> 1.1. Микроэкономические		
– новаторская	МП способны использовать новые идеи, быстро внедрять новую технику и технологию, гибко реагировать на изменение спроса.	Ограниченность нововведений по причине недостаточности финансовых ресурсов, отсутствия правил и гарантий инвестиционной деятельности.
– ресурсная	Способность МП мобилизовать все виды экономических ресурсов, рационально их распределять и наиболее эффективно использовать.	Ограничение доступа к экономическим ресурсам (информационным, производственным, финансовым, земельным).
– организаторская	Самостоятельное решение вопросов организации собственного дела, диверсификации, выбора стратегии деятельности и развития.	Низкий уровень реализации предпринимательского потенциала; неразвитая система самоорганизации.
– управленческая	Управление производством, трудовыми ресурсами, финансами, инвестициями, материальными потоками и сбытом, партнерскими связями и др.	Слабые знания, недостаточный опыт управления, низкий управленческий уровень предпринимательских кадров.
1.2. Макроэкономические		
– интегрирующая	МП функционируют в небольших рыночных сегментах, связанных с удовлетворением нестандартного и дифференцированного спроса, который не могут удовлетворять крупные и средние предприятия. МП способствуют объединению экономики в единое целое и содействуют ее структурной достаточности.	Доминирование крупных предприятий, монополизация рынка, негибкость экономики, замедленная реакция на изменение спроса в краткосрочном и долгосрочном периодах.

– преобразовательная	Формирование конкурентной рыночной среды, создание новых направлений деятельности, рынков, видов продукции, расширение ассортимента товаров и услуг, повышение их качества, снижение издержек и цен.	Простое воспроизводство МП, ограничение сфер деятельности, наличие барьеров демополизации экономики. Блокирован механизм гибкости цен, замедленная реакция в повышении качества продукции.
<b>2. Социальные</b>	Возможность реализовать предпринимательские и творческие способности, создать новые рабочие места, обеспечить занятость населения. Формирование социального слоя мелких собственников (средний класс).	Ограничение возможности создания своего дела по причине нехватки стартового капитала и сохраняющихся барьеров. Замедленный рост числа МП не способствует росту занятости населения.
<b>3. Политические</b>	Обеспечение взаимоотношений малого предпринимательства с государством и крупным бизнесом, влияние на политическое устройство общества. Сектор МП служит основой для формирования среднего класса.	В предпринимательской деятельности не задействованы широкие слои населения, что не способствует формированию полноценного слоя собственников.

Как видно из таблицы, функционирование сектора малого бизнеса в странах с развитой экономикой приводит к существенным изменениям в экономической, социальной и политической сферах, что обеспечивает формирование элементов конкурентной среды.

Рассмотрение функций позволяет более полно охарактеризовать сущность сектора малого бизнеса. В общем виде, субъекты малого бизнеса можно охарактеризовать как самостоятельные, наиболее мобильные формы предпринимательской деятельности, которые ограничены количественными и качественными параметрами, реализующие экономические, социальные и политические функции, которые способствуют устойчивому развитию экономики и созданию благоприятной бизнес-среды.

В России, отличительной особенностью которой все еще является высокомонополизированная структура экономики, малые предприятия пока занимают незначительное место. В настоящее время по данным Единого реестра субъектов МСП на начало 2022 г. общее количество

действующих субъектов МСП составило 5866703 ед., из них микропредприятий – 5636297 ед., средних предприятий – 17977 ед., малых предприятий – 212429 ед. Количество ИП увеличилось и составило 3552645 ед.

В целом, говоря о количестве юридических лиц среди МСП, то их число сократилось на 2,4%. «Самозанятые» лица составляют порядка 6 млн. чел. И если их включать в состав МСП, то общее количество субъектов МСП составит порядка 12 млн. ед.

По информации платформы АО «Корпорация «МСП» на основе данных ФНС России на сентябрь 2022 г. занятых в МСП составляет 28,5 млн. чел., что составляет 39% от занятых в экономике России. На малых предприятиях занято порядка 18 млн. чел., в микропредприятиях – 8,3 млн. чел., в средних предприятиях – 2,2 млн. чел. Оборот МСП от общего по РФ составляет 37%.

Сегодня потенциал малого предпринимательства остается до конца нереализованным. Существуют серьезные экономические барьеры для выхода новых предприятий на рынок и развития их деятельности. Не задействованы резервы развития малого бизнеса, связанные с высвобождением имущества и мощностей крупных предприятий, их демонополизацией, ликвидацией или перепрофилированием. Интересы малого бизнеса практически не учитываются при распределении государственных инвестиционных ресурсов, организации поставок для государственных нужд, формировании налоговой системы, в таможенном и внешнеэкономическом регулировании.

Как показывает мировой опыт и аналитические исследования, абсолютный предел налоговых изъятий не должен превышать критический уровень 45-50% от ВВП, при более высоких ставках начинается массовое бегство от налогов, что в конечном итоге приводит к снижению налоговой базы и спаду производства. В России величина налоговых изъятий превысила критический уровень, что вызвало практику ухода в тень.

Сложными и противоречивыми являются отношения малого бизнеса с местной властью. С одной стороны, малый бизнес становится естественной, объективной и надежной опорой власти в решении экономических проблем на местном уровне, что обеспечивает данному сектору некоторую поддержку. С другой стороны, малый бизнес на местном уровне оказывается в полной зависимости от бюрократического аппарата в лице чиновничества. Здесь следует сказать об экономических барьерах, которые появляются при регистрации (закрытии) предприятия, обязательной сертификации товаров и услуг, лицензировании отдельных видов деятельности, получении контрактов на государственные закупки, субсидий или кредитов через государственные механизмы поддержки предпринимательства, проведении инспекторских проверок и др.

В условиях административных ограничений сектор малых субъектов не выполняет свою основную функцию – развитие конкурентной среды, являющейся благоприятной для развития экономики. Существующая административная регламентация предпринимательской деятельности отрицательно сказывается на процессе воспроизводства малого бизнеса и не позволяет им

генерировать конкурентную среду. Процесс формирования конкурентной среды в современной российской экономике носит по-прежнему административный характер, что мешает инициированию конкуренции.

Микро, малые и средние предприятия выделены в особую группу, требующую определенных льгот и поддержки со стороны государства. Необходимо закрепить законодательно за этой группой абсолютный приоритет. Сектор малого бизнеса образует самую многочисленную сеть предпринимательской деятельности и при благоприятных условиях сможет стать фактором развития конкурентной среды. Таким образом, формирование конкурентной среды в новой экономике происходит через развитие, прежде всего, субъектов малого бизнеса.

#### **1.4. Малый бизнес и конкурентная среда**

Процесс формирования конкурентной среды, включение рыночных механизмов конкуренции является важнейшей задачей социально-экономических преобразований в России в новых условиях. Процесс развития рыночной конкуренции наталкивается в современных условиях не только на типичные экономические проблемы: структурные диспропорции, инвестиционный голод, экономический спад, но и на особые преграды: сложившийся монополизм, административные барьеры развития многообразных форм предпринимательской деятельности, высокую долю неформальной теневой экономики.

Подлинно частный сектор развивался преимущественно за счет

создания новых малых предприятий в торговле и сфере услуг, практически не меняя структуру производственного сектора. В то же время монопольное положение в свое время приватизированных предприятий сохранилось. Генетически заложенные в советское время предпосылки монопольного поведения этих предприятий на рынке только усугубились новым, уже частнохозяйственным монополизмом. Крупные государственные монополии трансформировались в частные, активно защищающие свое доминирующее положение. Наличие монопольных структур в рыночной системе в значительной степени определяет характер и специфику конкуренции, поэтому анализ особенностей и специфических форм проявления монополизма является одной из важнейших характеристик конкурентной среды.

Теоретические основы анализа конкуренции, монополии были изложены как в трудах зарубежных авторов, таких как К. Маркс, П.Ж.Прудон, Д. Робинсон, Э. Чемберлин, Й. Шумпетер, В. Ойкен и др., так и в трудах российских ученых: М.И. Туган-Барановский, С. Шаталин, А. Аганбегян, Л. Абалкин, А. Городецкий, В. Радаев, А. Юданов и др.

Представления о рынках совершенной и несовершенной конкуренции связаны с работами Э. Чемберлина и Дж. Робинсон. Одно из основных теоретических положений книги Э. Чемберлина «Теория монополистической конкуренции» (1933 г.) состоит в том, что главным условием овладения рынком, т.е. сутью монополии, является контроль над предложением, а значит, и ценой, который достигается усилением взаимозаменяемости соперничающих товаров, т.е. "дифференциацией



продукта". Э. Чемберлин выражает непоколебимую уверенность в естественной сущности монополии в конкурентной среде, т.е. в том, что суть предпринимательства в значительной своей части «составляет попытки всякого предпринимателя воздвигнуть собственную монополию, распространить ее насколько возможно и защитить ее против попыток других предпринимателей расширить свои монополии» [118]. Но задача, по его мысли, состоит в том, чтобы через экономическую науку пришло «полное осознание того обстоятельства, что продукт всегда дифференцирован», «что чистую конкуренцию нельзя больше считать во всех отношениях «идеалом» для экономики благосостояния».

Теория Дж. Робинсон [93] во многом расходится с логическими построениями Э. Чемберлина. В частности, если последний монополистическую конкуренцию увязывал с одной из характеристик естественного состояния рынка в равновесии, то Дж. Робинсон, говоря о несовершенной конкуренции, видела в ней, прежде всего нарушение и потерю нормального равновесного состояния конкурентной хозяйственной системы. Сущность монополии рассматривается Дж. Робинсон в «Экономической теории несовершенной конкуренции» (1933 г.) негативно, как фактор, дестабилизирующий социально-экономические отношения рыночной среды.

Общий вывод, который можно сделать из исследований ученых-экономистов, состоит в том, что в современной рыночной экономике совершенная конкуренция такое же редкое явление, как и абсолютная чистая монополия, и что в реальной жизни более типична ситуация,

которая находится между этими крайностями.

Всю историю трансформации экономических отношений и развития монополий в России можно условно подразделить на пять этапов:

- до 1929 г. – период НЭП: с одной стороны, активизация частной торговли, мелкой кустарной промышленности, производственных кооперативов, с другой - создание крупной национализированной промышленности, представленной трестами и синдикатами;

- 1929 – 1956 гг. - индустриализация промышленной России: доминирование административной системы, развитие централизованного государственного управления, формирование государственного монополизма;

- 1957 – 1965 гг. - относительная децентрализация властно - хозяйственных отношений административно - хозяйственной экономики и создание локальных монопольных структур (совнархозов, колхозов), осуществляющих государственное управление экономическими районами;

- 1965 – 1987 гг. - дезинтеграция функций экономического центра: воссоздание отраслевых министерств, определяющих и проводящих техническую политику всех предприятий отрасли, формирование крупнейших ведомственно-корпоративных структур в виде производственных и научно-производственных объединений, создание завершенных монополий, полностью доминирующих на всех отраслевых рынках при отсутствии конкурентов, усиление процессов

концентрации производства в сферах обслуживания, быта и т.п.;

- с 1988 г. – перестройка экономической политики в стране, либерализация экономики, период создания рыночных структур, демонополизации и развития конкурентной среды.

- с 1992 г. – приватизация государственных субъектов экономики, создание частного бизнеса, денежная и другие реформы.

- С 2004 г. – по настоящий период – укрепление рыночной экономики в стране, развитие широкого слоя собственников, появление новой инфраструктуры рынка и социально-экономических отношений в обществе.

Важно вспомнить, что после Октябрьской революции 1917 г. рынок, по существу, уничтожили, т.к. было запрещено свободное предпринимательство и полностью исключена конкуренция, на десятилетия установилось господство государственного монополизма. Абсолютная государственно-административная монополия выразалась в двух направлениях:

- а) государство монополизировало производство и продажу основной массы товаров;

- б) государство выполняло также роль всеохватывающей монополии, поскольку являлось единственным покупателем и закувало основную массу сырьевой продукции.

Государство не только не препятствовало, но, напротив, всемерно способствовало развитию монополизации на всех уровнях народного хозяйства. Преобладающей в экономике стала тенденция к концентрации производства (укрупнение) и централизации производства (слияние

мелких и средних предприятий в единое крупное). В то же время экономическая наука установила, что преимущества крупного производства над мелким могут возрастать до определенных пределов, после чего они утрачиваются. Начиная с этапа индустриализации, развитие народного хозяйства шло путём создания предприятий-гигантов, которым государство предоставляло лучшие условия хозяйствования. Небольшим же заводам и фабрикам была отведена второстепенная роль. Гигантские промышленные предприятия превратились в монополистов, не знающих конкурентов на внутреннем рынке.

Для того чтобы понять причины сложившейся структуры, нужно обратиться к выявлению особенностей современного российского монополизма с учетом его генетических истоков, заложенных в советской системе, где он охватывал все сферы жизни общества. Сложившаяся в экономике России монополистическая ситуация исследовалась с точки зрения ее генезиса, особенностей и эволюции в научных трудах В. Богачева, Ю. Власьева, Н. Крыловой, Л. Лыковой, Ю. Меркуловой и др. Практически все они выделяют следующие причины возникновения монополизма в стране:

- существующая политическая система, характеризующаяся отсутствием истинной демократии и базирующаяся на господстве единой правящей партии;
- подавляющее господство одной формы собственности;
- административно-командная система, основанная на государственной монополии и приоритете государственных интересов.

Монополизм административно-командной системы был всеобъемлющим, включая производство, распределение, обмен и потребление. Монополизм российской экономики сформировался не в результате действия конкурентной борьбы, а сознательно, как способ оптимизации распределения ресурсов на основе экономии от масштабов производства. Это привело к укрупнению производства даже там, где это было экономически нецелесообразно и эффект масштаба носил отрицательный характер. Следовательно, российский монополизм был сформирован искусственно, а не в ходе естественного развития. Подавляющее большинство хозяйственных связей складывалось директивно, на безальтернативной основе, базировалось на строго централизованных и директивных принципах. Государственная монополия стала сформировавшимся экономическим институтом того времени.

Однако, следует заметить, что монополизм, как форма рыночной власти, кроется не в размерах предприятия, а в его положении на рынке. Даже небольшое предприятие может быть монополистом, крупное же, наоборот, - совершенным конкурентом. Поэтому корень вопроса не в крупных предприятиях, а в том, что производство той или иной продукции сконцентрировано у одного производителя. Следовательно, выход надо искать не в разукрупнении существующих производителей, а в создании для них конкурентов путем диверсификации производства продукции, создания новых производств аналогичной продукции или аналогичного профиля, развития субъектов малого бизнеса и т.п. Именно субъекты малого бизнеса являются основой для формирования

конкурентной среды.

Нет, пожалуй, ни одного механизма хозяйствования, который был бы так подавлен в административной экономике, как конкуренция. Конкуренция в широком смысле этого слова означает состязательные, сопернические отношения между экономическими субъектами, участниками хозяйственной деятельности, проявляющиеся в виде стремления каждого из них обойти других в достижении цели, получить более высокий доход, прибыль, оттеснить соперника. Конкуренция есть особый вид легализованной и цивилизованной экономической борьбы, в которой при наличии в принципе равных шансов у каждой из претендующих на успех сторон верх одерживает более умелая, предприимчивая сторона, лучше использующая свои возможности, находящая пути опережения или вытеснения противника.

Закон РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» ст. 4 дает следующее определение конкуренции: «конкуренция – состязательность хозяйствующих субъектов, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможность каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения товаров на рынке». Действующим законодательством запрещается прибегать к недобросовестной конкуренции, занимать доминирующее положение на рынке, осуществлять монополистическую деятельность.

По мнению А.Ю. Юданова, рыночной конкуренцией называется борьба за ограниченный объем платежеспособного спроса потребителей, ведущаяся фирмами на доступных им сегментах рынка [122, С.29]. В

данном случае речь идет о непосредственном взаимодействии конкурирующих фирм на рынке, которых заставляет враждовать друг с другом ограниченный спрос со стороны потребителя. По мнению того же автора, конкурирующими фирмами называются фирмы, имеющие полностью или частично совпадающую фундаментальную нишу. Сказанное не означает, что конкурентное поле ограничивается рамками борьбы между фирмами, занимающими одну рыночную нишу. В действительности конкурентные отношения фирм выходят далеко за границы отдельных рыночных сегментов и даже отраслей, являясь формой их борьбы за лучшие условия хозяйствования.

Экономическая природа конкуренции связана с расщеплением экономической власти. Это означает, что уже само наличие конкуренции, с одной стороны, указывает на возможность закрепления за хозяйствующими субъектами определенной экономической свободы, а с другой, что особенно важно, - на рассредоточение экономической власти среди агентов рынка, позволяющее им осуществлять свободный выбор. Возможность выбора ограничивает потенциальные злоупотребления продавцов. Поэтому роль конкуренции в рыночной экономике многогранна. Конкуренция, с одной стороны, является одним из наиболее действенных механизмов отбора, с другой стороны, служит питательной средой предпринимательства.

Роль и функции конкуренции можно сформулировать следующими положениями:

- 1) Конкуренция уравнивает частнособственнические устремления отдельных предпринимателей, выражающихся в

требовании свободы для себя и стремлении ограничить ее у других. Ограничивая рыночную власть отдельных фирм, противодействуя монопольным проявлениям, конкуренция создает благоприятные условия для появления новых предпринимательских начинаний и структур.

2) Конкуренция обеспечивает равные принципы состязательности, противодействует абсолютному доминированию какого-либо из преимуществ фирм, изначально обуславливая существование самых разнообразных их форм. Крупные предприятия выигрывают за счет экономической мощи и масштабности производства. Малые, напротив, компенсируют свою экономическую слабость предпринимательской гибкостью. В то время как специализированные предприятия выигрывают благодаря своей способности к приспособляемости, "фирмы-новаторы" пользуются преимуществами первопроходцев. При этом следует иметь в виду, что, если конкуренция как таковая в принципе предполагает существование разных по масштабу и форме организации предпринимательских структур, то реальное их многообразие в экономике зависит от степени ее жесткости.

3) Конкуренция является условием предпринимательской активности. Ориентируя предпринимателей на поиск лучших условий хозяйствования, конкуренция обуславливает необходимость непрерывного совершенствования форм и способов хозяйствования, становясь "вечным двигателем" развития самой предпринимательской функции. Не только повышение качества и сокращение затрат, но и поиск новых рынков, создание новых товаров и услуг, применение



новых методов предпринимательства становится повседневной заботой предпринимателя.

4) Конкуренция дает возможность эффективно распределять ограниченные ресурсы общества. Если предложение больше спроса, то неизбежно возникает борьба между продавцами, они вынуждены снижать цену, что ведет к сокращению объемов производства данного товара и к уменьшению ресурсов, вкладываемых в данное производство. Если спрос больше предложения, то возникает конкуренция между покупателями, каждый из них стремится предложить более высокую цену за дефицитный товар - цена повышается, увеличивается предложение и больше ресурсов привлекается в производство данного товара. При этом ресурсы направляются в те отрасли, где в них существует наибольшая потребность.

5) Конкуренция выполняет стимулирующую функцию. Стремление удержаться на рынке, максимизировать свою прибыль заставляет предпринимателя совершенствовать свое производство, улучшать качество продукции, снижать издержки производства.

6) Конкуренция, как главный механизм контроля в рыночной экономике, благоприятствует возникновению тождества личных и общественных интересов, как бы направляемая «невидимой рукой», она управляет корыстными мотивами предприятий и поставщиков ресурсов таким образом, чтобы стимулировать заинтересованность общества в эффективном использовании редких ресурсов.

7) Посредством конкуренции происходит распределение доходов в соответствии с вкладом и эффективностью использования факторов

производства. Эффективное использование ресурсов позволяет производителям получать более высокие доходы, при обратной ситуации они несут убытки и могут быть вытеснены с рынка.

Таким образом, конкуренция в экономике проявляется как борьба субъектов за наилучшие результаты деятельности и условия существования. При этом конкуренция выступает важнейшим механизмом обеспечения эффективности, пропорциональности и динамичности рыночной экономики.

Общеизвестно, что конкуренция представляет собой процесс взаимодействия хозяйствующих субъектов за наиболее выгодные позиции на рынке. Родовое понятие «конкуренция» восходит к латинскому языку и означает «столкновение», «состязание». Термин «конкуренция» имеет множество толкований, причем весьма несхожих по значению. Можно выделить три подхода к трактовке конкуренции: поведенческий, функциональный, структурный.

1) Поведенческая трактовка изначально установилась в экономической литературе А. Смита, который связывал конкуренцию с честным соперничеством, ведущимся между продавцами (или покупателями) за наиболее выгодные условия продажи товара. При этом основным методом конкурентной борьбы ему виделись изменения цен.

В дальнейшем поведенческое понимание конкуренции совершенствовалось в направлении более точного указания ее цели и способов ее ведения. Так, в марксистской трактовке конкуренцией называется «свойственная товарному производству... антагонистическая борьба между частными производителями за более выгодные условия

производства и сбыта товаров».

Неоклассический вариант поведенческого толкования конкуренции связывает ее с борьбой за редкие экономические блага и, разумеется, за деньги потребителя, на которые их можно приобрести. Логика этого подхода состоит в том, что большинство благ (товаров, услуг, ресурсов) являются редкими в том смысле, что их количество меньше потенциальной потребности общества. Поэтому владельцы благ имеют возможность распределять их, руководствуясь своей выгодой. Они выставляют свои условия и в зависимости от исполнения этих условий решают, кому предоставить блага, а кому – нет.

В рамках поведенческой трактовки конкуренции, раскрываются методы конкурентной борьбы, цели и способы ее ведения, принципы выбора стратегии поведения фирмы на рынке и т.д.

2) Функциональный подход к определению конкуренции показывает ее роль в экономике и определяет ее функции. Й. Шумпетер, в частности, в рамках своей теории экономического развития определял конкуренцию как соперничество старого с новым. Нововведения скептически принимаются рынком, но, если новатору удастся их осуществить, именно механизм конкуренции вытесняет с рынка предприятия, использующие устаревшие технологии.

Ф. фон Хайек рассматривал конкуренцию совсем с другой стороны, называя ее «процедурой открытия». По его мнению, на рынке только благодаря конкуренции скрытое становится явным. Скажем, в условиях типичной для реального рынка нехватки информации первоначально одинаково привлекательными могут казаться нескольких возможных

линий поведения фирмы. И только конкуренция «открывает», какая из них на самом деле верна, а какая ведет в тупик. Таким образом, функциональный подход раскрывает конкуренцию с позиции ее роли и функций в экономике.

3) Истоки структурной трактовки восходят к работам Ф. Эджуорта, А. Курно, Дж. Робинсон, Э. Чемберлина и других крупнейших ученых, заложивших фундамент современной западной теории четырех основных типов рынков: совершенной конкуренции, монополистической конкуренции, олигополии и монополии. Позиции этой группы ученых в современной западной экономической науке столь сильны, что сам термин «конкуренция» («competition») чаще используется именно в структурном понимании. Если же нужно подчеркнуть поведенческую сторону конкуренции, нередко пользуются иным словом – «соперничество».

При структурном подходе акцент смещается с самой борьбы компаний друг с другом на анализ структуры рынка, тех условий, которые господствуют на нем. Так, Ф. Найт определяет конкуренцию как ситуацию, в которой конкурирующих единиц много и они независимы. К.Р. Макконнелл и С.Л. Брю трактуют конкуренцию как «наличие на рынке большого числа независимых покупателей и продавцов, возможность для покупателей и продавцов свободно выходить на рынок и покидать его».

В данном случае важным оказывается не соперничество фирм в установлении цены, а установление факта принципиальной возможности (или невозможности) влияния фирмы на общий уровень цен на рынке.

Если такое воздействие невозможно, то речь идет о рынке совершенной конкуренции, в противном случае – о конкуренции несовершенной. Таким образом, структурный подход раскрывает проблему степени монополизации (или, напротив, открытости) рынка и его структуру.

Исходя из вышесказанного, мы предлагаем авторское определение конкуренции. Конкуренция в экономике – это многогранное явление, представляющее собой особое взаимодействие хозяйствующих субъектов в форме экономической борьбы за наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров, долю на рынке, потребителя с целью получения более высоких доходов и экономических выгод.

Конкуренция как один из наиболее действенных механизмов регулирования и отбора в рыночной экономике создает такое сочетание предпринимательских структур, которое способно обеспечить эффективное функционирование рынка.

Конкуренция реализуется в определенной рыночной структуре, которая характеризуется рядом черт, а именно: числом и размерами фирм, типом предлагаемого продукта, степенью контроля над ценами, условиями входа и выхода на рынок, доступностью информации.

Теоретики подходят к анализу конкурентных рыночных структур, рассматривая элементы структуры рынка и выполняемые ими функции. В первую очередь анализируется те условия, которые господствуют на каждом из типов рынка (число продавцов на рынке, барьеры входа и выхода, чувствительность к изменению цен, дифференциация предлагаемых продуктов по качеству), исследуется эффективность рынков в условиях совершенной и несовершенной конкуренции,

определяется влияние государства на процесс регулирования конкуренции. Исходя из этого, определяются общие положения и конкретные способы корректировки рыночного механизма, сохраняющие и развивающие конкуренцию.

Согласно данному подходу выделяются следующие два основных типа рынка:

1. Совершенная конкуренция.

2. Несовершенная конкуренция, которая подразделяется еще на три типа:

- монополистическая конкуренция;
- олигополия, которую, в зависимости от типа продукции (однородный, стандартизированный продукт, или дифференцированный) подразделяют на чистую олигополию и дифференцированную;
- дуополия;
- чистая монополия.

В современной классификации данный подход модифицирован следующим образом:

Чистая (совершенная) конкуренция – это идеальный тип рынка, на котором соблюдаются следующие условия: а) наличие большого числа фирм в отрасли производства или сфере услуг; б) однородность выпускаемого продукта; в) независимость в процессе принятия отраслевых решений; г) свобода входа и выхода на рынок; д) равный доступ к информации.

Следовательно, ни одна из фирм на этом рынке не может повлиять на цену.

Чистая монополия – положение на рынке товаров и услуг, характеризующееся наличием одного продавца данного вида товара или услуги и множества покупателей.

Монополистическая конкуренция с дифференциацией продукта в отличие от чистой конкуренции предполагает отсутствие хотя бы одного из условий совершенной конкуренции.

Олигополия - небольшое число фирм производителей на отраслевом рынке продукции (как правило, от 3-х до 10-ти фирм).

Дуополия - отрасль состоит из двух фирм - монополистов, частный случай олигополии.

Монопсония - монополия покупателя, т.е. ситуация на рынке товаров и услуг, когда имеется один покупатель и множество продавцов.

Сложность заключается в том, что указанные типы конкуренции всегда смешаны, причем в различных пропорциях. Чистая конкуренция так же редка, как и чистая монополия.

Важными особенностями российской экономики остаются такие как: значительный рост теневой экономики, обусловленный высоким уровнем налогообложения; экономическая нестабильность, кризисное состояние экономики; несовершенство организационно-правового регулирования; неблагоприятный социальный фон; деформация морально-этических требований и др.

Для их разрешения необходимо создание условий для реализации функций конкуренции, т.е. необходимы стабильные основы конкурентной среды. Важно дать понятие «конкурентная среда».

На наш взгляд, конкурентная среда – это совокупность условий,

которые, в конечном счете, обеспечивают возможность для нормального функционирования конкурентного механизма и взаимодействия хозяйствующих субъектов. Конкурентная среда имеет основные компоненты как объект конкуренции, т. е. то, за что ведется борьба (деньги, власть, доля на рынке и др.) и субъект конкуренции, т. е. сами участники этой борьбы (люди, фирмы, регионы, отрасли и др.)

Конкурентная среда – это такая среда или пространство, которая включает в себя конкурентов, т. е. участников рынка, которые ведут борьбу за его трофей (объект) при определенных правилах конкуренции и законах рыночной экономики. Под конкурентной средой следует так же понимать сложившиеся внешние и внутренние факторы, обеспечивающие возможности для существования и развития конкуренции.

Элементами конкурентной среды, которые одновременно могут быть и ее предпосылками, являются:

1) экономические: свобода выбора вида экономической деятельности, множественность форм и разнообразие предпринимательских образований;

2) технологические: уровень развития науки и техники, доступность технологий и информации;

3) социальные: система образования, подготовки и переподготовки кадров, социальная защищенность предпринимательской деятельности;

4) институциональные: наличие гарантий и распределение прав собственности, налоговое и бюджетное законодательство, развитость институтов рыночной инфраструктуры;



5) политические: устойчивость и демократизм политической системы, характер взаимоотношений бизнеса и государства и др.

Автором предложен методологический подход к анализу влияния субъектов малых форм хозяйствования на формирование конкурентной среды, включающий единство (синтез) поведенческого, функционального и структурного аспектов исследования.

Применение каждого из них позволит решить комплекс задач:

1) поведенческий подход даст возможность выделить качественные характеристики малых форм хозяйствования, особый стиль их поведения и роль в развитии конкурентной среды;

2) функциональный подход способствует раскрытию специфики реализации конкурентных функций субъектов малых форм хозяйствования;

3) структурный подход позволит оценить уровень развития конкурентной среды в экономике.

Использование предлагаемой авторской методологии анализа на основе поведенческого, функционального и структурного подходов позволит выявить механизм влияния субъектов малых форм хозяйственной деятельности на формирование конкурентной среды (см. рис. 2).

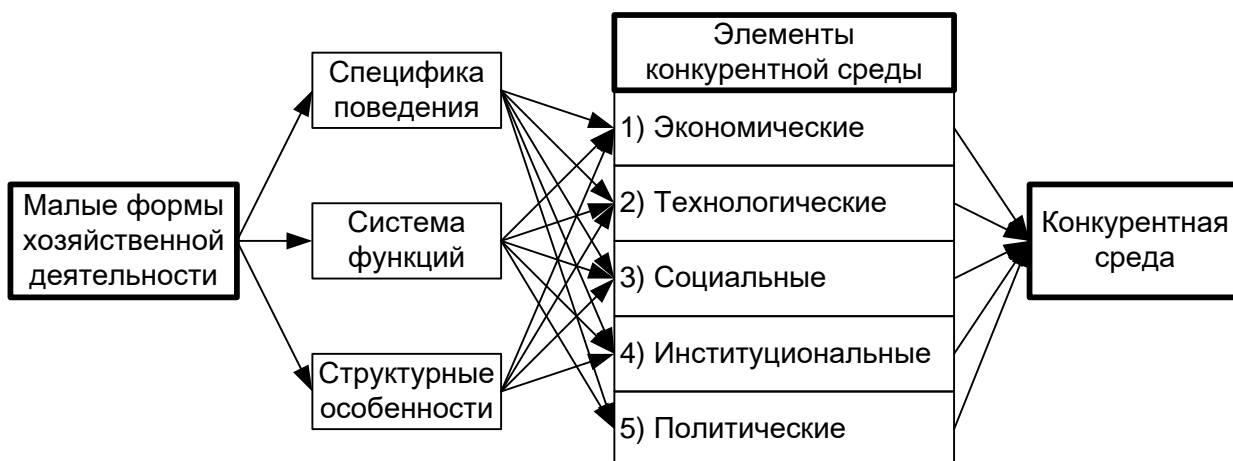


Рис.2. Механизм влияния малых форм хозяйственной деятельности на формирование конкурентной среды

Качественные характеристики субъектов малых форм хозяйственной деятельности влияют на стиль их поведения, который проявляется в следующем: в оперативном реагировании и адаптации к изменениям рыночной конъюнктуры, повышении качества товаров (услуг) и расширении их ассортимента; способности заполнять свободные рыночные сегменты и выравнивать диспропорции в экономике; готовности к риску и инновациям, удовлетворении дифференцированных, быстроменяющихся потребностей; в рациональном использовании ресурсов.

По мнению автора, особенности деятельности субъектов малого бизнеса влияют на формирование конкурентной среды:

Во-первых, ее экономических элементов, поскольку за счет них обеспечивается многочисленность и разнообразие предпринимательских структур, экономическая стабильность и демонополизация экономики.

Во-вторых, технологических элементов, так как формируется способность к быстрому реагированию на изменения рыночной

конъюнктуры и технологические нововведения.

В-третьих, социальных элементов конкурентной среды, поскольку расширяется занятость, увеличивается благосостояние и усиливается стабильность в обществе.

В-четвертых, институциональных элементов, что проявляется в инициировании разработки норм, правил, законов, регулирующих предпринимательскую деятельность.

В-пятых, политических элементов через создание противовеса олигархическим и бюрократическим структурам, и, как следствие, укрепление устойчивости политической обстановки в стране.

Конкурентная среда отечественной экономики имеет свои особенности, такие как:

1) слабая видовая дифференциация предприятий и доминирование отдельных их видов;

2) ярко выраженное стремление к реализации имеющихся монопольных преимуществ;

3) регионализация предпринимательства (региональные отличия в развитии предпринимательства);

4) распространение практики различного рода административных ограничений.

Все это указывает на слабость и неразвитость конкуренции. Без преодоления этих недостатков сформировать эффективно действующую предпринимательскую среду невозможно. Можно сказать, что конкуренция и предпринимательство – это взаимообусловленные явления. Чем выше уровень предпринимательской активности, тем

больше степень конкуренции, и наоборот.

Поэтому в рамках новой экономики создание конкурентной среды за счет развития различных форм предпринимательства и доминирующего положения субъектов малого и среднего бизнеса является существенным фактором. Слабость конкуренции препятствует созданию такого сочетания предпринимательских структур, которое позволяет оптимизировать распределение производственных ресурсов и обеспечить эффективное функционирование рынков. Это заставляет фирмы направлять свои усилия на укрепление имеющихся у них преимуществ.

Неразвитость форм конкуренции направляет состязательность не в русло совершенствования технологии и расширения спектра услуг (скидки, гарантии, сервис), а в сферу исключительно ценовых параметров, что оборачивается, с одной стороны, усилением монопольных проявлений, а с другой, - упрощением продукции и сокращением ее ассортимента как метода снижения издержек. В итоге, вместо репродукции новаторских свойств, предпринимательство становится генератором хозяйственной агрессии и борьбы на уничтожение преимуществ конкуренции.

Итак, в общем понимании, конкурентная среда – это некая совокупность определенных условий хозяйствования субъектов рыночной экономики, способствующих возникновению и развитию конкуренции. Для развития конкурентной среды необходимы, как уже было отмечено выше, экономические, технологические, социальные, институциональные и политические предпосылки.

## 1.5. Генезис малого бизнеса

Становление малых хозяйственных форм и создание конкурентной среды в российской экономике началось с зарождения рыночных отношений в период приватизации государственных и муниципальных предприятий с 1992 г. Результатом малой приватизации явилось то, что к 1995 г. в частные руки перешли практически вся сфера торговли, общественного питания и сфера услуг. Итогом большой приватизации послужило то, что к концу 90-х гг. более 80% предприятий находились в частной собственности.

Однако за этими внешне благополучными цифрами скрывается масса проблем, которые проявились в ходе приватизации, а именно:

- приватизация и демонополизация не сопровождались трансформацией основных монопольных структур, вместо государственных монополий в основных отраслях экономики утвердились частные, не допускающие конкуренции;

- разрушение единого народнохозяйственного комплекса и единого производственно-научного пространства, в результате которых были разрушены хозяйственные связи и приостановлены научные исследования многих предприятий;

- критическое падение внутреннего спроса на продукцию российских предприятий, чему послужили падение уровня жизни населения и снижение государственных закупок;

- сокращение оборонного сектора экономики, что привело к снижению занятости и доходов населения;

- открытость экономики к иностранной конкуренции, которая

вытеснила с рынка неконкурентоспособную отечественную продукцию и вызвала кризис средних и крупных предприятий;

- правовая незащищенность и несовершенство законодательства;
- нестабильная макроэкономическая ситуация (высокие налоги, инфляция, процентные ставки).

Указанные особенности тех времен вызвали деформацию конкурентной среды, которая проявилась в росте теневой экономики, ослаблении видовой дифференциации предприятий на фоне расширения сферы торговли, посредничества, сужения производственной сферы, усилении монопольных преимуществ, криминализации хозяйственных отношений, недостаточном развитии малых хозяйственных форм.

Проанализируем особенности возникновения и формирования малого предпринимательства в России. Процесс становления малого предпринимательства в России, по мнению ряда авторов [30; 54], включает в себя несколько базовых этапов (см. рис. 3):

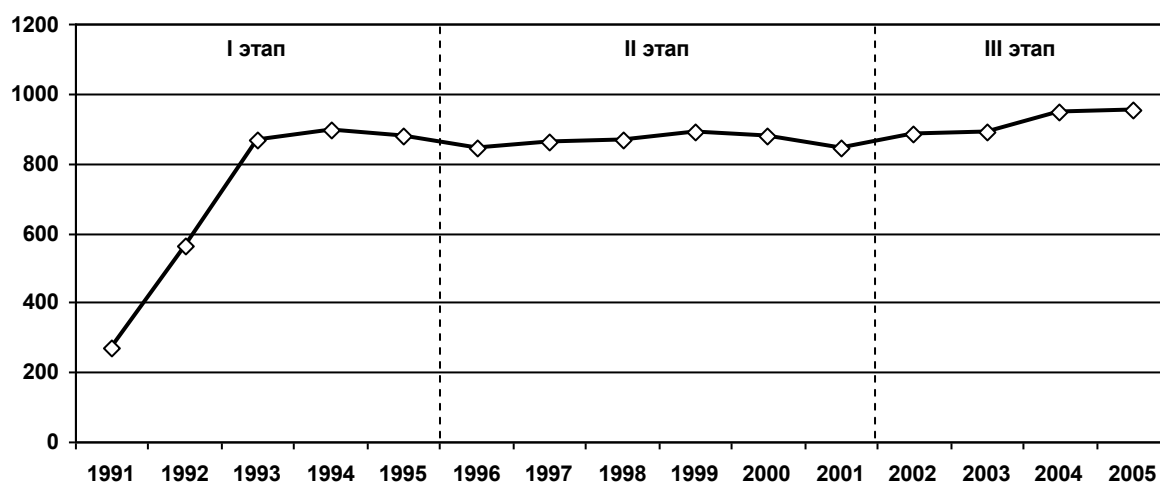


Рис.3. Процесс становления малого бизнеса в России, тыс. ед.

I этап (конец 80-х – 1995 гг.) – зарождение и быстрый рост числа малых предприятий (период грюндерства), который связан с началом

приватизации государственных и муниципальных предприятий, разрешением индивидуальной и кооперативной деятельности, предоставлением налоговых льгот, либерализацией цен, что создавало условия для быстрого накопления капитала особенно в сфере торговли, услуг, общественного питания. Малыми предприятиями на этом этапе считались юридические лица со средней численностью занятых до 200 человек. Положительная динамика численности малых предприятий наблюдалась до 1994 г., а начиная с 1995 г. происходит падение числа малых субъектов в реальном секторе экономики, что привело к последующему ослаблению конкурентной среды. Это, на наш взгляд, связано с последствиями шоковой «терапии», ростом налогов, инфляцией, ростом процентных ставок, что подорвало финансовую базу малых предприятий и усилили их уход в «теневую экономику».

II этап (1996-2001 гг.) – характеризуется «нулевыми» темпами роста малых предприятий, стагнацией в их развитии (общее число малых предприятий устойчиво сохраняется близким к цифре 900 тыс. единиц). Ограничивающими факторами являлись: обострение конкуренции со стороны иностранных предприятий, неплатежеспособность заказчиков, повышение уровня налогообложения, сокращение спроса на внутреннем рынке, высокая изношенность основных фондов, финансовый кризис 1998 г. Характерной чертой данного этапа явилось поглощение малых предприятий более крупными, в результате чего процесс воспроизводства малых предприятий затормозился и, как следствие, привел к стагнации конкурентной среды.

III этап (2002 – 2018 гг.) – этап «оживления» малых предприятий.

Рост численности вызван новыми законодательными правилами, введением упрощенной системы налогообложения, которые в совокупности стимулировали процесс создания малых предприятий крупными компаниями. Данный этап характеризуется усилением конкурентной среды.

IV этап мы назовем условно периодом стагнации малого бизнеса, который начался с 2018 г. и продолжается по настоящее время, когда рост малого бизнеса прекратился. Данный этап характеризуется ослаблением конкурентной среды. Если сегодня говорить о секторе малого и среднего предпринимательства (МСП), опираясь на данные Росстата, ОКВЭДа, Единого реестра субъектов МСП и ФНС РФ, то можно сказать, что даже в объединенном виде, показатели этого сектора остаются желать лучшими, малый и средний бизнес остается недоиспользованным ресурсом российской экономики.

По различным оценкам, количество активно работающих субъектов МСП с 2018 – 2020 гг. увеличилось всего на 0,3%. Это заметно меньше, чем за такой же аналогичный период с 2016 – 2018 гг., когда показатель вырос на 11,8%.

Если в конце 2018 г. в России было 251730 малых предприятий, то к концу 2022 г. их на 40 000 стало меньше. Медленно растет и количество микропредприятий, количество которых на сегодняшний день составляет 5,7 млн. ед. Попытки записывать в малый бизнес «самозанятых» (по официальным данным, их насчитывалось в начале 2022 г. 4,2 млн. чел.) нельзя признать корректными – хотя бы потому, что большинство из них не создают рабочие места и пока не показывают



значительных для экономики финансовых оборотов. Это среда профессионалов, которые в отличие от бизнеса не ориентированы на рост и масштабирование.

Так, по оценкам Центра стратегических разработок, в 2021 г. число занятых в малом и среднем бизнесе сократилось на 900 тыс. человек, что было связано с антиковидными ограничениями, введенными западными санкциями, разрывом интеграционных связей, экономическим кризисом, инфляцией, опережающим ростом крупного бизнеса и обострением конкуренции, проблемами поставок, падением выручки и др. Экспертный опрос показал, что с 2020 по 2021 гг. из-за введения ограничений на фоне распространения коронавирусной инфекции падали спрос, покупательная способность населения, замедлилась деловая активность, в результате чего руководители 35% малых и средних предприятий отправили сотрудников в неоплачиваемые отпуска, провели увольнения.

Важно понимать, что в текущей ситуации малый и средний бизнес находится в жестких условиях неопределенности, но, несмотря на это предприятия вынуждены приспосабливаться к новым реалиям.

Федеральная налоговая служба (ФНС) опубликовала данные Единого реестра субъектов МСП, согласно которым общее количество субъектов малого и среднего бизнеса по состоянию на 10.12. 2022 г. выросло по сравнению с прошлым годом и составило 5,9 млн. ед., где работает 15,2 млн. чел. Это порядка 35% всех занятых в экономике. На фоне роста общего количества МСП выделим их видовую динамику с прошлого года. Так, количество малых предприятий выросло ненамного

по сравнению с прошлым годом и составило 212716 ед., где занято 5,9 млн. чел. Заметим, что количество малых предприятий в 2016 г. составляло 268488 ед., что говорит об устойчивой тенденции снижения малых предприятий за этот период. Количество микропредприятий выросло и составило 5,7 млн. ед., где занято 7,3 млн. чел. ФНС к микропредприятиям относят всех юридических лиц, в которых занято до 15 человек. Количество средних предприятий осталось практически неизменным и составило 17994 ед., где занято 1,9 млн. чел. Всего по России действует порядка 3,6 млн. ИП, включая крестьянские фермерские хозяйства (К(ф)х), где работает 2,7 млн. чел. Следует повторить, что статистика не учитывает «самозанятых лиц» и не включает их в сектор МСП.

В целом, среди действующих субъектов МСП в России на начало 2022 г. на долю малых предприятий приходилось 3,6%; микропредприятий – 96,1%; средних предприятий – 0,3%. На долю ИП, включая К(ф)х, приходилось 60%. Это свидетельствует о низкой доли малых и средних предприятий в общем количестве МСП и о высокой доли микропредприятий и ИП в общем количестве МСП. Сложившаяся структура МСП неравномерна и состоит в большинстве своем из так называемых «микроединиц».

Анализ статистики новых регистраций субъектов малого и среднего бизнеса за 2022 г. показал, что по ряду отраслей произошло заметное падение их привлекательности для регистрации. В частности, произошло существенное сокращение числа регистрируемых предприятий в лесоводстве и лесозаготовках (на 74% по отношению к началу года), в

производстве кожи и изделий из нее (на 27%), в производстве неметаллической минеральной продукции (на 14%), в производстве резиновых и пластмассовых изделий (на 13%), в производстве напитков (на 8%), в сфере трудоустройства (на 7%) и туризма (на 7%).

Санкционное давление на российскую экономику и изменение условий хозяйствования создали новые ниши для развития частного предпринимательства. Так, произошли сдвиги в относительной отраслевой привлекательности, которые проявились в заметном росте интереса малого и среднего бизнеса к строительству, оптовой торговле, торговле через интернет, информационным технологиям (IT-сфера), управлению недвижимым имуществом, фармацевтике, сельскому хозяйству, где число регистраций указанного бизнеса увеличилось. Есть все основания полагать, что такой выбор сфер тесно связан с открывшимися в 2022 г. новыми возможностями для импортозамещения.

Доля МСП в ВВП в 2020 г. составляла 19,8% и в 2021 - 2022 гг. данный показатель колеблется в районе 20%, в то время как в западных странах доля МСП в ВВП составляет от 50 до 80%. По данным сплошного статистического наблюдения за субъектами МСП, которое проводит раз в пять лет Росстат, выручка малых, включая микропредприятия и ИП в 2020 г. составила 69, 1 трлн. руб., из них на долю юридических лиц пришлось 48,9 трлн. руб. и на долю ИП – 20, 2 трлн. руб. Если сопоставить полученный результат с общим размером экономики, то выручка малых предприятий и ИП будет эквивалентна по сумме двум третям, т.е. 64 % российского ВВП за 2020 г. (данные из последнего рейтинга РБК).

Количество активных МСП в России, по оценке «СберДанные», составило 27,6 единиц на 1000 человек трудоспособного населения. В этот показатель включены индивидуальные предприниматели и юридические лица, аналогично тому, как это делается при составлении Единого реестра МСП, публикуемого Федеральной налоговой службой (куда не попали «самозанятые» и занятые в теневом бизнесе). Так, в развитых странах на 1000 жителей страны приходится в среднем – не менее 35 МП. Только при аналогичном соотношении малые предприятия смогут в полной мере осуществлять свои функции и способствовать формированию конкурентной среды.

Если говорить о мировых показателях, то по информации «СберДанные», Всемирного банка на 2019 г. количество активных предприятий малого и среднего бизнеса на 1000 человек трудоспособного возраста в Китае составляло порядка 45, в Европе – 57, в Канаде – 39,7, в США – порядка 90. Распространение предпринимательской активности в большинстве регионов России остается ниже среднемирового.

Стоит отметить, что в 11 регионах России плотность проникновения МСП все же оказалась выше среднемирового уровня. В лидерах Санкт-Петербург с показателем в 39,1, а также Москва и Московская область с 37,4. Крупный город в субъекте положительно влиял на уровень создания малого и среднего бизнеса. Регионы с наименьшим уровнем активности населения в малом бизнесе находились преимущественно на юге страны.

Сегодня у всех есть понимание, что нынешний кризис не является краткосрочным и потребует структурной экономической трансформации или, по сути, создания новой национальной экономики. Подходы к решению этой задачи могут быть разными. Tактический – в виде поиска новых рынков экспорта и импорта. И стратегический – через цели куда более амбициозные, завязанные на новом статусе России в быстро меняющемся мире, статусе, который страна неизбежно обретет, утратив звание глобального «сырьевого придатка».

В настоящий период необходимо обеспечить субъектам МСП доступ к уже существующей инфраструктуре и инженерным коммуникациям, в результате чего появятся поток инвестиций и новые бизнес-проекты на территориях регионов. А вот строить или формировать отдельные промышленные кластеры, где можно получить кредитование под 7% на 10 лет, не выход. По сути, вся территория России должна стать таким промышленным и технологическим кластером с одинаковым режимом наибольшего благоприятствования для малого и среднего бизнеса под «символический процент». Развивая малый бизнес, государство будет помогать и ему, и себе, делегируя часть своей социальной, а не только экономической нагрузки.

Новые подходы к экономике потребуют и обновления модели, ориентируя ее на малые и средние компании, на локальных производителей, на развитие территориальных брендов. Иными словами, необходимо формировать класс людей, способных зарабатывать и потреблять, исходя из осознанного выбора. Малый и средний бизнес

способен не только создавать рабочие места, но и стимулировать потребительский спрос на постоянной основе.

Отметим, что процессу формирования малых предприятий и развитию конкурентной среды свойственны одни и те же этапы эволюции: динамичное развитие, стагнация и оживление. Подтверждением такой периодизации может служить не только динамика численности малых предприятий, но и изменение их непосредственной деятельности: в производстве товаров и услуг, введении инноваций, обновлении основных фондов, инвестиционной деятельности и др.

Поскольку малый и средний бизнес является одним из источников экономического роста страны, то его необходимо развивать в разных отраслях экономики, чтобы построить экономически развитую страну. Свою эффективность и общественную полезность малое предпринимательство в России уже доказало.

Можно сказать, что существует взаимообусловленность развития субъектов малого бизнеса и конкурентной среды в отечественной экономике. Чем больше субъектов МСП, тем сильнее конкурентная среда.

Итак, процесс становления малых хозяйственных форм и формирования конкурентной среды в российской экономике занял длительное время, включая демонополизацию, приватизацию (разгосударствление), формирование частного сектора, рынка и рыночной инфраструктуры, развития и стагнации малого бизнеса. Для

дальнейшего развития позитивных тенденций в конкурентной среде требуется проведение антимонопольной политики и активизация государственной поддержки малого бизнеса.

Антимонопольная политика должна быть направлена на поддержание высокой конкурентной активности в экономике, создание условий и мер по предотвращению монопольных проявлений. В этом аспекте действенным административным инструментом ее проведения является антимонопольное законодательство, которое должно быть гибким, чтобы не стать причиной подавления деловой активности. Весьма сложной проблемой является определение факта монополизации. Законодательство большинства стран исходит из того, что рынок монополизирован, если на долю одного продавца приходится 33%, на долю трех – 50%, на долю пяти – 66,6% рыночного оборота. Вообще считается, что рынок конкурентен, если на нем фигурируют не менее 10 продавцов.

В конце 1991 г. в России был принят «Закон о конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках», который определяет организационные и правовые основы предупреждения, ограничения и пресечения монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции и направлен на обеспечение условий для создания и эффективного функционирования товарных рынков. В целях проведения государственной политики по ограничению монополистической деятельности был создан Государственный комитет по антимонопольной политике (Антимонопольный комитет).

Согласно российскому законодательству доминирующим признается положение хозяйствующего субъекта, доля которого на рынке определенного товара составляет 65% и более. Однако доминирующим может быть признано по решению Антимонопольного комитета и положение предприятия, которое имеет до 35% объема продаж на соответствующем рынке. Закон дает характеристику антиконкурентному поведению, запрещает соглашения, в результате которых доля хозяйствующих субъектов на рынке определенного товара превышает 35%, разделение рынка по территориальному принципу, по объему продаж и закупок. В отношении предприятий, занимающих доминирующее положение, Закон предполагает целый ряд санкций, в том числе принудительное разделение.

В целях ограничения монополизма государство должно поощрять конкуренцию, способствовать созданию атмосферы экономического соперничества производителей, конкурирующих между собой на основе развития субъектов малых форм хозяйствования.



## **ГЛАВА 2. МАЛЫЙ БИЗНЕС В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ**

### **2.1. Место и роль малого бизнеса в новых условиях экономики**

Значение и роль малого бизнеса заключается в оптимизации действующей структуры экономики, обеспечении условий для создания среднего класса, повышении уровня занятости, снижении социальной напряженности, формировании конкурентной среды. Не случайно, основу рыночной экономики любой развитой страны составляет сектор малого бизнеса.

Бесспорно, экономическую мощь страны составляют крупные корпорации, которые оказывают формирующее воздействие на уровень научно-технического и производственного потенциала государства, тем не менее, важным компонентом в функционировании рыночной экономики является сектор малого и среднего бизнеса.

О значении данного сектора говорят следующие данные: малые и средние предприятия обеспечивают 66% рабочих мест и 65% товарооборота в странах ЕС. В США, Германии, Японии и других развитых странах малые фирмы производят более 45% ВВП, обеспечивают примерно 50% валовых инвестиций страны и, что важно, на них приходится более 50% всех выдаваемых патентов. Малые предприятия в ЕС обеспечивают 40% всех инвестиций в инновации. Из 58 крупнейших изобретений XX века не менее 46 принадлежит мелким фирмам. Именно малые предприятия, откликнувшись на новые запросы рынка, разработали и внедрили персональные компьютеры, ксероксы, а

также такие предметы массового потребления, как шариковые ручки, застежки «молния» и такие технологии, как, например, крекинг нефти и т.д. За последние 30 лет более 50% всех нововведений в США генерировано именно в малом бизнесе.

После Второй мировой войны многие правительства стран Западной Европы, чтобы восстановить позиции национальной экономики, активно стимулировали развитие именно крупных корпораций. Внимание со стороны государства к малым предприятиям было впервые уделено лишь в начале 70-х годов XX в. в связи с несколькими факторами: ростом благосостояния населения; сменой парадигмы развития экономики; появлением новых технологий, во многом изменивших рынок малых предприятий.

В результате чего сформировались две группы малых предприятий: 1) связанные с крупным производством (дополняющие); 2) самостоятельные, способные конкурировать с крупным бизнесом, в том числе продвигать свою продукцию с меньшим стартовым капиталом и более гибко реагировать на колебания рыночной конъюнктуры.

В развитых странах крупное производство не противопоставляется мелкому. Здесь культивируется принцип кооперирования крупных и малых предприятий, которые дополняют друг друга, особенно при специализации отдельных производств и в инновационных разработках. Например, в США 9 из 10 новых технологических идей рождается на малых фирмах. По данным Национального научного фонда США, в расчете на 1 доллар, вложенный в научно-исследовательские работы, малые предприятия дают в 4 раза больше новинок, чем средние, и в 24

раза больше, чем крупные корпорации. На одного сотрудника малого предприятия приходится в 2,5 раза больше инноваций, чем на работника крупной фирмы [34, С.19].

Малые предприятия в европейских странах, работая в тесной кооперации с крупными фирмами, используют, в частности, выгоды современного посредничества в их материально-техническом обеспечении и в сбыте продукции. Малые предприятия с меньшими издержками и, зачастую, с более высоким качеством выполняют субконтрактные (кооперационные) заказы крупных предприятий на производство комплектующих и т.п.

Например, объем комплектующих изделий в общей стоимости легковых автомобилей, выпускаемых корпорацией Германии «Volkswagen» достигает 60%. Аналогичный показатель у американских корпораций «Ford» и «General Motors» равен 50%, у ведущих автомобильных компаний Японии «Toyota» и «Nissan» - свыше 70%. В целом, в Германии на долю субподрядчиков приходится 45% общего объема производства в транспортном машиностроении, 70-80% - в сталеплавильной промышленности, в обрабатывающей промышленности – 25% [27, С.2].

Разнообразные формы привлечения сторонних поставщиков, такие как аутсорсинг и субконтракция (кооперация) являются весьма эффективными способами промышленного производства. Для развития данных форм необходимо развивать отдельные элементы инфраструктуры поддержки малого предпринимательства, в том числе центров субконтракции (для содействия в производственной

кооперации крупного и малого бизнеса), промзон и полигонов малого бизнеса (для снижения рисков при создании малых предприятий путем предоставления предпринимателям непосредственно на месте комплексных услуг), бизнес-инкубаторов (для содействия начинающим предприятиям), технопарков и инновационных центров (для поддержки инновационных и высокотехнологичных малых предприятий). Для чего необходимо разработать и принять специализированные государственные целевые программы по развитию указанных элементов инфраструктуры поддержки субъектов МСП.

Участие малого бизнеса в поставках для государственных нужд на сегодняшний день не столь высоко. Для этого у малых предприятий нет ни сильной материально-технической базы, ни должного уровня технологий. Им не под силу принять риск несвоевременной оплаты выполненных контрактов со стороны государственных заказчиков, но, тем не менее, сегодня по закону, госкомпании должны совершать у малого и среднего бизнеса не менее 25% закупок от общего объема. Эти нормы распространяются на все госкомпании, общее число которых составляет около 20 тыс. ед.

Мониторинг выполнения данных требований ведет Корпорация МСП. За первое полугодие 2022 г. объем закупок крупнейших заказчиков у малого и среднего бизнеса превысил 1,959 трлн. рублей, поставщиками выступили более 120 тыс. предпринимателей со всей России.

Мера поддержки, позволяющая субъектам МСП участвовать в закупках госкомпаний, реализуется по Национальному проекту «Малое и

среднее предпринимательство». Согласно действующим требованиям, совершать закупки у малого и среднего бизнеса в рамках законодательства (223-ФЗ) обязаны все заказчики с госучастием. Кроме этого, власти упростили малым и средним предприятиям доступ к госзакупкам, например, были установлены единые требования к банковским гарантиям для МСП. Такие меры дают возможность сохранить малый и средний бизнес в условиях введения антироссийских санкций и потери части рынков сбыта.

Для малого бизнеса сегодня характерно проникновение во все сферы деятельности, даже в те, где рентабельность намного ниже, чем в уже освоенных сферах. Между тем, малые предприятия находятся в разобщённом состоянии, они редко поддерживают технологические или хозяйственные связи.

Малые предприятия успешно функционируют в небольших рыночных сегментах, придают хозяйству гибкость, мобильность, способность к быстрым структурным и техническим сдвигам. Наиболее динамичные предприятия малого бизнеса превращаются в средние, и даже крупные фирмы, способствующие экономическому росту.

Именно сектор малого бизнеса, как показывает мировой опыт, является наиболее эффективным составляющим элементом экономической системы, способным обеспечить технологический прорыв.

Кроме этого, необходимо подчеркнуть социальную значимость сектора малого бизнеса, которая заключается в том, что он способствует созданию широкого слоя мелких собственников (среднего класса),

обеспечивает раскрытие потенциальных возможностей личности, помогает создавать новые рабочие места и, самое главное, формирует конкурентную среду.

Значению и роли малых предприятий посвящены работы ряда ученых [15; 20; 22]. Но, несмотря на наличие многих работ, роль и место малого бизнеса в формировании конкурентной среды и развитии экономики недостаточно раскрыта.

О потенциальных возможностях малых форм свидетельствует опыт зарубежных стран. Так, в США из 20 млн. самостоятельных компаний более 90% составляют малые. В США ежегодно создается до 600000 новых малых предприятий, что говорит о больших масштабах малого бизнеса. Малые предприятия США производят 40% ВВП и 50% валового продукта частного сектора [104, С.26].

По данным экспертов ООН, в мире малым бизнесом занято более 50% населения [74, С.131]. В экономически развитых странах доля занятых в малом бизнесе значительно превышает показатели занятости на других предприятиях (табл.3).

Таблица 3

Доля персонала на предприятиях в США и Японии, в % от общего числа занятых на предприятиях

Страны	Предприятия			
	Малые	Средние	Крупные	Итого
США	54,5	24,0	21,5	100
Япония	77,0	14,8	8,2	100

В таких странах, как Германия, Великобритания, Италия за счет малых предприятий создается две трети (2/3) новых рабочих мест.

В экономике развитых стран сектор малых и средних предприятий (МСП) является важной частью хозяйственной структуры, об этом свидетельствуют следующие данные: число МСП в США – 13 млн., в Англии – 2,37 млн., в Японии – 6,5 млн. [123].

В результате опроса будущих предпринимателей, главным барьером на пути открытия своего дела россияне называют экономическую ситуацию – 31%, называя ее неподходящей для ведения бизнеса. На втором месте нехватка денег, а на третьем – дефицит идей. В рейтинге психологических барьеров лидирует высокие риски и страх влезть в долги. Чуть меньше будущие предприниматели боятся проблем с налоговыми отчетами и бухгалтерией, а также нехватки знаний и опыта.

Можно привести обобщенные показатели, характеризующие значение МСП в экономике развитых стран и, для сравнения, в экономике России (см. табл.4).

Таблица 4

#### Доля МСП в экономике ведущих стран мира и России

Страны	Доля МСП в общем количестве	Количество МСП на 1000 жителей	Доля занятых в МСП в общей численности занятых, %	Доля МСП в ВВП, %
Великобритания	99,2	46	49	50-53
Германия	99,3	37	46	50-54
Италия	99,1	68	73	57-60
Франция	97,6	35	60	55-62
Страны ЕС	97,0	47	60	63-67
США	97,6	74,2	54	45-50
Япония	99,2	49,6	78	50-52
Россия*	38,1	21,6	34,5	20-22

Источник: Составлено по данным РЦМП и РАРМП, обзор ОЭСР, 2018г.

Для оценки уровня развития сектора МСП национальной экономики и более точного его сопоставления с зарубежной практикой нами предложена следующая методика.

Прежде всего, необходимо определить результаты функционирования МСП на национальном уровне (доля МСП в общем количестве предприятий, доля в ВВП, доля в общей численности занятых, количество МСП на 1 тыс. жителей, абсолютное количество МСП, число занятых на МСП). Затем, необходимо соотнести полученные результаты с нормативами, в качестве которых предлагается принять аналогичные показатели стран развитой рыночной экономики (см. табл. 4). Нормативом считать средние показатели развития МСП в ведущих странах, т.к. наблюдается большой разброс показателей этих стран. Предлагается ввести две оценки уровня развития МСП: высокий (близкий к нормативному), либо низкий.

Динамику развития МСП необходимо определять по соотношению между вышеуказанными основными показателями функционирования МСП в данной стране за отчетный и базовый периоды. Ввести две оценки динамики: позитивная динамика (положительная) и негативная (отрицательная). Используя данную методику и показатели таблицы 4, определим удельные показатели развития МСП в России и сравним с нормативом, сложившимся в развитых странах (см. табл. 5).



## Показатели развития МСП в России и развитых странах

Показатели	Россия	Норматив
Количество МСП на 1000 жителей, ед.	21,6	50,7
Доля занятых на МСП в общей занятости, %	34,5	61,7
Доля МСП в ВВП, %	20-22	58
Доля МСП в общем количестве предприятий, %	38,1	98
Индекс развития МСП	0,0258	0,3524

\*Данные на 2018 г.

Из таблицы видно, что показатели развития МСП в России отличаются от среднего норматива этих показателей в развитых странах и являются низкими. В таблицу мы ввели комплексный индекс развития МСП (ИРМСП), по которому также можно увидеть разницу в развитии МСП.

ИРМСП выведен на основе следующих показателей: доли занятых на МСП в общей занятости, доли МСП в ВВП, доли МСП в общем количестве предприятий. ИРМСП может выражаться в процентах от национальной экономики или как произведение отдельных коэффициентов. Максимальной величиной ИРМСП является 1, минимальной – 0. Чем больше величина ИРМСП, тем более весомой будет доля сектора МСП в экономике страны, что, несомненно, повлияет на развитие конкурентной среды и экономики страны в целом.

Итак, ИРМСП в Российской Федерации составил 0,0258 (ИРМСП=0,34\*0,2\*0,38), когда как ИРМСП в развитых странах составил 0,3524 (ИРМСП=0,62\*0,58\*0,98). ИРМСП, в данном случае, мы получили как произведение отдельных коэффициентов. ИРМСП дает количественную оценку развития МСП, дает возможность

международных сопоставлений развития МСП и определения уровня развития конкурентной среды.

Следует сказать, что ИРМСП в Российской Федерации говорит о низком уровне развития малого бизнеса, что не способствует развитию конкурентной среды и рыночного механизма в целом. Кроме того, из сопоставления приведенных показателей, характеризующих сектор МСП (куда входят малые и средние предприятия как юридические лица, не включая ИП и К(ф)Х), видно, что Россия существенно уступает странам с развитой рыночной экономикой. Для России важно достижение аналогичных показателей уровня развития МСП, что необходимо для эффективного функционирования рыночной экономики и формирования полноценной конкурентной среды.

Безусловно, можно расширить перечень индексов, включив в их число еще инвестиционную активность МСП, производительность и оплата труда на МСП и др., что послужит основой расчета обобщающего индекса развития МСП и его потенциала в регионах страны.

Проблему оценки эффективности малого и среднего предпринимательства поднимали в своих работах несколько авторов [19; 36; 67-69].

Например, по мнению Духон А., в качестве обобщающего показателя развития малого бизнеса можно использовать комплексный индекс, который формулируется на основе трех индексов: занятости на малых предприятиях (МП); капитальных вложений МП; производства продукции (работ, услуг) МП [36, С.6]. Беспмятных Н.Н. предлагает принцип оценки эффективности МП несколько иначе, как «достижение

баланса социально-экономических интересов всех участников этого процесса – индивидуумов, организаций и общества в целом, а целью эффективности – измерение результативности и экономичности предпринимательской деятельности, а также эффективности ее институциональной среды» [19, С.13].

Как мы уже отметили, проблему оценки состояния сектора МСП поднимали в своих работах несколько авторов [19; 36; 75; 98; 109], но до сих пор нет единого подхода к решению данной проблемы.

На основе анализа состояния и развития МСП за последний период проведем комплексную оценку сектора малых субъектов российской экономики и его потенциала в целом по стране и в региональном аспекте.

По данным Единого реестра субъектов МСП, в стране на 2022 г. функционировало всего 5,9 млн. субъектов МСП, включая микро предприятия – 5,7 млн. ед., малые предприятия – 212716 ед., средние предприятия – 17994 ед. Из них число юридических лиц насчитывается порядка 2,3 млн. ед. и индивидуальных предпринимателей (ИП) насчитывается 3,6 млн. чел., включая крестьянские фермерские хозяйства К(ф)Х. По данным Росстата на 2018 г. число предприятий малого и среднего бизнеса составляло 2,7 млн.

Численность занятых в секторе МСП в целом по стране на 2022 г. составляет порядка 15,2 млн. чел., из них – 3,6 млн. ИП, что в целом составит 21,2% от общей численности занятого населения. Это недостаточно по сравнению с развитыми странами, где в данном секторе занято более половины трудоспособного населения. Численность

занятых в секторе МСП, начиная с 2018 г., заметно сократилась с 12,9 до 11,6 млн. чел., не включая ИП. Не попали в данный сегмент «самозанятые» и агенты, занятые в теневом секторе экономики. «Самозанятые» выделены в отдельную группу, имеющую специфический профессиональный налог определенного уровня.

Уровень развития малых предприятий в России по сравнению с развитыми странами явно отстает. Так, на 1000 жителей нашей страны приходится в среднем 6,6 малых предприятий (юридических лиц), тогда как в странах ЕС их не менее 35. Только Москва и Санкт-Петербург приблизились к уровню Западной Европы: на 1000 жителей этих городов приходится 20 и 23 малых предприятий соответственно.

Если брать за основу весь сектор МСП (по данным Единого реестра субъектов МСП), публикуемый Федеральной налоговой службой, то количество активных предприятий этого сектора выше и составило 27,6 ед. на 1000 человек. В лидерах по плотности проникновения МСП в территориальном разрезе оказалось всего 11 регионов из 86. Самые высокие уровни показали Санкт-Петербург (39,1) и Москва с Московской областью (37,4) на 1000 человек.

Кроме этого, по приросту количества новых МСП в 2020 г., лидерами стали Камчатский край, Тыва и Чувашия, где наблюдается рост порядка 8 %.

Общий вклад МСП в ВВП России не превышает 20%, в то время как в западных странах его доля в ВВП составляет от 50% и выше.

Объем выпуска продукции малых предприятий был равен около 1682 млрд. рублей, т.е. менее 7% от всего объема выпуска товаров и

услуг. При этом 30% всего объема производства малых предприятий принадлежало отраслям торговли и общественного питания, 24% - строительству и 23% - промышленности. Наибольший объем продукции произведен малыми предприятиями Центрального ФО – 33% от всего объема выпуска товаров. В Уральском ФО этот показатель достигает 9% [94, С.338].

Выручка от реализации товаров малых предприятий на 2021 г. выросла по сравнению с 2020 г. и составила 57197 млрд. руб. В абсолютном же выражении, ссылаясь на «Ведомости», сам оборот малых предприятий в 2021 г. по сравнению с тем же периодом вырос на 18%. По данным Росстата оборот малых предприятий вырос на 1103 млрд. руб.

Малый бизнес в России перестал активно расти, начиная с 2018 г. он находится в фазе «нулевого роста» и этот «рост» не убеждает. В частности, потому что известные ограничения упрощенной системы налогообложения спровоцировали процесс «клонирования», когда в целях оптимизации налогов крупные компании создавали множество мелких фирм.

Представим основные показатели деятельности малых предприятий России в таблицах 6-7:

Число малых предприятий в РФ по видам экономической деятельности,  
2018г. (на начало года)

Отрасли	Малые предприятия		В процентах к итогу	
	Всего	В том числе микро-предприятия	Малые предприятия	Микро-предприятия
Всего, ед.	2770562	2597646	100	100
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство:	61326	53230	2,2	2,0
Сельское хозяйство, охота и предоставление услуг в этих областях	51708	44366	1,9	1,7
Лесное хозяйство, лесозаготовки и предоставление услуг в этих областях	9618	8864	0,3	0,3
Рыболовство, рыбоводство	4772	4316	0,2	0,2
Добыча полезных ископаемых	10265	9247	0,4	0,4
Обрабатывающие производства	245788	219520	8,9	8,5
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	15661	12822	0,6	0,5
Строительство	335948	315189	12,1	12,1
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов и пр.	1032067	974182	37,3	37,5
Оптовая торговля, включая торговлю через агентов, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами	681388	645299	24,6	24,8
Розничная торговля, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами и пр.	255268	239311	9,2	9,2
Гостиницы и рестораны	79423	71113	2,9	2,7
Транспорт и связь	215351	215351	7,8	7,9
Связь	14817	13703	0,5	0,5
Операции с недвижимым имуществом и пр.	600666	572251	21,7	22,0
Научные исследования и разработки	20582	19739	0,7	0,8
Образование	9949	9776	0,4	0,4
Здравоохранение и социальные услуги	42633	39389	1,5	1,5
Предоставление коммунальных и прочих услуг	75039	71123	2,7	2,7

Таблица 7

Средняя численность работников малых предприятий в РФ по видам  
экономической деятельности,  
2018 г. (на начало года)

Вид экономической деятельности	Малые предприятия		Микропредприятия	
	средняя численность работников – всего	в том числе средне-списочная численность работников (без внешних совместителей)	средняя численность работников – всего	в том числе средне-списочная численность работников (без внешних совместителей)
<i>Тысяч человек</i>				
Всего	11040,1	10055,9	5651,1	5005,7
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	474,5	448,0	139,3	125,1
Сельское хозяйство, охота и предоставление услуг в этих областях	425,4	402,8	119,0	106,5
Лесное хозяйство, лесозаготовки и предоставление услуг в этих областях	49,0	45,2	20,3	18,6
Рыболовство, рыбоводство	25,7	22,6	8,6	7,4
Добыча полезных ископаемых	57,7	52,1	15,4	12,9
Обрабатывающие производства	1609,6	1511,4	621,6	565,2
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	145,3	131,1	39,2	33,2
Строительство	1403,1	1281,5	682,2	606,5
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	3183,7	2965,6	1782,0	1629,1
Оптовая торговля, включая торговлю через агентов, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами	1695,4	1559,3	989,2	889,2
Розничная торговля, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами; ремонт бытовых изделий и предметов личного пользования	1149,5	1091,3	607,2	569,5
Гостиницы и рестораны	444,5	420,9	209,6	195,6

Продолжение таблицы 7

Транспорт и связь	690,4	633,7	367,2	329,5
Связь	75,6	66,0	40,8	34,7
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	2322,1	2006,2	1369,1	1149,3
Научные исследования и разработки	75,1	56,1	41,0	27,8
Образование	23,2	18,3	18,9	15,0
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	276,8	228,1	169,2	140,5
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	287,1	253,1	166,8	144,0
<i>В процентах к итогу</i>				
Всего	100	100	100	100
С.х., охота и лесное хозяйство	4,3	4,5	2,5	2,5
С.х., охота и предоставление услуг в этих областях	3,9	4,0	2,1	2,1
Лесное хозяйство, лесозаготовки и предоставление услуг в этих областях	0,4	0,4	0,4	0,4
Рыболовство, рыбоводство	0,2	0,2	0,2	0,1
Добыча полезных ископаемых	0,5	0,5	0,3	0,3
Обрабатывающие производства	14,6	15,0	11,0	11,3
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	1,3	1,3	0,7	0,7
Строительство	12,7	12,7	12,1	12,1
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	28,8	29,5	31,5	32,5
Оптовая торговля, включая торговлю через агентов, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами	15,4	15,5	17,5	17,8
Розничная торговля, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами; ремонт бытовых изделий и предметов личного пользования	10,4	10,9	10,7	11,4

Анализ представленных выше таблиц говорит о самом высоком удельном весе малых предприятий в сфере оптовой и розничной торговле – 32,5%, что объясняется меньшим, чем в производственной



сфере, объемом затрат и небольшим сроком окупаемости инвестиций. Тенденция развития малой промышленной индустрии является отрицательной. Проведенный анализ отраслевой структуры сектора малых предприятий национальной экономики неизбежно подводит к выводу о крайне низкой степени диверсификации данного сектора экономики.

Между тем, новые экономические вызовы подтолкнули малый и средний бизнес к уточнению отраслевых приоритетов, и перейти на импортозамещение. В этой связи, данные о регистрации новых МСП, могут рассматриваться как индикатор формирования более выгодных условий для бизнеса в ряде отраслей в период экономической трансформации. Доля в общем числе регистраций МСП в 2022 г. в строительстве возросла по сравнению с прошлым годом и составила 23,3%, в оптовой торговле указанная доля составляет 23,8%, в информационных технологиях – 4,1%, в транспортировке и хранении, большей частью в сфере складского хозяйства и вспомогательной транспортной деятельности – 7,2%, в научной и технической сфере – 7,4%, в розничной торговле – 6%. Оптовая торговля привлекла возникшими новыми нишами, образованными по причине введенных внешних санкций. Малый и средний бизнес привлекла торговля строительными материалами, сельскохозяйственным сырьем, продовольствием и химическими продуктами. Строительный сектор предоставил благоприятные возможности для развития МСП. Льготная ипотека, государственная поддержка, стимулы для регионального строительства, финансирование крупных

инфраструктурных проектов и др. сделало строительный сектор одним из драйверов экономики. Таким образом, около половины новых регистраций приходится в основном на два сектора – оптовую торговлю и строительство.

Если проанализировать деловую активность действующих МСП на 2022 г. по отраслям, то можно увидеть схожую картину, больше всего их сосредоточено в сферах оптовой торговли (22%), строительстве (15%) и розничной торговле (11%). Доля компаний, которые оказывают транспортные услуги, составила 10% от общего числа клиентов. Замыкает пятерку самых популярных видов деятельности – недвижимость (5%). Несомненно, интересы малого и среднего бизнеса отличаются в зависимости от региона. Например, в курортных городах преобладают предприятия общепита, рестораны, отельный бизнес. В промышленных городах соответственно будет преобладать перевозка грузов, строительство, транспорт. Что интересно, в Центральном ФО преобладает рекламная деятельность, чего меньше всего в других регионах. IT-отрасль пока не вышла в лидеры ни в одном регионе России. Популярна IT-отрасль лишь в нескольких городах: Казань, Орел, Москва, Саратов и Томск.

Санкционное давление со стороны западных стран и осложнение условий хозяйствования не привели к свертыванию малого и среднего бизнеса, а создали новые ниши для ускоренного развития частного предпринимательства в России.

В американской экономике по разным источникам действуют 20-22 млн. малых предприятий всех видов и в сегменте торговли

занято лишь 19%, когда в России – 46,5%. Для развитых стран характерно весьма равномерное распределение малых предприятий по отраслям экономики. В России в научной сфере занято лишь 9% малых предприятий, когда в США – 13%; в здравоохранении соответственно – 1,7% и 10%.

Таким образом, анализ отраслевой структуры сектора малых предприятий национальной экономики неизбежно подводит к выводу о крайне низкой степени диверсификации данного сектора экономики.

Новой экономике необходима совершенно иная структура малого предпринимательства, чем сложилась на настоящий момент в российской экономике. Анализ отраслевой структуры российского малого бизнеса неизбежно подводит к выводу о чрезмерной его коммерциализации, когда как приоритетные отрасли реального сектора, в том числе инновационная, производственная деятельность, развиваются недостаточно. Сегодня же очень важно нацелить малые предприятия на развитие отечественного научно-промышленного и оборонного потенциала.

Представим долю занятых в секторе МСП в общем количестве занятых в экономике. По данным Росстата и Сбербанка на начало 2020 г. самая высокая доля занятых в малом и среднем бизнесе была в сфере операций с недвижимостью (95,6%), профессиональной, научной и административной деятельности (54,9%), оптовой и розничной торговле (50,6%), сфере информации и связи (47,6%), гостиничном и ресторанном бизнесе (35,2%), строительстве (35%),

далее в водоснабжении и утилизации отходов (27,8%), обрабатывающих производствах (26,3%), транспортировке и хранении (20%), сельском хозяйстве (18,9%), культуре и спорте (11,8%), финансах и страховании (10%), здравоохранении и социальных услугах (6,9%), добыче полезных ископаемых (6,5%), образовании (0,8%) и прочее.

Число работников, задействованных на российских предприятиях малого и среднего бизнеса, как мы уже отмечали, составляет 15,2 млн. человек, свидетельствуют результаты исследования «СберДанные». По оценкам экспертов, этот сектор обеспечивает 21,2% рабочих мест.

Средняя заработная плата на малых предприятиях по разным оценкам составляет 35341 руб., что является довольно низким показателем. В связи с растущей инфляцией реальная заработная плата падает.

Инвестиции МСП в основной капитал по данным Росстата на 2021 г. составили 1431,4 млрд. руб., из них инвестиции средних предприятий — 529 млрд руб. Данные по малым предприятиям приведены по материалам выборочных обследований их инвестиционной активности и составили 902 млрд. руб. За последние годы не наблюдается роста этого показателя у малых предприятий. В 2018 г. объем инвестиций в основной капитал малых предприятий составлял 1057,4 млрд. руб. (удельный вес был 6%). Следует отметить, что законодательство ограничивает объем инвестиций в малом бизнесе, и повышение установленного максимального их

объема чревато лишением различного рода льгот, предоставляемых государством, поэтому данный показатель не может быть велик. Структура объема инвестиций в основной капитал малых предприятий выглядит следующим образом: в замену изношенной техники и оборудования было вложено 27% инвестиций, в создание новых рабочих мест – 24%, в увеличение производственных мощностей – 18%, во внедрение новых производственных технологий – 13%, в охрану окружающей среды – 6%, прочие вложения составили 12%.

Наибольший объем инвестиций в основной капитал малых предприятий вложен в Центральном ФО – 29% от всех инвестиций. В Уральском ФО этот показатель составляет – 11% [50, С.45].

По данным опроса Росстата, основным источником финансирования инвестиций в основной капитал в 2022 г. являются собственные средства организаций, на что указали 82% руководителей. Кредитные и заемные средства привлекали 29% организаций, бюджетные средства – 1% организаций. Увеличение влияния инвестиций в основной капитал на конкурентоспособность организаций отметили 22% организаций, на производительность труда – 29% организаций.

Представим факторы, ограничивающие инвестиционную деятельность МП (в % от общего числа организаций):

1. Несовершенная нормативно-правовая база, регулирующая инвестиционные процессы - 24;

2. Сложный механизм получения кредитов для реализации инвестиционных проектов, высокий процент кредита – 30;
3. Недостаточный спрос на продукцию – 26;
4. Инвестиционные риски – 35;
5. Снижение спроса на инвестиции в отраслях, ориентированных на экспорт – 45;
6. Высокий уровень инфляции в стране - 47;
7. Сокращение собственных финансовых средств – 48;
8. Экономическая неопределенность и внешнеторговые ограничения – 51.

Самыми высокими факторами, сдерживающими инвестиционную активность сектора МСП, являются недостаток собственных финансовых средств и неопределенность экономической ситуации в стране.

По данным Росстата больше всего субъектов МСП на 2022 г. действовало в Центральном ФО – 1923 тыс. ед. (32%), Приволжском ФО – 1044 тыс. ед. (17%), Южном ФО – 684095 ед. (11%), Северо-Западном ФО – 682158 ед. (11%). Далее идет по рейтингу Сибирский ФО, где насчитывается всего субъектов МСП – 612866 ед. (10%), Уральский ФО – 505494 ед. (8%). В Дальневосточном ФО всего субъектов МСП было 307531 ед. (5%) и в Северо-Кавказском ФО их насчитывается меньше всего – 208712 ед. (3%).

Если говорить о распределении малых предприятий по округам на 2022 г., то их больше всего в Центральном ФО – 73615 ед., Приволжском ФО – 39205 ед., Северо-Западном ФО – 26810 ед.,

далее идут Сибирский ФО – 21796 ед., Южный ФО – 18287 ед., Уральский ФО – 17280 ед., Дальневосточный ФО – 10411 ед., Северо-Кавказский ФО – 4722 ед., что на сегодня ничтожно мало.

Эти данные служат достаточным основанием для вывода о том, что между регионами существует высокая дифференциация в уровнях развития малого предпринимательства. В рейтинге по уровню развития малого бизнеса в региональном аспекте показали высокие уровни Центральный ФО и Приволжский ФО. Уральский ФО занимает 6 место среди федеральных округов по количеству малых предприятий. На последнем месте по охвату малыми предприятиями стоит Северо-Кавказский ФО.

Среднесписочная численность работников малых предприятий сократилась и составила около 5,9 млн. человек, т.е. порядка 8% работоспособного населения страны. По данным ФНС на 2022 г. самый высокий удельный вес занятых на малых предприятиях наблюдался в Центральном ФО – 32% и Приволжском ФО – 16%. В Северо-Западном ФО – 12,8%; в Сибирском ФО – 11,6%, в Южном ФО – 8,7%, в Уральском ФО – 8,5%, в Дальневосточном ФО – 4,6%, в Северо-Кавказском ФО – 2,5% от общей численности занятых на малых предприятиях страны.

За период с 2018 по 2022 гг. развитие российских малых предприятий осуществлялось медленными темпами, на динамику развития которых негативное влияние оказали локдаун в период пандемии коронавирусной инфекции, когда был создан режим строгой изоляции, ряд выдвинутых антироссийских санкций,

возросшая инфляция, начавшаяся военная операция на Украине, падение покупательной способности населения и др. Резко снизился удельный вес малых предприятий, объем выпуска товаров (услуг) и инвестиций в основной капитал за этот период. Доля малых предприятий в общем числе организаций и доля занятых в них остаются весьма скромными. В последнее время идет спад данного сектора вместо динамичного их развития. С 2018 г. по 2022 г. количество малых предприятий сократилось с 238292 ед. до 212716 ед., т. е. на 25576 ед.

Вместе с тем, отмечается стабильный рост объема произведенной малыми предприятиями продукции благодаря эффективному использованию инвестиций в основной капитал, что подчеркивает значимость данного сектора экономики, необходимость детального изучения его состояния на территории России и поиска оптимальных путей его развития.

По данным исследований, проведенных Ресурсным центром малого предпринимательства, в общей структуре российских хозяйствующих субъектов МП, имеющие статус юридического лица, занимают лишь 10,3%; 55,1% составляют ИП; 3,1% - К(ф)Х; 25% - средние; 6,5% - крупные предприятия (рис.4).



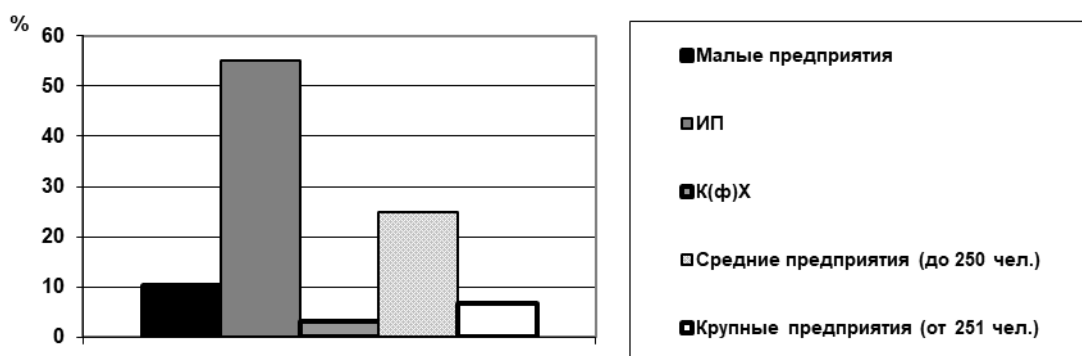


Рис. 4. Структура хозяйствующих субъектов российской экономики,  
%

В данной структуре сектор МСП рассматривался в соответствии с европейской статистической практикой [11]. На первый взгляд, по общей структуре субъектов МСП в экономике мы приближаемся к мировым стандартам. Но мы не можем сказать, какую часть этих предприятий можно отнести к «живым», т.е. действующим, а какую – к «уснувшим». И что касается ИП, то сегодня в стране нет достоверной информации об их числе. Федеральная служба статистики РФ весьма условно подтверждает их численность, т.к. информацию о количестве ИП формирует Федеральная налоговая служба РФ.

Развитие предпринимательской активности, развитие конкуренции и инвестиционной привлекательности зависят от широкого набора факторов, отражающих общее состояние экономической политики государства и положение государственных институтов. Вопросы развития предпринимательского климата, повышения инвестиционной привлекательности и в целом

конкурентоспособности экономики являются одними из ключевых направлений экономической политики любого государства.

Одним из инструментов, позволяющим позиционировать государство в системе экономических координат по отношению к предпринимательству, являются рейтинги.

В мире существует несколько известных рейтингов, оценивающих уровень конкурентоспособности, предпринимательской активности и состояния конкурентной среды той или иной страны:

1. Индекс глобальной конкурентоспособности (The Global Competitiveness Index) - Всемирный экономический форум;
2. Рейтинг конкурентоспособности стран мира (The IMD World Competitiveness Yearbook) - Институт менеджмента (г. Лозанна);
3. Рейтинг «Ведение бизнеса» (Doing business) - Всемирный Банк и Международная Финансовая Корпорация;
4. Рейтинг стран мира по инновациям (Global innovation index) - Международная бизнес-школа INSEAD;
5. Рейтинг предпринимательской активности (New business density) - Всемирный банк; ОЭСР – Евростат;
6. Рейтинг конкурентной среды PMR (Product Market Regulation) - Всемирный Банк, страны ОЭСР;
7. Глобальный мониторинг предпринимательства GEM (Global Entrepreneurship Monitor) - Babson College (США) и London Business School (Великобритания).

Например, проект GEM (Глобальный мониторинг предпринимательства) анализирует структуру предпринимательства по видам экономической деятельности на основе Международной стандартной классификации видов экономической деятельности (International Standard of Industrial Classification of All Economic Activities, ISIC). Субъекты бизнеса могут быть заняты в потребительском секторе экономики; производственном секторе (оказание бизнес-услуг; производство и строительство) или добывающем секторе (сельское и лесное хозяйство, рыболовство, добыча полезных ископаемых). Необходимо учесть, что база GEM не является лучшим источником информации для изучения секторального распределения предпринимательских фирм, однако может быть полезна для характеристики активности ранних предпринимателей.

При анализе видов экономической деятельности можно выявить общие тенденции. Для всех стран участниц проекта характерно преобладание как ранних, так и устоявшихся предпринимателей в потребительском секторе. Однако в инновационно-ориентированных странах доля предпринимателей в этом секторе экономики в целом ниже, чем в ресурсно-ориентированных странах. Отличительной же особенностью развитых стран является высокая доля занятости предпринимателей в секторе оказания бизнес-услуг, где конкуренция основывается на инновациях.

Особенность всех этих исследований заключается в том, что они не только указывают рейтинговое место и проблемы, которые

препятствуют развитию предпринимательства и конкуренции в той или иной стране, но и определяют их причины и содержат рекомендации о проведении необходимых изменений.

Представим ряд факторов, сдерживающих развитие малого предпринимательства в современных условиях:

- 1) неразвитость и нестабильность законодательства;
- 2) недостаток собственных финансовых и инвестиционных ресурсов;
- 3) недостаток производственных площадей, высокая аренда;
- 4) высокая стоимость подключения хозяйствующих субъектов к электросетям и инженерным коммуникациям;
- 5) дефицит квалифицированных кадров;
- 6) неопределенность экономической ситуации;
- 7) недоступность кредитных ресурсов;
- 8) снижение платежеспособности населения;
- 9) возросшая инфляция и высокие цены на ресурсы;
- 10) налоговая нагрузка;
- 11) высокая конкуренция и др.

Интерес представляет структура корпоративной экономики развитых стран. Несмотря на различие в национальных методиках систематизации МСП, особенностях структуры экономики отдельных стран, их значение в социально-экономической жизни каждой из них достаточно очевидно из данных, приведенных в табл. 8 [33, С.189].

Таблица 8

Распределение различных размеров предприятий в ряде  
стран, %

Доля предприятий	США			Франция			Япония		
	крупные*	средние	малые	крупные	средние	малые	крупные	средние	малые
В общем количестве предприятий	0,5	7,9	91,6	0,1	1,3	98,4	1,4	21,6	77
В объеме промышленной продукции	35	28,4	36,6	42,1	19,1	38,8	34,4	30,1	35,5

\*Примечание: к крупным предприятиям корпоративной экономики относятся предприятия с числом занятых от 1000 и более человек, к средним – от 100 до 1000 человек, к малым – до 100 человек.

Таблица позволяет сделать вывод о том, что место и роль МСП предопределены объективными экономическими закономерностями, действующими независимо от политических особенностей, исторической динамики и других факторов, поскольку общие показатели, их характеризующие, достаточно близки в рассматриваемых странах. В России существуют иные критерии отнесения предприятий к малым, средним и крупным и значительно отстают от стран с развитой экономикой.

Как мы уже отмечали, самый многочисленный субъект сектора МСП в России – микропредприятия (5,7 млн. ед.). Второй по распространенности субъект в структуре – ИП (3,6 млн.). Далее идут малые предприятия, которые составляют 212716 ед. и средние предприятия – 17994 ед.

В целом в секторе МСП занято 15,2 млн. человек, что составляет 21,2 % от общего числа занятых в экономике.

Структура занятости свидетельствует, что на данный момент проблема обеспечения рабочими местами решается за счет крупных предприятий, где занято больше половины трудоспособного населения. В Европе крупные предприятия обеспечивают занятость на 34,2% [38].

Таким образом, сектор МСП России еще не играет той социальной роли, которую он выполняет в развитых странах.

Для определения вклада МСП в экономику по результатам деятельности наиболее общим показателем является их доля в ВВП или показатель выручки МСП. Показатель выручки используется в международной статистической практике для оценки доли продаж, так называемой доли рынка. Сектор МСП (включая ИП и К(ф)Х) российской экономики получил выручки за 2020 г. в размере 7078,5 млрд. руб., что составляет 38,3% от общего объема выручки всех предприятий, из них 20,8% приходится на малые предприятия, 2,1% - на ИП, 16,4% - на средние предприятия.

Таким образом, доля рынка среди МСП у малых предприятий наибольшая, но среди всех предприятий, наибольшая доля у сектора крупных предприятий (60,7%). В странах ЕС доля рынка МСП составляет 56,7% [38].

Говоря о проблемах статистического наблюдения, следует отметить, что органы статистики не получают напрямую отчетность от ИП, а только через налоговые органы, что затягивает статистическое наблюдение. Статистическое наблюдение за деятельностью малых предприятий осуществляется в режиме

выборочных наблюдений.

При осуществлении выборочного наблюдения за малыми предприятиями используется 20-процентная расслоенная случайная выборка с последующим распространением полученных данных на генеральную совокупность малых предприятий. Кроме того, критерии определения МСП различны в России и за рубежом. Все это затрудняет процесс международных сопоставлений и делает его на сегодняшний день проблематичным.

В данном случае, необходим точный расчет комплексного ИРМСП в российской экономике (с учетом ИП и К(ф)Х), который был предложен нами выше.

Охарактеризовав МСП по ряду показателей, отметим, что логическим продолжением анализа является расчет эффективности сектора малых предприятий российской экономики. В качестве такого показателя был выбран показатель рентабельности продукции малых предприятий, который рассчитывается как отношение величины сальдированного финансового результата (прибыль минус убыток) от реализации продукции к себестоимости реализованной продукции.

Рентабельность продукции малых предприятий в Российской Федерации составляет 4-6% (в зависимости от отрасли), при этом рентабельность средних и крупных предприятий составляет в среднем 13%, что говорит о большей эффективности последних хозяйствующих субъектов. Это вызвано тем, что крупные предприятия имеют большую выручку, т.к. работают в наиболее

выгодных сферах национальной экономики и являются монополизированными структурами.

Обобщая различные взгляды на критерии социально-экономической эффективности функционирования малого предпринимательства, автором выделена система показателей, которая и была положена в основу оценки эффективности малых предприятий как на микро-, так и на макроуровне.

К таким показателям относятся:

1) показатели производственной и коммерческой деятельности малых предприятий (число и доля МП в общем числе предприятий; выпуск продукции МП и его доля; выручка от реализации продукции и доля МП в общем объеме выручки; инвестиции в основной капитал МП и доля в общем объеме; доля продукции МП в ВВП; рентабельность продукции МП);

2) показатели социальной эффективности деятельности малых предприятий (увеличение доли занятых на МП в общем количестве занятых в экономике, в т.ч. в динамике; увеличение доли рабочих мест на МП; повышение уровня заработной платы на МП; снижение уровня занятых в теневом бизнесе). Необходимо подчеркнуть социальную значимость малых предприятий, которые могут решить ряд социальных проблем.

3) Социальный эффект от данного сектора на макроуровне можно оценить по показателям снижения уровня безработицы, роста доходов населения, увеличения поступлений в бюджет, сокращения теневой экономики.



В целом анализ основных показателей деятельности МП указывает на недостаточные темпы развития малого бизнеса. В ряду основных причин этого, на наш взгляд, стоят как объективные, так и субъективные факторы.

К объективным факторам, препятствующим развитию малого бизнеса и требующим выработки управленческих решений на государственном и региональном уровнях, в первую очередь относятся низкий уровень доходов населения, недостаточная доступность получения кредитов, необходимых для организации самостоятельного бизнеса, особенно на первоначальном этапе для стартовых предприятий малого бизнеса, требующем значительных денежных вложений.

К субъективным факторам, прежде всего, следует отнести недостаточность предпринимательской активности и нежелание идти на риск. Большое значение имеет отсутствие необходимых знаний (юридических, экономических, управленческих) для организации собственного эффективного бизнеса. Несовершенство российского законодательства вынуждает часть предпринимателей уходить в «теневой» бизнес, избегая регистрации в налоговых органах.

Нами проведен социологический опрос по проблемам и перспективам развития малого предпринимательства, в котором участвовало 20 руководителей МП, результатом которого явилась оценка основных проблем. В соответствии с этим к основным проблемам относятся: отсутствие начального капитала, производственных площадей, помощи на начальном этапе, высокий

процент кредита, административные барьеры и др. Проблемы, указанные в социологическом опросе могут оказаться негативными факторами, приводящими к убыточности предприятий.

Далее, автор считает нужным остановиться на региональной структуре малых предприятий. Больше внимание мы уделим Уральскому федеральному округу (УрФО) и сравним его с другими регионами.

По состоянию на 2022 г. по данным Единого реестра субъектов МСП в УрФО функционировало всего субъектов МСП порядка 503494 ед., включая микропредприятия – 484130 ед., малые предприятия – 17870 ед., средние предприятия – 1494 ед. Индивидуальных предпринимателей (ИП) на тот же период функционировало 306048 чел., включая К(ф)х.

Численность занятых в секторе МСП в целом по УрФО на 2022 г. составляет порядка 1292598 чел. В процентном соотношении в УрФО весь сектор МСП занимает 8,5% от всех субъектов МСП по России. Индивидуальных предпринимателей в УрФО – 8,4% от всех ИП по России.

Региональное распределение основных показателей развития малых предприятий можно проследить по таблице 9.

Региональная структура малого предпринимательства и его оценка в  
РФ

Федеральные округа	Количество МП в расчете на 1000 жителей	Доля МП в общем числе предприятий, в %	Доля численности занятых на МП в общей занятости, в %	Доля объема производства продукции на МП в общем объеме производства, в %	Доля инвестиций в основной капитал МП от всех инвестиций, в %
РФ	6,6	100	100	100	100
Центральный	8,3	36,2	38	33	29
Северо-Западный	10,7	15,3	14	15	11
Южный	3,8	10,6	10	11	11
Приволжский	4,1	16,6	17	17	22
Уральский	4,5	6,5	7	9	11
Сибирский	4,9	11,1	10	10	13
Дальневосточный	5,8	3,7	4	5	3

\*Расчитано автором по данным Росстата, 2021

Данная структура свидетельствует о том, что больше всего малых предприятий в расчете на 1000 жителей сосредоточено в Центральном и Северо-Западном федеральных округах. По данным таблицы видно, что между регионами существует высокая дифференциация уровней развития малых предприятий.

Так, отношение максимального значения к минимальному по показателю «количество МП на 1000 жителей» составляет 2,8; по показателю «доля МП в общем числе организаций» – 9,8; по показателю «доля занятых на МП в общей занятости» - 9,5; по показателю «доля выпуска продукции МП в общем объеме выпуска» - 6,6; по показателю «доля инвестиций в основной капитал МП в общем объеме инвестиций» – 9,7.

При этом выделяются Центральный, Северо-Западный и Приволжский федеральные округа, имеющие самые высокие показатели. Это позволяет сделать вывод о неоднородности данного сектора и неравномерном его распределении по регионам.

В целом, структурный анализ сектора малых форм хозяйствования показал высокую дифференциацию развития малых предприятий по регионам и отраслям, что позволило сделать вывод о неоднородности конкурентной среды в национальной экономике. Кроме этого, анализ основных показателей деятельности малых предприятий указал на недостаточные темпы их развития и низкий удельный вес в российской экономике.

Соответственно очевидным является действие негативных факторов на национальном и региональном уровнях, тормозящих развитие малых предприятий. Национальные факторы достаточно подробно освещены в экономической литературе, поэтому в работе основное внимание уделено региональным факторам.

С целью их выявления было проведено социологическое исследование, которое включало в себя анкетное обследование руководителей малых предприятий различных отраслей Челябинской области. В результате социологического опроса выявлены негативные факторы, влияющие на малые формы хозяйственной деятельности, которые разграничены на субъективные и объективные.

К субъективным отнесены: недостаточность предпринимательской активности, отсутствие необходимых знаний для организации своего дела, недостаток стартовых финансовых

средств, некомпетентность управления, отсутствие деловой этики и т.п.

Среди объективных факторов, зависящих от сложившейся внешней среды, были отмечены: наличие административных барьеров, несовершенство нормативно-правовой базы, нестабильность налогового законодательства, отсутствие условий для добросовестной конкуренции, неравноправное положение субъектов малого предпринимательства в отношении доступа к госзаказам, производственным площадям, служебным помещениям, кредитам, низкая платежеспособность населения и пр.

Рейтинг негативных факторов, влияющих на развитие малых предприятий представлен на рис. 5.

Таким образом, как показало исследование, недостаточное развитие сектора малых форм хозяйствования в большей мере определяется состоянием экономических, социальных и политических элементов внешней среды, которая в условиях трансформации экономики характеризуется нестабильностью.

Для развития сектора малого предпринимательства необходима поддержка со стороны государства. Наиболее эффективными, по мнению предпринимателей, являются: изменения в налоговой политике, льготное кредитование и обучение, информационное обеспечение, предоставление гарантий для получения кредитов, доступ к муниципальным заказам и производственным помещениям.

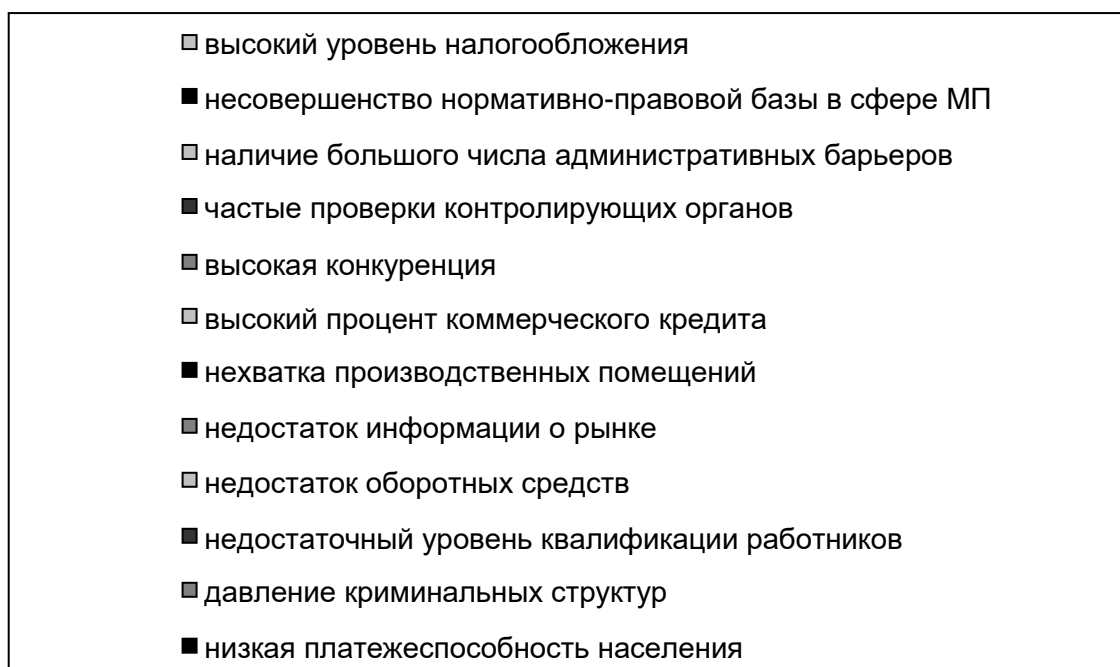


Рис. 5. Структура ответов на вопрос о негативных факторах, препятствующих развитию малых предприятий

Кроме этого, проведено интервьюирование по проблемам и перспективам развития малого предпринимательства, в котором участвовало 50 руководителей малых предприятий Челябинской области, результаты которого отражены в Приложении 5. Оценка основных факторов, ограничивающих развитие малых предприятий необходима как на начальном этапе развития предприятия, так и в дальнейшем процессе функционирования предприятия. Проблемы, указанные в социологическом опросе могут оказаться негативными

факторами, приводящими к убыточности предприятий. На данный момент остается высоким удельный вес убыточных малых предприятий.

Интерес представляет оценка неудач малых предприятий, функционирующих в США. Американская корпорация «Дан энд Брэдстрит» составило картотеку данных о более чем 9 млн. предприятий США, чтобы обеспечить их информацией о тенденциях неудач при возникновении новых предприятий. Фирма обнаружила, что предприятия терпят неудачу в делах из года в год по одним и тем же причинам, которые перечислены в приложении (см. Приложение б). Отметим, что первые по важности четыре причины сводятся к плохому управлению, именно с этим связаны 92% неудач в делах. По данным американской статистики, около 600 тыс. новых предприятий создаются ежегодно, но при этом половина из них прекращает свою деятельность в течение 18 месяцев [141, С.13].

Необходимо выделить самые существенные недостатки, свойственные малым предприятиям: более высокий уровень риска, поэтому высока степень неустойчивости положения на рынке; ограниченность собственных ресурсов, трудности в заимствовании дополнительных средств и ресурсов; высокая интенсивность труда; высокий уровень износа основных средств (степень износа основных средств в промышленности составила 52%); зависимость от крупных компаний; сложности в широкомасштабном внедрении новых технологий; недостатки в управлении делом, некомпетентность, неумение вести деловые переговоры и др.

По данным Всемирного банка, из вновь организуемых малых предприятий через год их существования среди действующих остается примерно 50%, через три года – 8% и, наконец, через пять лет остается не более 3%.

Недостатки и неудачи в деятельности субъектов малого предпринимательства определяются как внутренними, так и внешними причинами, условиями их функционирования.

Внешняя среда включает всю совокупность элементов (рыночных институтов, рынков, рыночных агентов), комплекс общественных отношений (правовых, социокультурных, политических), социально-экономические явления (экономическую конъюнктуру, НТП, экологию, конкуренцию, экономическую политику и др.), непосредственно влияющих на функционирование малого предпринимательства. В отдельную группу следует выделить особый элемент внешней среды – систему поддержки малого предпринимательства (государственную, общественную).

Анализируя сложившуюся в стране предпринимательскую среду, можно выделить ряд причин, тормозящих поступательное развитие сектора малых форм, а именно:

- сложная финансовая и экономическая обстановка в стране (высокая инфляция, высокие процентные ставки, низкая платежная дисциплина, слабая правовая защищенность, высокие налоги);
- низкий уровень знаний предпринимателей, отсутствие деловой и нравственной этики, культуры в бизнесе;



- неотработанность законодательных основ регулирования развития предпринимательства;

- неэффективность механизма государственной поддержки малого предпринимательства.

Малые предприятия обладают своими специфическими отличительными особенностями, преимуществами и недостатками, присущими только им внутренними закономерностями развития. Функционирование главным образом на конкретном локальном рынке, быстрое реагирование на изменение конъюнктуры рынка, узкая специализация на определенном сегменте рынка товаров и услуг, наличие относительно небольшого стартового капитала – эти характеристики малого предприятия являются его достоинствами, но при определенных условиях такие характеристики приобретают негативную значимость и могут поставить под угрозу его существование.

Так, гибкость малого предприятия, его мобильность позволяют быстро приспособиться к изменениям внешней среды, однако оно оказывается особенно сильно уязвимым при колебаниях конъюнктуры рынка, изменениях условий функционирования, общих социально-экономических и политических условий. Относительно небольшой капитал сужает рамки производства, ограничивает возможности для привлечения дополнительных ресурсов. Ограниченные масштабы производства и небольшое количество занятых обуславливает простоту и эффективность управления предприятием. Характерное для малых предприятий совмещение

функций собственника и менеджера, неформальный стиль управления снижают управленческие издержки, но могут привести к самоэксплуатации, ненормированному рабочему времени.

Несмотря на трудности и неудачи, малый бизнес развивается и призван решать социальные, научно-технические проблемы, способствовать лучшему удовлетворению запросов потребителей и формировать в целом конкурентную среду.

Несомненно, малые формы хозяйственной деятельности стали неотъемлемой частью российской экономики и оказывают влияние на ее развитие. В динамике малых предприятий в течение последних лет наблюдается стагнация. В связи с этим, необходимы решительные шаги государственной власти в области поддержки данного сектора и демонополизации экономики.

Подводя итоги, следует еще раз подчеркнуть значение малых хозяйственных форм, которое объективно возрастает в силу того, что они призваны: увеличить ассортимент и качество многих потребительских товаров (услуг); создать благоприятные предпосылки для трудоустройства рабочей силы; ускорить развитие конкуренции, привести к оптимизации размерной структуры российской экономики; послужить фактором формирования конкурентной среды.

Все вышеизложенное свидетельствует о необходимости дальнейшего обобщения разносторонней деятельности малых предприятий, выявления как положительных, так и отрицательных тенденций их развития на современном этапе национальной

экономики с целью увеличения вклада малых предприятий в экономику страны.

## **2.2. Малый инновационный бизнес как фактор роста экономики**

Развитие малого предпринимательства в научно-производственной сфере является необходимым условием перехода экономики на инновационный путь развития, что приведет к устойчивому росту экономики. Возрастающая роль инноваций обусловлена, во-первых, самой природой рыночных отношений, во-вторых, необходимостью глубоких качественных преобразований в экономике России с целью выхода на траекторию устойчивого роста. Особо следует остановиться на значении МП в инновационной сфере, имеющих более высокие показатели эффективности исследовательского процесса.

В широком смысле слова под инновацией понимается конечный результат инновационной деятельности в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, новой или усовершенствованной услуги на рынке [113, С.30]. Под инновационной деятельностью подразумевается деятельность, направленная на создание и реализацию результатов научных исследований и разработок, либо иных научно-технических достижений в новый или

усовершенствованный продукт, внедренный на рынке, в новый или усовершенствованный технологический процесс, использованный в практической деятельности, в новый подход к социальным услугам.

Инновации в сочетании с профессиональным менеджментом образуют базу повышения конкурентоспособности продукции предприятий. По различным оценкам, от 75 до 100% прироста производства развитых стран сегодня обеспечивается за счет использования именно инноваций. Анализ развития мировой экономики показывает, что наиболее прибыльными сегодня являются секторы, ориентированные на производство информационных технологий, компьютеров и полупроводников, средств связи, систем телекоммуникаций, медицинского оборудования. В последние десятилетия в развитых странах исследования и инновации все в большей степени ориентируются на решение общечеловеческих и общественных задач. Инновационные приоритеты становятся другими.

С конца 90-х гг. XX в. динамичный рост экономики продемонстрировали новые индустриальные страны (Южная Корея, Сингапур, Гонконг), где наука рассматривается как важнейший национальный приоритет. Эти страны увеличили свой инновационный потенциал в полтора–два раза и приближаются к показателям европейских стран. Для них были характерны благоприятный инвестиционный климат, высокие темпы развития науки и инноваций, обеспечивавших потребности развития экспортно-ориентированных отраслей, производящих технически

сложные товары (автомобили, электронику), а также быстрый рост всех видов образования при широком доступе населения к высшему техническому образованию.

О значении малого предпринимательства говорят следующие данные: МСП обеспечивают 66% рабочих мест и 65% товарооборота в странах ЕС. В США, Германии, Японии и других развитых странах малые фирмы производят более 45% ВВП, обеспечивают примерно 50% валовых инвестиций страны и, что важно, на них приходится более 50% всех выдаваемых патентов. В ЕС малые предприятия обеспечивают 40% всех инвестиций в инновации.

Из 58 крупнейших изобретений XX века не менее 46 принадлежало малым фирмам. Именно МП, откликнувшись на новые запросы рынка, разработали и внедрили персональные компьютеры, кондиционеры, ксероксы, а также такие предметы массового потребления, как шариковые ручки, застежки «молния» и такие технологии, как, например, крекинг нефти и т.д. За последние 30 лет более 50% всех нововведений в США генерировано в малом бизнесе. По данным Национального научного фонда США, на разработку проекта малые фирмы затрачивают в несколько раз меньше ресурсов, чем крупные корпорации. На единицу затрат количество нововведений в малых фирмах по сравнению со средними предприятиями в четыре, а с крупными предприятиями – в 24 раза больше. Кроме того, МП почти на треть опережают крупные в скорости осуществления инновационного цикла [130].

С развитием НТП постоянно возникают рынки новых товаров и услуг, емкость которых на первых порах незначительна, не требует массового производства. Малые предприятия быстро, по сравнению с крупными, осваивают выпуск мелкосерийной, уникальной и новой продукции, становясь на время монополистами и оправдывая свой высокий риск. Венчурные малые предприятия могут быть весьма высокоприбыльными при благоприятном завершении научно-технических проектов и внедрением их в жизнь.

В развитых странах происходит быстрый рост малого наукоемкого бизнеса, чему способствует целенаправленная политика поддержки правительств этих стран: прямая – предоставление субсидий, ссуд, контрактов, косвенная – совершенствование механизма поддержки малых инновационных предприятий путем предоставления налоговых льгот, государственных закупок, режима ускоренной амортизации оборудования и др. Одним из важнейших элементов поддержки малого бизнеса является создание определенной инфраструктуры: бизнес-инкубаторов, технопарков и технополисов. Более того, в развитых странах была разработана схема выращивания малых инновационных фирм.

Данный механизм поддержки включает в себя несколько этапов: 1 этап – выдача бюджетной субсидии (до 50 тыс. долл.) на составление проекта после экспертизы; 2 этап – выделение бюджетной субсидии на порядок выше (500 тыс. долл.) на детальную разработку проекта; 3 этап – привлечение инвестиций

заинтересованных компаний на завершение разработки проекта, маркетинг, разворачивание производства и вывод его на рынок.

Такой схеме следовали европейские страны, Япония, США. Объем инвестиций в малый инновационный бизнес США составляет около 30 млрд. долл., в Западной Европе – столько же [90]. Субсидирование используется в основном для радикальных рисковых проектов. Оценка заявок на гранты (субсидии) обычно основана на сведениях о творческом потенциале группы, опыте подобных работ, квалификации и т.п. Гранты могут выделять и государство, и специальные фонды (Сороса, Форда, Рокфеллера и др.). Кредитование осуществляется государствами, коммерческими фондами и банками. Возможны три вида кредита: прямые ссуды под льготный процент; долевыми ссуды с внебюджетным инвестором (банком); гарантирование ссуд внебюджетного инвестора.

В соответствии с федеральным налоговым законодательством США, расходы фирм на НИР в полном объеме исключаются из сумм, подлежащих подоходному налогообложению. Длительное время в США действовали нормы полного освобождения малого венчурного бизнеса от уплаты каких-либо налогов на 5-10 лет. В российской налоговой практике и основных законах малое инновационное предпринимательство не упоминается. Хотя такие предприятия дают 0,05% налоговых поступлений в бюджет.

В мировой практике сложились различные формы стимулирования инновационных МСП:

- прямое финансирование (субсидии, займы), которые достигают 50% расходов на создание новой продукции и технологий (Франция, США и другие);
- предоставление ссуд, в том числе без выплаты процентов (Швеция);
- дотации (практически во всех развитых странах);
- создание фондов внедрения инноваций с учетом возможного риска (Англия, Германия, Франция, Швейцария, Нидерланды);
- безвозмездные ссуды, достигающие 50% затрат на внедрение новшеств (Германия);
- снижение государственных пошлин для индивидуальных изобретателей (Австрия, Германия, США и др.);
- отсрочка уплаты пошлин или освобождение от них, если изобретение касается экономии энергии (Австрия);
- бесплатное ведение делопроизводства по заявкам индивидуальных изобретателей, бесплатные услуги патентных поверенных, освобождение от уплаты пошлин (Нидерланды, Германия).

В Федеральном законе «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» не выделяются малые и средние инновационные предприятия как приоритетные. Отрадно, что к числу одного из направлений деятельности Фонда поддержки предпринимательства относится поддержка инновационной деятельности, стимулирование разработки и



производства принципиально новых видов продукции, содействие освоению новых технологий, патентов, лицензий, ноу-хау.

Малые инновационные предприятия в России создавались при отраслевых и академических НИИ, чтобы связать научные результаты с производством, напрямую продавать разработки, чтобы дать ученым заработать. В Российской Федерации в 1991г. около 500 тыс. человек было занято в малых инновационных предприятиях, которые составляли 5% от всех МП в стране. В 1992 г. их количество уменьшилось вдвое, они стали преобразовываться в акционерные общества, товарищества и др. После взлета активности малых инновационных предприятий в 90-х гг. наступил спад, причем большинство оставшихся фирм занималось торговлей, сдачей в аренду помещений и т.п. Государство резко сократило финансирование науки, т. к. рынок научных работ не требовал, и количество ученых также резко сократилось.

Западным фирмам не нужно большинство российских разработок, их интересует либо наиболее приоритетные фундаментальные исследования, либо трансферт технологий – своего рода «аренда мозгов» для решения прикладных и отраслевых задач. Интерес к российским разработкам проявляют фирмы США, Израиля, Японии, Китая, Южной Кореи. При этом, после завершения работ носители передаваемой технологии, т.е. российские специалисты теряют права на нее и не могут претендовать даже на часть дохода от коммерческой реализации технологии. Иностранцы не заинтересованы инвестировать в открытие наукоемких производств

на территории России, у них нет необходимости технологически укреплять Россию, иначе она может стать потенциальным конкурентом. Иностранные венчурные фонды в большинстве своем нацелены на поиск перспективных интеллектуальных активов и покупку их на начальном этапе.

В России в сфере инновационного предпринимательства, т.е. в сфере науки и научного обслуживания зарегистрировано около 23 тыс. малых фирм, с общим числом занятых в них около 169 тыс. человек, из них в сфере наукоемких услуг работает до 4 тыс. фирм с общим числом занятых 20-30 тыс. человек. Совокупный объем производства продукции этих структур составляет порядка 45 млрд. руб. [59]. Научные разработки осуществляются по 100 различным направлениям. Создается сеть региональных инновационно-технологических центров, объединяющих МП. Тем не менее, российские инноваторы сталкиваются с невостребованностью их разработок на российском рынке. Хотя именно малые инновационные фирмы могли бы стать объектами интереса для венчурного капитала.

В последние годы в России на федеральном, региональном и местном уровнях предпринимаются определенные меры по развитию малого бизнеса, в том числе по поддержке технопарков и инкубаторов инновационного бизнеса. Уже к началу XXI в. в России было зарегистрировано около 60 научных, технологических парков, бизнес-инкубаторов, инновационных центров, которые уже прошли период становления, превратились в успешно работающие инновационные структуры, признанные, в том числе

международными экспертами. В них насчитывалось около 1000 инновационных фирм. В России формируется система государственной поддержки венчурного инвестирования и инновационной деятельности.

Правительством страны разрабатываются госпрограммы поддержки инноваций, инкубаторов, венчурных фондов. На конкурсной основе финансируются порядка 20-25 фондов. Начал работать Венчурный инвестиционный фонд (ВИФ), созданный на бюджетные средства и призванный поддерживать организацию сети венчурных фондов в регионе. В России действуют Российский научный фонд, Российский гуманитарный научный фонд и др. К сожалению, объем венчурного капитала в России очень низок. Российские венчурные фонды имеют небольшие финансовые ресурсы в размере от 1 до 20 млн. долл. Капиталы в них – на 70% иностранные, чаще всего в виде грантов.

В России успешно функционировал «Фонд поддержки малых предприятий в научно-технической сфере» (Фонд Бортника как государственная структура), в котором содержится порядка 20 млн. долл., но фонд не имеет права финансировать развитие производства: только НИОКР и работы на ранней стадии. Порядка 200 проектов в России профинансировано из фонда Бортника. Фонд Бортника, начиная с 2004 г. запустил программу по выделению грантов, беспроцентных долгосрочных кредитов инновационным предприятиям малого бизнеса. В настоящее время указанный Фонд переименован в Фонд содействия инновациям, который оказывает

содействие развитию малым формам предприятий в научно-технической сфере.

К сожалению, частный капитал в Российской Федерации в полной мере не идет в науку. Так, в США более 500 венчурных компаний инвестируют в год около 35 млрд. долл.; в России – чуть более 30 венчурных фондов и те, в основном с участием иностранного капитала, которые вложили около 1,5 млрд. долл. в малые и средние предприятия, при этом только 5% было выделено инновационным предприятиям. Доля инновационного капитала в российском ВВП составляет всего 1,96%. В Китае, например, такая доля составляет 8,4%, в США – 27% [114].

Серьезный урон российскому инновационному потенциалу нанесла приватизация: имевшийся интеллектуальный капитал не учитывался в активах предприятий и в итоге практически обесценился. Интеллектуальная собственность до сих пор не учитывается при определении уставного капитала, обосновании инвестиций. За прошедшее десятилетие нарушились связи между информационными подразделениями предприятий, нет информации о новых разработках, на многих предприятиях ликвидированы научно-исследовательские лаборатории, БРИЗы, сами институты.

Еще в период реформ резко сократилось государственное финансирование инноваций, расходы на НИОКР составляли всего 0,4% от ВВП России, тогда как в СССР эта доля достигала 4%, а в ведущих индустриальных странах составляет порядка 13% [127]. Основным источником инвестирования инновационных проектов в

России остаются собственные средства предприятий. На бюджетное, венчурное, банковское кредитование приходится всего от 4 до 9%.

Часть исследований научных центров зарубежных фирм, особенно в приоритетных отраслях, поддерживается государством, при этом доля «государственного заказа» в целом не является решающей. Как показывают данные таблицы 10, наиболее большой вклад государства в финансирование промышленных научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР) в Италии, Великобритании и США [145]. Наиболее высокой степенью «независимости» НИОКР отличаются японские компании, которые меньше всего получают средств из бюджета и из-за рубежа.

Таблица 10

Источники финансирования НИОКР в промышленности развитых стран  
(в % к итогу)

Источники финансирования	США	Япония	Германия	Франция	Великобритания	Италия	Канада
Компании	88,8	97,6	89,6	81,7	66,5	78,5	73,4
Правительство	11,2	2,1	7,9	9,0	11,6	13,3	5,3
Зарубежные источники	-	0,4	2,5	9,3	21,9	8,2	21,3

Научные исследования в развитых странах сконцентрированы в небольшом числе корпораций. Всего 1% из общего числа компаний, ведущих НИОКР в США, контролируют около 70% расходуемых средств (частных и федеральных). Концентрация использования

федеральных средств еще выше: примерно 0,5% компаний получают 84% государственных ассигнований на науку частному сектору [43, С.67].

Несомненно, преимущества крупных корпораций хорошо известны: им доступны масштабные дорогостоящие проекты; они ведут многоцелевые исследования, объединяющие ученых разных направлений. Но при этом существуют проблемы, возникающие в связи с высокой степенью монополизации науки. Главная проблема – снижение конкурентного давления, движущей силы НТП. Многие крупные корпорации не в состоянии быстро реагировать на изменения рыночных условий, делать ставку на новые технологии. Их приверженность хорошо испытанным идеям и технике может быть столь сильной, что препятствия к использованию даже рожденных внутри корпораций нововведений становятся непреодолимыми. Процесс принятия решений в корпорациях занимает много времени и жестко детерминирован. Перечень подобных проблем можно продолжить, но в данном случае важно то, что именно в этой области ярко проявляются преимущества малого бизнеса: быстрое реагирование на изменение рыночного спроса, свобода от стереотипов научного поиска, склонность к риску и коммерческое освоение новых технологий и продуктов. Ряд новейших направлений НТП в развитых странах развивается за счет малого предпринимательства – это биотехнология, программное обеспечение, научное приборостроение. В целом, малые и крупные компании образуют жизнеспособный симбиоз, в котором крупные

корпорации, как правило, выступают в качестве заказчиков научной продукции малых, а многие основатели малого бизнеса – вчерашние сотрудники корпораций. За последние годы малый наукоемкий бизнес укрепился в развитых странах.

В России доля предпринимательского сектора в финансировании науки и создании новых технологий, как отмечалось выше, пока низка. Одна из причин заключается в том, что наиболее экономически успешными в стране являются компании, занятые добычей и экспортом природных ресурсов (нефти, газа, металлов и др.) с низкой добавленной стоимостью. Предприятия сырьевых отраслей (по ОКВЭД-видам деятельности), как известно, не являются наукоемкими, они не предъявляют высокого спроса на научные знания и технологии.

По определению, наукоемкими называют отрасли (по ОКВЭД – виды деятельности), выпускающие продукцию на базе последних достижений науки и техники, где доля расходов на научные исследования по совершенствованию технологии и продукции – не менее 4-5% всех расходов, а численность научного персонала – не менее 3-4% всей численности работников.

Уровень развития малого и среднего бизнеса в научно-технической сфере России не соответствует показателям развитых стран. Уровни и тенденции финансирования не соответствуют ни потребностям российских предприятий, ни практике лидеров мировой экономики.

К сожалению, в инновационных процессах Россия остается сырьевой экспортно-ориентированной державой. Российская экономика нуждается в диверсификации за счет смещения центра тяжести с сырьевого сектора на развитие научного потенциала.

Министерство экономического развития представило программу социально-экономического развития страны на перспективу до 2030г. с тремя сценариями: базовым, сырьевым (экспортно-ориентированным) и инновационным. Национальный Совет по конкурентоспособности и предпринимательству при правительстве Российской Федерации выразил готовность направить Россию по инновационному пути. Для обеспечения инновационного «прорыва» нам необходимо либо создавать предпосылки для бурного развития инновационной деятельности, либо – закупать «чужие мозги» и технологии. Кроме этого, Минэкономразвития РФ представило в декабре 2018г. комплекс мер для развития венчурного рынка в России до 2030 г.

Тем не менее, инновационный потенциал России все еще остается значительным. Российский потенциал науки и образования оценивают как мировое и национальное достояние. Эксперты оценивают его приблизительно в 400 млрд. долл.

Однако, сегодня налицо очевидные угрозы его настоящему и будущему. Кризисное состояние большинства научных институтов сказывается на результатах исследований во многих областях. Мировой рынок высоких технологий приближается к 2,5 трлн. долл. в



год, из которых на долю США приходится 39%, Японии – 30%, Германии – 16%. Доля нашей страны на этом рынке – 0,3% [122].

По уровню инновационно-технологического развития мы занимаем 62–64-е место из 140 стран, участвующих в формировании рейтинга конкурентоспособного роста.

По сравнению с 90-ми гг. доля машиностроения и металлообработки сократилась с 28% до 17,3%, что ниже уровня экономической безопасности, который составляет 20%; доля инновационно-активных предприятий снизилась с 60-70% от общего числа предприятий до 4-5% , наукоёмкость ВВП снижается и составляет 1,3% (в Уральском ФО – 1,6%); финансирование науки за счет бюджета в 15 раз меньше, чем в цивилизованных странах.

Для определения уровня инновационного развития данной страны (региона) предлагается следующая методика. Необходимо определить показатели, характеризующие инновационное развитие экономики и соотнести их с нормативом. За норматив (эталон) можно принять средние показатели развития инновационных проектов в наукоёмких отраслях США, что представим в таблице:

## Показатели инновационного развития США

Индексы инновационного развития	Норматив
Научоемкость продукции, %	2,1
Доля затрат на техобновление, %	18
Доля затрат на маркетинг, %	2,1
Доля ИП* в объеме промышленного производства, %	24
Доля ИП* в объеме реализации МП, %	36
Доля инновационного капитала в ВВП, %	20

Примечание: ИП\* – инновационная продукция

Современный кризис национальной инновационной системы России проявился не только в дефиците финансовых ресурсов федерального бюджета для поддержки науки, но и в падении платежеспособного спроса на научно-техническую продукцию со стороны государства и предпринимательского сектора, в ухудшении качественных характеристик научных кадров и материально-технической базы исследований. Продолжительность кризиса привела к тяжелым последствиям для целых научных направлений и институтов. К сожалению, задача сохранения кадрового потенциала науки до сих пор не стала государственным приоритетом. Не решена одна из важнейших задач – повышение социального статуса научного труда и инновационной деятельности, нет и полноценной государственной поддержки приоритетных направлений.

По оценкам ученых, в стране не работает механизм стимулирования инноваций. Государство поднимает земельную плату для инновационных центров, не решен вопрос с НДС и таможенной пошлиной на ввозимое оборудование, под вопросом налоговые

льготы. В связи с этим, необходимо уменьшить ставку налога на землю под технопарками, а также уменьшить аренду, плату за тепло и электроэнергию. Кроме того, законодательство запрещает научным организациям вести производственную деятельность, а финансирование через казначейство вымывает оборотные средства у инновационных предприятий.

В России не развивается процесс трансферта знаний в товар. В регионах не хватает специалистов, которые могли бы довести проекты от стадии разработки до стадии реализации готового инновационного продукта. Законодательные и нормативные акты России, посвященные инновационной деятельности, термины «инновация», «инновационная деятельность» существовали долгое время вне правового поля. Федеральный закон № 216-ФЗ «Об инновационных научно-технологических центрах и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» появился лишь в 2017 г., когда назрела острая необходимость в нем.

Среди специфических факторов, препятствующих инновационной деятельности, можно отметить следующие: неудовлетворительное состояние «технологической среды», неустойчивое положение венчурных предприятий, большой риск внедрения новшеств, отсутствие информации, высокие налоги, проблема взаимных неплатежей, необязательность партнеров, несовершенство законодательства в области инновационной

деятельности, недостаточная поддержка государства инновационной сферы деятельности.

По результатам обследования организаций, осуществляющих разработку и внедрение технологических инноваций, проводимых Федеральной службой статистики, составлен рейтинг факторов, препятствующих инновациям:

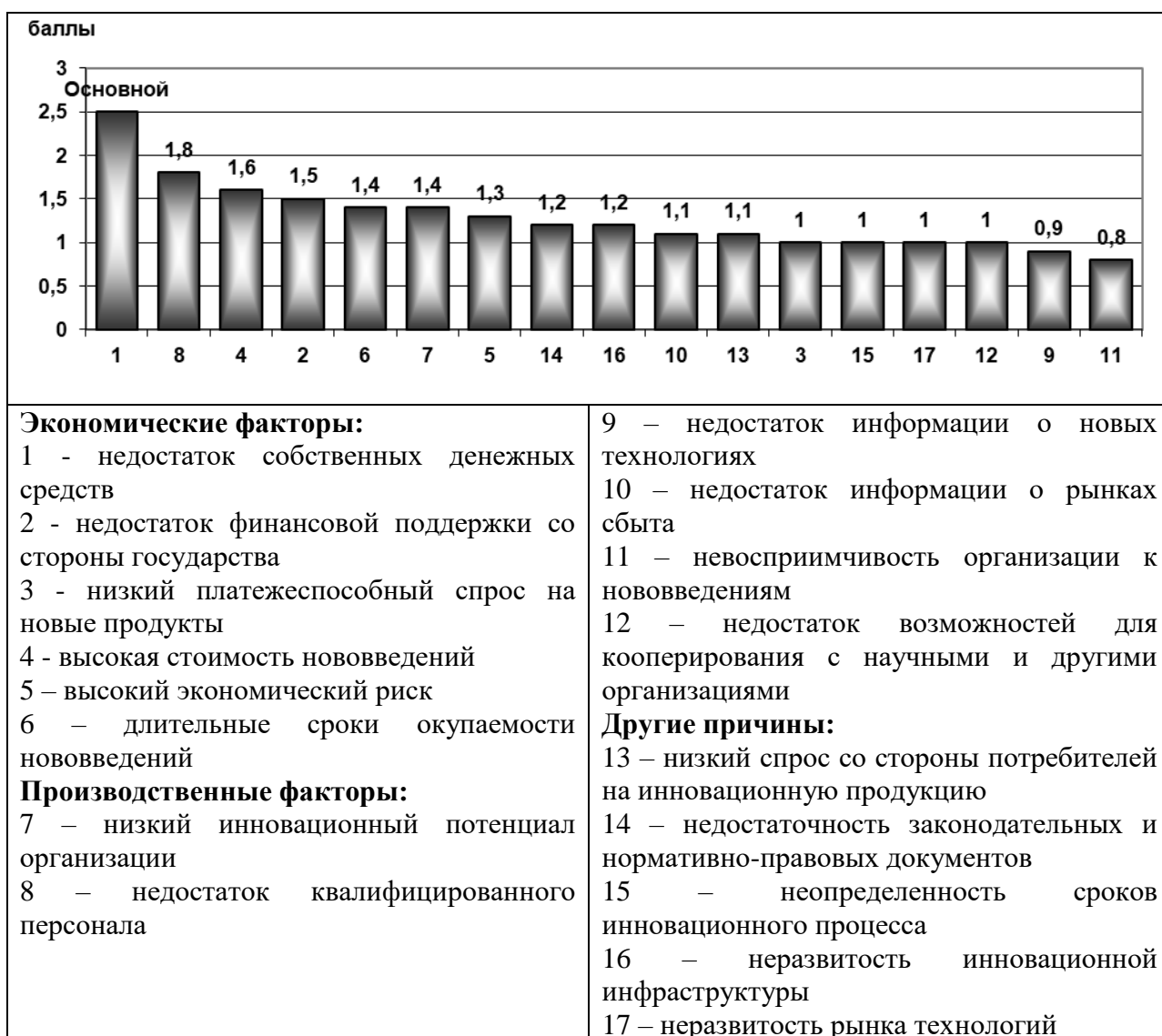


Рис. 6. Рейтинг факторов, препятствующих инновациям

В составе экономических факторов к наиболее весомым факторам относятся: 1) недостаток собственных денежных средств (2,5 балла) при максимальном рейтинге 3 балла; 2) высокая стоимость нововведений (1,6 баллов); 3) недостаточная финансовая поддержка со стороны государства (1,5 балла).

В составе факторов производственного характера, препятствующих инновациям, выделяются больше всего: 1) недостаток высококвалифицированного персонала (1,8 балла); 2) собственный низкий инновационный потенциал (1,4 балла), который определяется слабым уровнем развития исследовательской базы на производстве, неготовностью к освоению новейших научно-технических достижений. В то же время низкие рейтинги таких факторов, как недостаток информации о новых технологиях, низкие кооперационные связи свидетельствуют о недопонимании организациями их важной роли в интенсификации инновационной активности.

В составе других причин, препятствующих инновациям, выделяются: 1) недостаточность законодательных и нормативно-правовых документов (1,2 балла); 2) низкий спрос со стороны потребителей на инновационную продукцию (1,1 балла).

В совокупности рассмотренные факторы препятствуют продвижению инновационных проектов во многих направлениях.

Внедрение инноваций всегда имело большое значение в развитии производства. В современной экономике роль инноваций значительно возрастает, т.к. они становятся все более

основополагающими факторами экономического роста. Развитие малого предпринимательства в научно-производственной сфере требует срочных и эффективных действий со стороны Правительства Российской Федерации, направленных на создание эффективной нормативно-правовой базы, способствующей развитию инновационной активности МП, механизмов венчурного финансирования, комплексной инновационной инфраструктуры, обеспечивающей введение результатов научной деятельности в хозяйственный оборот, системы информационной поддержки малых инновационных предприятий. Активизировать деятельность по популяризации инновационной деятельности и формированию в обществе инновационной культуры, способствовать подготовке кадров для инновационной сферы, повышению образовательного и управленческого уровня предпринимательства.

Необходимо ускорить принятие Федерального закона «Об инновационной деятельности малого и среднего предпринимательства », где важно определить статус малого и среднего инновационного предприятия, эффективные механизмы защиты и передачи интеллектуальной собственности, преференции участия МСП в конкурсах на выполнение государственного заказа на проведение НИОКР, формы финансирования малых и средних инновационных предприятий (такие как субсидирование части процентной ставки, выдача гарантий по кредитам, привлечение долгосрочных инвестиций из негосударственного сектора и др.).

Таким образом, на всех уровнях необходимо создавать и развивать специализированную, целостную инфраструктуру поддержки и развития малого и среднего инновационного предпринимательства (фонды, лизинговые учреждения, технопарки, бизнес-инкубаторы, инновационные центры, промышленные зоны и полигоны, учебные, консультационные, информационные и другие структуры), кроме того, необходимо популяризировать и стимулировать развитие инноваций в малом секторе экономики.

### **2.3. Развитие инновационного малого бизнеса в регионе**

Рассмотрим состояние и развитие малого инновационного бизнеса на региональном уровне (на примере Челябинской области). Каждый регион имеет свои специфические особенности развития предпринимательства. В Челябинской области одним из направлений экономики является развитие малого предпринимательства, способного наиболее быстро и эффективно решать проблемы монополизации, насыщения рынка потребительскими товарами и услугами, создания новых рабочих мест. Для достижения основных целей социально-экономического развития области требуется развитие полноценной конкурентной среды, создающей предпосылки для рационального размещения ресурсов, наилучшего использования производственных мощностей, развития деловой активности, чему может способствовать малое предпринимательство.

В Челябинской области действует закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Челябинской области» от 2008г. [2], где не выделяются приоритетными малое и среднее инновационное предпринимательство. В связи с возрастающей ролью малого и среднего инновационного предпринимательства в экономике, необходимо определить правовой статус данного сектора и механизмы его поддержки. В то же время в области реализуются определенные мероприятия по развитию и стимулированию инновационной деятельности предприятий. Так, открыта постоянно действующая выставка инновационных проектов «Интеллект. Инновации. Инвестиции», выставка «Современный бизнес. Технологии XXI века», ежегодно проводится областной конкурс «Инновация», действует межведомственный координационный совет по вопросам инновационной деятельности при Правительстве Челябинской области. С 2004 г. действует Южно-Уральский инновационный венчурный фонд «Инновации. Технологии. Развитие», который поддержал несколько областных инновационных проектов, выделив им на паритетных началах с Фондом Бортника по 2–3 млн. руб.

Представители областного руководства и деловых кругов Южного Урала разрабатывают идею создания системы стимулирования и поддержки инновационной деятельности. Эта система должна будет включать в себя региональный инновационный центр (РИЦ), бизнес-инкубаторы, технопарки, Южно-Уральский инновационный венчурный фонд. Самым крупным звеном этой



системы должен стать технопарк, где будет сосредоточена научная и производственная база. Бизнес-инкубатор должен стать ответственным за трансфер коммерциализованных научных идей. Сфера ответственности ученых и предпринимателей – экспертиза инновационных проектов. Финансирование проектов – функция Южно-Уральского инновационного венчурного фонда. Из средств регионального бюджета выделялось порядка 50 млн. руб. В 2017 г. в Челябинске открылся Фонд поддержки малого и среднего бизнеса, при котором действует бизнес-инкубатор «Территория бизнеса», что явилось большой помощью для стартапов и начинающих предпринимателей области. По оценкам специалистов «ПромАсса» (Челябинского регионального объединения работодателей), бюджетная эффективность инвестиций в инновационные разработки составит от 150 до 200% на каждый вложенный рубль за счет увеличения налоговых поступлений и до 300% - за счет капитализации акций и долей инновационных предприятий. Хотя не следует исключать, что инновационные проекты как сфера для вложений весьма рискованная [30].

Инновационные проекты Челябинской области отмечены 22 наградами на российских и международных выставках [29]. На V Московском Международном салоне инноваций и инвестиций делегация Южного Урала показала лучший результат инновационных и инвестиционных проектов, за что была награждена 25 дипломами. В 2003 г. совместными усилиями Челябинского областного руководства и ЮУрГУ был создан и действует первый на Урале

инновационный инкубатор, целями которого являются: экспертиза научных работ и проектов, определение возможности их коммерческой реализации, разработка инвестиционных проектов и привлечение инвестиций для их внедрения, создание инновационных предприятий с использованием научных разработок и патентов ученых, изобретателей, оказание информационно-консультационной поддержки вновь созданным предприятиям.

Кроме этого, на площадке Челябинского вуза – Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет» (ЮУрГГПУ) в 2021 г. по программе комплексной модернизации материально-технической базы «Учитель будущего поколения России» был создан Технопарк универсальных педагогических компетенций как объединяющее звено науки, образования и технологий. Технопарки универсальных педагогических компетенций «Учитель будущего поколения России» создаются при поддержке Министерства просвещения Российской Федерации.

Следует констатировать, что Территориальным органом статистики не столь давно стало проводиться обследование именно малых инновационных предприятий. Еще в 2003 г. Челябинским областным комитетом государственной статистики малые инновационные предприятия обозначались как малые предприятия в сфере «науки и научном обслуживании». Их доля в общем количестве МП на тот момент составляла 2,4% (471 ед.), доля работающих – 2,2%

(3372 чел.), объем производства продукции (услуг, работ) – 1,9% (348,4 млн. руб.). По состоянию на 2022 г. в сборниках Росстата приводятся показатели инновационной деятельности малых и средних предприятий по видам экономической деятельности, затраты на технологические инновации малых и средних предприятий. Перечень данных показателей необходимо увеличить для более глубокого исследования малых и средних инновационных предприятий.

Агентством развития бизнеса по заказу Комитета экономики Челябинской области проводился мониторинг развития предприятий малого бизнеса в Челябинской области с целью выявления текущего состояния малого бизнеса. Один из вопросов был связан с заинтересованностью в освоении новых видов деятельности (диверсификации) малыми предприятиями. В ходе опроса было выявлено, что открыть новое производственное направление готовы 28% предпринимателей, 72% - не имеют такого желания. При отраслевом рассмотрении, наибольшее стремление открыть новый бизнес проявили представители промышленности – 45,1% и строительства – 28,8%. Из предприятий бытового обслуживания – только 20,8%, в торговле – 21,4% имеют намерение открыть новое производственное направление [84].

Существенными препятствиями при освоении новых производственных направлений в настоящее время являются: отсутствие налоговых льгот для производителей, трудности в получении кредита, несовершенство законодательства,

административные барьеры при лицензировании, информационный «голод».

Важную роль в активизации инновационной деятельности играют интенсивные информационные взаимосвязи, обеспечивающие обмен широкими потоками знаний. Но сегодня фактический состав источников информации имеет недостаточный уровень, и это обуславливает недоступность отдельных видов информации для организаций. Организации в поисках новых идей замкнуты во многом на внутренние источники: научно-исследовательские, маркетинговые, производственные подразделения и др. Широкое распространение получили такие источники информации, как научно-техническая литература, семинары, конференции, выставки, ярмарки, реклама и прочие. По данным опроса, половина предприятий реализуют свои инновации, остальные модернизируют идеи других или внедряют готовые разработки, некоторые из них приобретают программные средства, патентные лицензии, новые технологии.

Для организаций, имеющих возможность заниматься инновационной деятельностью, неизбежным является создание собственных научно-исследовательских и проектно-конструкторских подразделений. Не имея в достаточной мере собственных средств на инновационные проекты, организации находят возможность для кооперирования с другими научными организациями. Почти две трети организаций имеют завершенные инновации и разрабатывали их самостоятельно; 38,2% разрабатывали совместно с другими организациями; 15,8% разрабатывали с привлеченными

организациями. Следовательно, инновационная деятельность осуществляется в основном собственными силами, отраслевая наука, практически не получает заказов от промышленных организаций. Все это снижает научно-технический потенциал.

Одной из проблем развития инновационной деятельности предприятий является ограниченный спектр рынков сбыта продукции. В основном предпочтение отдается отечественным рынкам, выход на зарубежные рынки практически закрыт для большей части отечественных предприятий. Нынешние приоритеты инновационной деятельности обусловлены недостаточной конкурентоспособностью отечественных товаров для широкого выхода на мировые рынки. Именно поэтому, инновационная деятельность организаций была преимущественно ориентирована на максимальное удовлетворение спроса отечественных потребителей. Одной из важнейших задач для инновационных предприятий является создание новых рынков сбыта.

Выделим основные характеристики результатов инновационной деятельности и проведем их рейтинг (см. рис. 7.).

Обследованные организации в качестве весомых результатов инновационной деятельности показали расширение ассортимента продукции (2,9 балла при максимальном рейтинге 3 балла); улучшение качества продукции (2,8 балла), расширение традиционных рынков сбыта за счет внедрения импортозамещающей продукции (2,8 балла). Однако, одна из важнейших задач инноваций – достижение высокого уровня конкурентоспособности продукции,

позволяющего завоевывать внешние рынки имеет наименьший рейтинг (1,3 балла). Обеспечение соответствия современным правилам и стандартам (2,6 балла) является необходимым условием продвижения инновационных продуктов и технологий на зарубежные рынки.

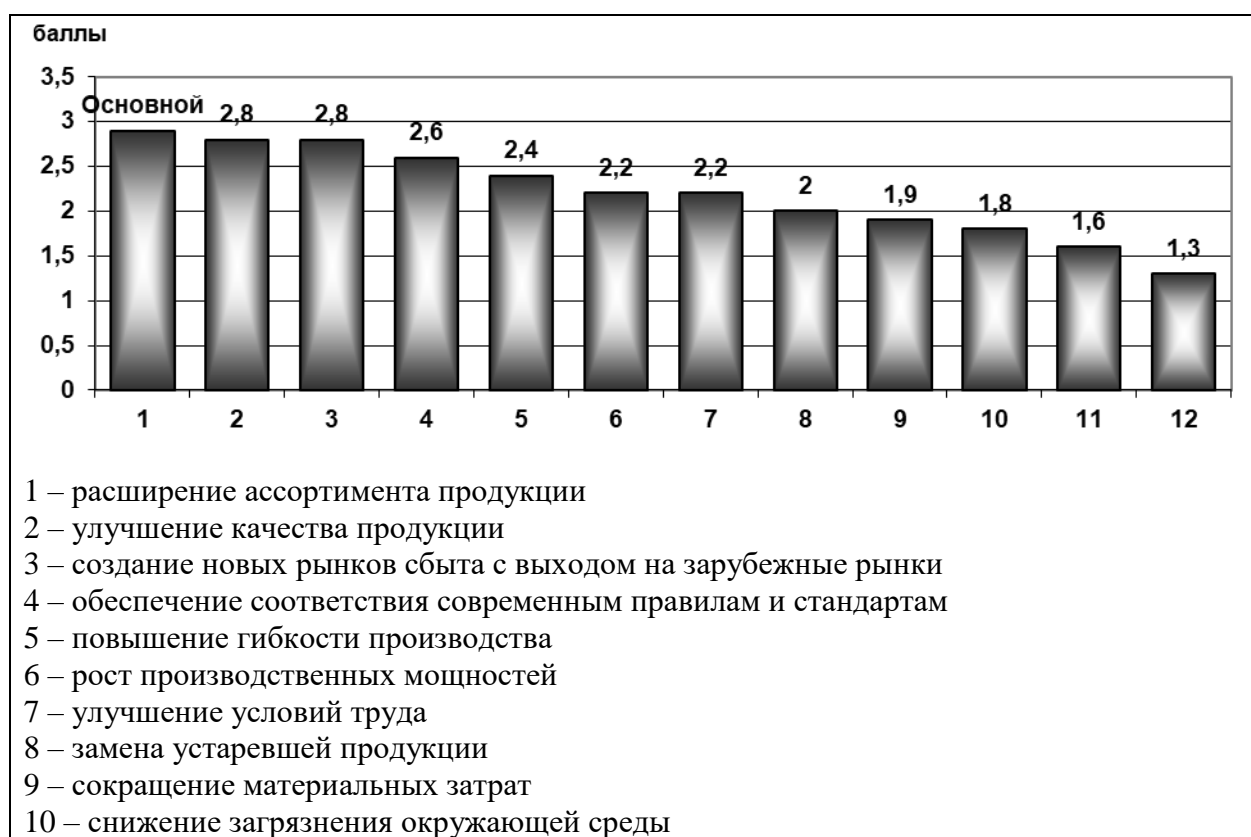


Рис. 7. Рейтинг результатов инновационной деятельности (по данным Росстата)

К инновационной деятельности предприятия относят организацию внедрения и тиражирования изобретений, «ноу-хау», научно-технических разработок, включая создание опытных образцов, проведение испытаний, разработку и передачу технологий, подготовку производства, проведение НИОКР, маркетинговых

исследований и др. [63]. К научно-техническим работам относят научно-исследовательские, конструкторские, технологические, проектные и изыскательские работы, изготовление опытных образцов изделий, испытание созданных образцов, другие инновационные работы и научно-технические услуги.

Наиболее традиционным подходом к типологии нововведений является их разделение на нововведения-продукты, и нововведения-процессы. Также общепринято разделение инноваций на технологические (относятся как к изменениям свойств материи, так и к сфере услуг) и организационные. Последние связаны с образованием, подготовкой и использованием рабочей силы. Возможны также нововведения институциональные, социальные, лежащие за пределами производства в узком смысле слова.

Нововведения далеко не всегда базируются на изобретениях и открытиях. Есть нововведения, которые основываются на идеях. Инновация не обязательно должна быть технической или вещественной. Например, идея продажи в рассрочку внесла новые коррективы в экономические процессы.

Инновация – это новая ценность для потребителя, она должна отвечать нуждам потребителей. Таким образом, неизменными свойствами инновации являются их новизна, экономическая обоснованность и соответствие запросам потребителей.

Создание инновационно-активных организаций имеет большое значение в развитии региональной экономики. Среди субъектов Уральского ФО Челябинская область находится на 2 месте по

количеству инновационно-активных организаций, опережая Курганскую и Тюменскую области:

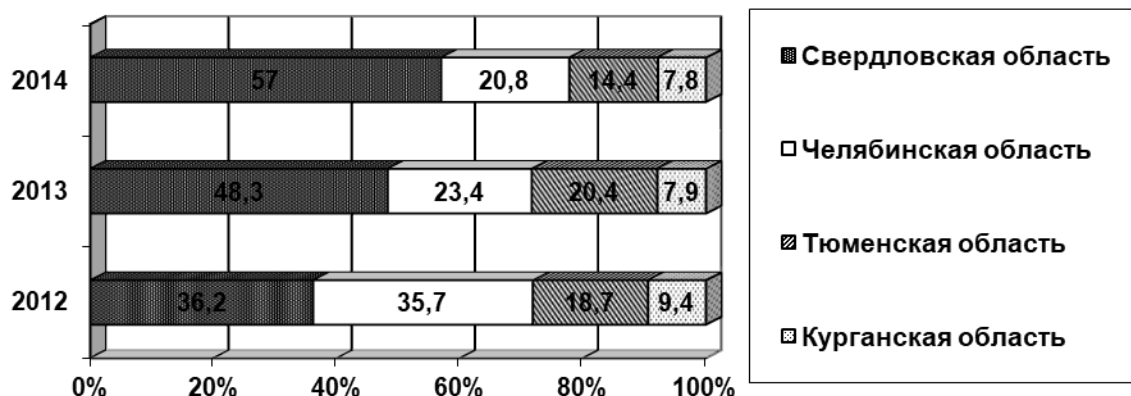


Рис. 8. Динамика удельного веса инновационно-активных организаций УрФО, в %

Источник: [www.chelstat.ru](http://www.chelstat.ru)

Как видно на рисунке, доля инновационно-активных организаций Свердловской области в течение трех лет росла, а доля организаций Челябинской области - сокращалась. Число организаций, занимающихся инновационной деятельностью на территории Челябинской области, составило 12,8% от общего числа обследованных организаций.

Представим в таблице уровень инновационной активности организаций Челябинской области за 4 года:



Уровень инновационной активности предприятий в  
Челябинской области

	2017	2018	2019	2020
Число обследованных организаций, единиц	568	478	512	461
Число организаций, занимающихся инновационной деятельностью, единиц	72	84	62	59
Удельный вес организаций, занимающихся инновационной деятельностью в общем числе обследованных организаций, %	12,7	17,6	12,1	12,8

За 4 года инновационная активность в Челябинской области имела тенденцию к сокращению. Основные инновационно-активные организации – разработчики и поставщики наукоемких технологий Челябинской области сосредоточены в машиностроении (43%), медицине (22%), металлургии (13%), в оборонной промышленности (10%), ядерной энергетике (6%).

Результативность инновационной деятельности проявляется и в соответствующих показателях ее новизны. Совокупная доля принципиально новой и подвергавшейся усовершенствованию продукции в 2020 г. составила 7,9% от общего объема отгруженной продукции инновационно-активных организаций, что меньше уровня предыдущего года (по данным Территориального управления статистики Российской Федерации).

Известно, что на собственные средства поставить предприятие на новый уровень производства практически невозможно, для этого необходимы внешние инвестиции. Но несмотря на это, главным источником финансирования инновационной деятельности являются

собственные средства организаций, в 2020 г. они составили 83,3%. Государственное участие в инновационных затратах ограничилось лишь 2,8%. Основная часть отраслей вообще не получала подобного рода бюджетных средств, кроме промышленных организаций черной металлургии, машиностроения и металлообработки. Сотрудничество с иностранными инвесторами в Челябинской области можно наблюдать по доле иностранных инвестиций, которая составляла 7,2% от общего объема затрат на инновации:

Таблица 13

Источники финансирования инновационной деятельности в  
Челябинской области (тыс. руб.)

	2017	2018	2019	2020
Всего	2925874,1	3677163,2	7555387,0	4090981,5
в том числе:				
-собственные средства организаций	2832534,1	3302597,4	4808317,8	3446978,8
-федеральный бюджет	3370,0	8227,0	148611,7	121045,0
-бюджеты субъектов федерации и местные бюджеты	12148,0	4482,5	-	136,0
-внебюджетные фонды	6167,0	3758,7	-	-
-иностранные инвестиции	-	-	-	-
-прочие	71655,0	358097,6	2598457,5	522821,7

В Челябинской области с 2005 г. действуют Закон «О стимулировании инновационной деятельности в Челябинской области», а также Программы развития инновационной деятельности на перспективу. Основными источниками финансирования мероприятий указанной Программы могут быть средства областного бюджета и внебюджетные источники. К внебюджетным источникам относятся собственные средства субъектов инновационной

деятельности, средства субъектов инновационной инфраструктуры, кредиты коммерческих банков и другие источники. В области создан Межведомственный координационный совет по вопросам инновационной деятельности как постоянно действующий консультативный орган при Правительстве Челябинской области.

Однако, несмотря на позитивные моменты, существует ряд факторов, препятствующих осуществлению инновационной деятельности малых предприятий, это: отсутствие стабильной нормативно-правовой базы инновационной деятельности, разрозненность и отсутствие эффективного взаимодействия элементов инновационной инфраструктуры, недостаток собственных денежных средств у инициаторов инноваций, высокая стоимость и риски внедрения и освоения инновационных разработок для малых предприятий.

Для перехода экономики Челябинской области на инновационный путь развития должна быть создана целостная система мер государственного стимулирования инноваций малых предприятий. На начальном этапе необходимо спланировать мероприятия по поддержке инновационной деятельности субъектов малого бизнеса, а именно: разработать необходимые нормативно-правовые акты, регулирующие инновационные процессы в малом бизнесе; создать комплексную инфраструктуру поддержки инновационной деятельности, включающую региональный инновационный центр, научные и промышленные технопарки, бизнес-инкубаторы, венчурные фонды; создать благоприятную среду

для привлечения инвестиций в инновационную сферу; оказать комплексную информационно-консультационную, маркетинговую и сервисную поддержку субъектам инновационной деятельности; создать систему подготовки и переподготовки кадров для инновационной деятельности; создать условия для развития взаимовыгодного межрегионального и международного сотрудничества в инновационной сфере и продвижения инноваций, как на межрегиональный, так и на международный рынки; активизировать равноправное участие всех субъектов инновационной деятельности в конференциях, семинарах, выставках, ярмарках и деловых встречах.

Министерством экономического развития Челябинской области были рассмотрены основные направления реализации Концепции социально-экономического развития Челябинской области на долгосрочный период и в рамках этих направлений были выделены мероприятия по повышению инновационной активности:

**Основные мероприятия по развитию инновационной  
деятельности**

Направления	Показатели, характеризующие выполнений мероприятий	Индикативные показатели			
		2017	2018	2019	2020
Развитие наукоемких производств и инновационной инфраструктуры	Рост доли инновационной продукции в приросте объема промышленного производства, %	-	5	7	10
	Налоговые поступления на 1 рубль бюджетных средств, рублей	-	4	4,2	4,5
	Количество созданных инновационных центров, технопарков, бизнес-инкубаторов, венчурных фондов, единиц	1	2	3	4
	Создание новых малых инновационных предприятий, единиц	-	-	5	6
	Создание новых рабочих мест на малых инновационных предприятиях	-	-	200	200
<b>Организационные мероприятия</b>					
Разработка нормативно-правовых актов: - Закона Челябинской области «Об инновационной деятельности малых и средних предприятий» - Областной целевой программы «Развитие инновационной деятельности и технопарков до 2020г.»	Проект закона в Законодательное собрание Челябинской области Проект программы в Правительство Челябинской области	2019 год  2020 год			
Проведение областного конкурса «Инновация»		ежегодно			
Проведение постоянной выставки «Интеллект. Инновации. Инвестиции» на базе ЦНТИ и др.		ежегодно			
Развитие и поддержка Южно-Уральского Венчурного инновационного фонда «Инновации. Технологии. Развитие»		ежегодно			
Участие в международных выставках, салонах, ярмарках и др.		ежегодно			

Реализация данных мероприятий позволяет создать условия для ускоренного развития экономики региона. В результате проведения всех вышеуказанных мероприятий может быть получен социально-экономический эффект, выраженный в создании новых инновационных предприятий (не менее 50 единиц), повышении доли инновационной продукции в общем объеме выпуска товаров и услуг (до 8-10%), дополнительных налоговых поступлениях в бюджеты всех уровней в результате реализации инновационных проектов (не менее 200 млн. руб.), создании новых рабочих мест (не менее 400). Реализация мероприятий в целом приводит к улучшению качества жизни в области.

Только скоординированные усилия областных органов власти, научно-исследовательских организаций, промышленных предприятий и субъектов малого предпринимательства позволят мобилизовать научно-технический потенциал Челябинской области для обеспечения построения восприимчивой к нововведениям экономики.

#### **2.4. Оценка эффективности малого бизнеса на региональном уровне**

Рассмотрим состояние и развитие малого предпринимательства на региональном уровне, на примере Челябинской области. Прежде чем перейти к характеристике малого предпринимательства Челябинской области, раскроем потенциал развития экономики

области и специфические региональные условия, сложившиеся на современном этапе.

Предпринимательской деятельности в различных регионах присущи как общие, так и специфические характеристики. К первым можно отнести: условия развития предпринимательства, инфраструктура, неравномерность развития, основы развития предпринимательства и др. Специфические характеристики связаны с особенностями формирования экономики региона.

Челябинская область является динамично развивающимся регионом. За последние пять лет производство промышленной продукции возросло на 38,6%, что позволило области занять 6 место в Российской Федерации по объему промышленного производства. Среди регионов России Челябинская область занимает 12 место по объему ВРП. Предприятия черной металлургии производят 26,5% всероссийского выпуска проката, 27% стали, 15% стальных труб [123]. Челябинская область занимает территорию площадью 87,9 тыс. кв. км. или 0,5% территории России. На территории области функционируют около 80 тыс. предприятий и организаций всех форм собственности. Область имеет хороший трудовой, ресурсный, производственный и научный потенциал, выгодное географическое расположение, развитую инфраструктуру. Численность населения области составляет около 3,6 млн. человек (2,5% от общероссийской), в различных отраслях экономики заняты свыше 1,7 млн. человек (47% от населения области) [109].

Определяют развитие области такие отраслевые комплексы как металлургический, машиностроительный и металлообрабатывающий, топливно-энергетический, строительный, военно-промышленный и аграрно-промышленный. Наибольшее значение имеют металлургия и машиностроение, где сосредоточено более 70% основных производственных фондов области и более 36% трудовых ресурсов. Анализ потенциала Челябинской области дает возможность сделать вывод о том, что регион имеет достаточные предпосылки для развития эффективного предпринимательства.

На конец 2022 г. по данным Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства на территории Челябинской области функционировало 136 тыс. ед. МСП, из них юридических лиц – 54,9 тыс. ед. и ИП – 81 тыс. ед. Микропредприятий (юридических лиц) действовало 50,6 тыс. ед., малых предприятий (юридических лиц) – 4 тыс. ед., средних (юридических лиц) – 333 ед.

Напомним, что в УрФО всего субъектов МСП – 503,5 тыс. ед. (8% от общего числа МСП по России). УрФО по общему количеству субъектов МСП занимает 6-е место среди всех федеральных округов. Доля субъектов МСП Челябинской области в УрФО составила 27 %. По общему количеству субъектов МСП Челябинская область занимает 2-е место после Свердловской области.

По данным Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Челябинской области, среднесписочная численность работников МСП в Челябинской области на 2022 г. составила 340 тыс. чел. Среднесписочная



численность работников юридических лиц составила 275 тыс. чел. и количество действующих ИП составило 65 тыс. чел.

Средняя численность работников малых предприятий (без микропредприятий) составила 117 тыс. чел. Среднемесячная начисленная зарплата на малых предприятиях Челябинской области составила 42571 руб.

Численных занятых в малом и среднем бизнесе по УрФО составила 1,3 млн. чел., включая ИП. Доля среднесписочной численности работников МСП Челябинской области в УрФО составила 26,3%. По показателю среднесписочной численности работников МСП Челябинская область занимает 2-е место после Свердловской области среди субъектов УрФО.

По данным Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Челябинской области (Челябинскстат), общее количество видов продукции и услуг, выпускаемыми МСП в Челябинской области составило 166 ед. Выручка МСП по Челябинской области на 2022 г. составила 35,5 млрд. руб. (43,5 % от всех предприятий области).

В области действуют Закон области «О развитии малого и среднего предпринимательства в Челябинской области» и Программа государственной

поддержки малого предпринимательства, в ходе реализации которой особое внимание уделяется вопросам снижения административных барьеров, информационно-консультационной и финансовой поддержки, обучения руководителей субъектов малого

бизнеса. В рамках областной Программы государственной поддержки малого предпринимательства Правительством Челябинской области выдано компенсаций на оплату процентов по кредитам коммерческих банков и договорам лизинга 63 субъектам малого предпринимательства на сумму 7,6 млн. руб., в результате создано 941 новое рабочее место, объем налоговых отчислений увеличился на 64,7 млн. руб. Компенсацию расходов МП на участие в торгово-экономических миссиях, выставках, ярмарках получили 29 субъектов малого предпринимательства на сумму 768 тыс. руб., в результате чего заключено договоров о сотрудничестве на сумму 11,6 млн. руб. [48].

Для развития малого предпринимательства в Челябинской области имеются достаточно благоприятные условия. Об этом свидетельствует тот факт, что область была победителем федерального конкурса «Лучший регион (субъект) Российской Федерации» в номинации «Лучшие показатели по развитию малого и среднего предпринимательства, созданию наиболее эффективной законодательной базы для его развития». Ежегодно в области проводятся съезды и научно-практические конференции представителей малого предпринимательства. На наш взгляд, важным для малого бизнеса был III Межрегиональный Форум «Малый и средний производственный бизнес-будущее экономики страны» представителей малого бизнеса Челябинской области, организованный Челябинским областным отделением «Опора

России», где обсуждались проблемы данного сектора и пути их решения.

В Челябинской области для улучшения бизнес-среды созданы и функционируют «Цифровая платформа МСП», Челябинскстат в соцсетях, Фонд развития предпринимательства Челябинской области, портал «Мой бизнес. Челябинская область», Челябинское областное отделение ООО МСП «ОПОРА РОССИИ», «Фабрика предпринимательства. Дети» и др.

Для координации работы по развитию предпринимательства в Комитете по экономике области создан Центр поддержки малого предпринимательства, который имеет взаимодействие с другими субъектами инфраструктуры поддержки МП, такими как Южно-Уральская торгово-промышленная палата, территориальное управление Министерства РФ по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства, общественные организации предпринимателей, информационно-консультационные центры, ПромАСС, ЦНТИ, бизнес-инкубатор «Территория бизнеса» и др. Основными направлениями государственной поддержки предпринимательства в области являются:

- 1) Снижение административных барьеров, препятствующих развитию предпринимательства;

- 2) Развитие системы финансово-кредитной поддержки малого предпринимательства;

- 3) Информационная поддержка и развитие инфраструктуры поддержки малого предпринимательства в области;

4) Укрепление системы подготовки и переподготовки кадров для малого бизнеса.

В области работает Агентство поддержки предпринимательства и привлечения инвестиций, где также проходят обучающие семинары, консультации, юридические услуги и т.д. Функционирует Ассоциация предпринимателей малого и среднего бизнеса, которая объединяет прогрессивных предпринимателей в целях обеспечения практического взаимодействия общественных объединений с органами государственной власти для создания благоприятного климата и совместной выработки оптимальных путей решения проблем малого и среднего бизнеса.

На основании проведенного исследования, дадим оценку социально-экономической эффективности малого предпринимательства на региональном уровне. Оценка эффективности этого сектора невозможно провести одним каким-либо показателем. Многообразие свойств и признаков различных видов хозяйственной деятельности (производственной, коммерческой, инновационной) предприятий обуславливает и многообразие показателей.

Для оценки экономической эффективности хозяйственной деятельности МП на региональном уровне предлагается использовать систему показателей, которые объединены в шесть групп (см. Приложение 7).

Всесторонний анализ экономической эффективности хозяйственной деятельности МП позволит оценивать

результативность этой деятельности; своевременно находить факторы, влияющие на получаемую прибыль; определять ресурсные возможности и тенденции их изменения; находить оптимальные пути решения проблем МП и повышения рентабельности их производства. Расчет показателей удельного веса МП в общем объеме экономики области позволит оценить место данного сектора в регионе.

Оценить социальный эффект МП на региональном уровне предлагается по следующей системе показателей:

- 1) увеличение доли занятых на МП в общем количестве занятых в экономике;
- 2) увеличение доли новых рабочих мест на МП;
- 3) увеличение доли рабочих мест для молодежи и различных групп социально незащищенных слоев населения на МП;
- 4) сопоставление темпов роста рабочих мест на МП и темпов снижения безработицы в регионе;
- 5) доля предпринимателей, прошедших обучение и переподготовку, в общем их количестве (в динамике);
- 6) повышение уровня заработной платы на МП;
- 7) снижение уровня занятых в теневом бизнесе.

Обобщающими показателями социального эффекта малого предпринимательства на региональном уровне могут явиться: снижение уровня безработицы; рост доходов населения; увеличение поступлений в местный бюджет за счет МП.

В силу недостаточности статистических данных, оценка социально-экономической эффективности на региональном уровне

проводилась по тем группам показателей, которые достаточно точно, на взгляд автора, отражают состояние и развитие малого предпринимательства. В первую очередь, раскроем потенциал малых предприятий (МП) в территориальном разрезе, что нашло отражение в таблице:

Таблица 15

Оценка потенциала МП в территориальном разрезе (Российская Федерация, Уральский ФО, Челябинская область) (на 1 января)\*

Показатели	РФ	Уральский ФО	Челябинская область
Доля числа МП (в % к общему числу предприятий)	23	6,5	24,4
Доля среднесписочной численности работников МП (в % от общей численности занятых в экономике)	14	7	11,9
Доля выпуска продукции и услуг МП (в % от всего объема выпуска продукции и услуг)	7	9	7,2
Доля числа МП в отрасли «Наука и научное обслуживание» (в общем количестве МП, в %)	2,4	2	2,3
Доля инвестиций в основной капитал МП (в % от общих инвестиций в основной капитал)	3	11	6,7
Доля продукции МП в ВВП (ВРП) (в %)	11	13	12
Число МП на 1000 жителей (ед.)	6,6	4,5	5,4

\*Расчитано автором на основе данных Росстата РФ, 2020

По результатам данной таблицы видно, что малый бизнес в Челябинской области выделялся по доли числа МП, но при этом шло отставание по другим показателям. В целом по УрФО, Челябинская область по показателям развития МП занимала второе место после Свердловской области. Поэтому, мы считаем, что потенциал развития малого предпринимательства в Челябинской области достаточно неплохой. В связи с этим, необходимо дать более полное представление об уровне развития малого предпринимательства в

Челябинской области и оценку социально-экономической эффективности данного сектора.

Как мы отметили выше, нами были выбраны группы показателей, которые наиболее точно отражают состояние и развитие МП (юридических лиц) Челябинской области, это: группа показателей хозяйственной деятельности МП (количество МП, в том числе в динамике; выпуск продукции (работ, услуг), в том числе в динамике; объем инвестиций в основной капитал, в том числе в динамике; среднесписочная численность работников, в том числе в динамике; среднемесячная зарплата работников, в том числе в динамике) и группа показателей рентабельности (рентабельность продукции МП, рентабельность активов МП).

Оценка деятельности МП проводилась по основным отраслям экономики Челябинской области за последние 3 года. На начало 2019 г. по данным ФНС в области было 5132 малых предприятий, 60897 – микропредприятий и ИП – 79401 чел. На начало 2020 г. действовало 4335 малых предприятий и 56859 микропредприятий и ИП – 78571 чел. На начало 2021 г. в Челябинской области функционировало 4153 малых предприятий и микропредприятий – 53919 ед. и ИП – 75085 чел. В целом количество МП в Челябинской области имеет тенденцию к сокращению, что видно из следующей таблицы:

Количество МП по группам отраслей экономики Челябинской  
области  
(на 1 января)\*

Группы видов деятельности	Количество МП, 2019, ед.	Количество МП, 2020, ед.	Количество МП, 2021, ед.	Прирост количества МП
Обрабатывающие производства	857	850	830	—
Строительство	605	655	650	—
Торговля оптовая и розничная	1499	1510	1512	+
Транспортировка и хранение	271	260	261	+
Деятельность профессиональная, научная и техническая	243	230	220	—
Деятельность по операциям с недвижимым имуществом	483	480	475	—
Прочие	1174	350	205	—
ВСЕГО	5132	4335	4153	- 4,2 %

\* Рассчитано автором на основе данных Росстата

По данным таблицы, видно, что самое большое сокращение количества МП наблюдалось в профессиональной, научной и технической деятельности, обрабатывающем производстве и строительстве. Небольшой рост количества МП наблюдался в торговле, транспортировке и хранении.

По видам экономической деятельности МП охватывают практически все отрасли экономики, но наибольшее количество предприятий наблюдается в торговле и общественном питании (37%), промышленности (17%) и строительстве (15%). Данные цифры



говорят о низкой степени диверсификации малого бизнеса и о крайне низком удельном весе сферы науки, сельского хозяйства, транспорта.

В последние пять лет наблюдалась стагнация числа МП области. За данный период наблюдалась незначительная положительная динамика числа МП некоторых отраслях – в сельском хозяйстве, сферах ЖКХ, финансах, операциях с недвижимым имуществом, связи.

По состоянию на 2021 г. среднесписочная численность работников МП в Челябинской области составляла 120859 чел. В целом, среднесписочная численность работников МП в 2022 г. имела тенденцию к сокращению – на 2,28%. Самое большое сокращение среднесписочной численности работников МП наблюдалось в сельском хозяйстве – на 15,6%. При этом, наблюдался незначительный рост среднесписочной численности работников МП в строительстве, торговле и общественном питании, в профессиональной и научной деятельности.

Численность занятых на МП сосредоточена больше всего в таких сферах как обрабатывающие производства, торговля оптовая и розничная, строительство, транспортировка и хранение, деятельность гостиниц и предприятий общепита, деятельность по операциям с недвижимым имуществом, деятельность административная.

В целом, наблюдалась отрицательная динамика среднесписочной численности работников МП области.

Среднемесячная заработная плата одного работника МП составила порядка 35341 руб. по России. В Челябинской области

данный показатель выше и составил 42571 руб. на 2022 г., но невысокой остается заработная плата в сельском хозяйстве — 28900 руб., в сфере гостиниц и предприятий общепита — 26899 руб., в административной деятельности — 32800 руб. Наблюдался постепенный рост среднемесячной заработной платы работников МП Челябинской области. Увеличение заработной платы произошло за счет повышения уровня данного показателя в обрабатывающих производствах, сфере обеспечения электрической энергии, торговле, строительстве, сфере транспортировки и хранении, в области информации и связи.

На 2020 г. объем продукции (работ, услуг), выпущенной МП на территории Челябинской области составил 33,7 млрд. руб. В Челябинской области наблюдается тенденция к стабильному росту объема производства продукции (работ, услуг) МП.

Самый большой рост объема выпуска продукции (работ, услуг) наблюдался в таких сферах как добыча полезных ископаемых, сельское хозяйство, транспорт, строительство, торговля и общественное питание. Таким образом, несмотря на уменьшение числа МП области, они увеличивают объем произведенной продукции, эффективно используя вложенные в основной капитал инвестиции.

Необходимо отметить, что в сельском хозяйстве удельный вес объема произведенной продукции (работ, услуг) по-прежнему остается довольно низким — 0,34% от общего объема произведенной продукции. Удельный вес объема выпуска товаров и услуг МП в

общем объеме выпуска: в транспорте – 1,98%, в торговле, гостиницах и общественном питании – 36,58%, в обрабатывающих производствах – 22%.

В условиях сложившейся экономической конъюнктуры одной из приоритетных задач является привлечение инвесторов в Челябинскую область и сопровождение инвестиционных проектов по принципу "одного окна". На территории Челябинской области данное направление деятельности реализуется Фондом развития предпринимательства Челябинской области - Центр "Мой бизнес" и автономной некоммерческой организацией "Агентство инвестиционного развития Челябинской области".

На начало 2020 г. величина инвестиций в основной капитал МП Челябинской области составила 2,9 млрд. руб. (что составляет 5,8% от общего объема инвестиций). Объем инвестиций в основной капитал МП увеличился на 466,9 млн. руб. Оживление инвестиционной активности МП за последние годы происходило за счет резкого увеличения инвестиционных вложений в сфере строительства. Но при этом, наблюдается спад инвестиционной активности в сельском хозяйстве – на 91,2%, торговле, гостиницах, предприятий общественного питания – на 71,7%, промышленности – на 37,5%. Значительную часть всех инвестиций в основной капитал МП осуществляли предприятия строительства – 85%.

Структура объема инвестиций в основной капитал МП по отраслевому признаку в Челябинской области резко отличается от аналогичной структуры, сложившейся в Российской Федерации, где

31% от всех инвестиций в основной капитал МП было вложено в строительство, 23% - в промышленность, 20% - в торговлю, в сферу гостиниц и общественного питания.

Приоритетной в инвестиционных вложениях оказалась сфера строительства, что может явиться следствием дальнейших диспропорций в развитии других отраслей Челябинской области. Таким образом, уровень инвестиционной активности МП в области остается низким.

Логическим продолжением анализа МП области является расчет рентабельности данного сектора и для этого были выбраны показатели, такие как рентабельности продукции МП, рентабельность активов МП. На основе данных статистики была рассчитана рентабельность продукции МП, рентабельность активов МП и проведено сравнение с рентабельностью продукции, рентабельностью активов крупных предприятий (КП), что видно из таблицы:

## Рентабельность МП и КП\* по основным отраслям экономики

## Челябинской области\*\*

(в процентах)

Отрасли	МП		КП	
	Рентабельность продукции	Рентабельность активов	Рентабельность продукции	Рентабельность активов
Промышленность	3,4	9,3	18,5	11,3
Сельское хозяйство	4,8	-2,0	6,8	0,8
Строительство	2,4	1,2	5,9	1,8
Торговля и общественное питание	1,9	3,0	2,6	7,4
Транспорт	14,6	3,0	18	2,6
Наука и научное обслуживание	4,5	2,4	10	5,4
Всего (среднее по всем отраслям)	2,3	3,1	13,8	7,1

\*КП – крупные предприятия

\*\* Составлено автором на основе данных источников бухгалтерской отчетности

По данным таблицы можно сделать вывод, что рентабельность продукции и рентабельность активов МП гораздо ниже аналогичных показателей КП. Это показывает более низкую эффективность использования основных средств малыми предприятиями. Рентабельность продукции МП в 6 раз ниже рентабельности продукции КП, а рентабельность активов – в 2,29 раз. Это объясняется более выгодными видами деятельности КП, более высокой выручкой КП и более высокими инвестиционными вложениями КП по сравнению с МП.

Таким образом, исследуя систему показателей развития и функционирования МП в Челябинской области, можно подойти к

комплексной оценке развития малого предпринимательства в Челябинской области МП. В качестве обобщающего показателя нами предложен индекс развития МП (ИРМП), который формируется на основе следующих показателей: доли числа МП в общем числе предприятий; доли занятых на МП, доли продукции, произведенной МП в ВРП. ИРМП рассчитывается как произведение отдельных коэффициентов.

Для оценки всех параметров деятельности МП автором предложено использовать относительную оценку, которая может принимать значение от 0 до 1. Максимальной величиной ИРМП является 1, что соответствует 100%, а минимальной – 0. Вклад МП в экономику определяется относительным значением данного показателя: чем ближе его значение к 1, тем более весомый вклад сектора МП в экономику. При расчете нами были использованы показатели, рассмотренные выше. Предлагается оценивать потенциал развития МП на основе интегрального показателя:

$$\text{ИРМП} = k_1 * k_2 * k_3 ,$$

где:

$k_1$  - доля числа МП в общем числе предприятий;

$k_2$  - доля занятых на МП в общей численности занятых в экономике;

$k_3$  - доля продукции МП в ВРП.

Доля МП в экономике области в рамках такого подхода может принимать значение от 0 до 1. ИРМП можно оценивать на текущий момент времени (как текущее состояние МП) и на перспективу (как желаемое состояние МП). ИРМП является комплексной оценкой

развития малого предпринимательства. Кроме того, ИРМП позволяет сопоставлять степень развития малого предпринимательства в территориальном разрезе.

Интегральный показатель, рассчитанный по Челябинской области, составит:

$ИРМП=0,24*0,11*0,12=0,003168$ , что говорит о низкой доле МП в экономике области.

ИРМП в Российской Федерации составит:

$ИРМП=0,23*0,14*0,11=0,003542$ .

ИРМП в УрФО составит:

$ИРМП=0,065*0,07*0,13=0,000591$ .

Данные расчеты интегрального показателя еще раз доказывают, что малый бизнес Челябинской области развивается лучше, чем в среднем по УрФО, но хуже, чем в среднем по России.

Результаты анализа представленных выше положений обобщены в следующей таблице:

Таблица 18

Индекс развития малых предприятий в территориальном разрезе\*

Регионы	Доля числа МП в общем числе предприятий, %	Доля занятых на МП, в общей занятости, %	Доля продукции МП в ВВП (ВРП), %	ИРМП
Российская Федерация	23	14	11	0,003542
Уральский ФО	6,5	7	13	0,000597
Челябинская область	24,4	11,9	12	0,003168

\*Рассчитано автором

Следует подчеркнуть, что в рамках нашей концепции, необходимо подробнее остановиться на динамике и темпах роста основных показателей, характеризующих развитие МП в Челябинской области. Говоря о динамике развития МП в области, можно отметить, что по числу МП и занятости в данном секторе, мы имеем отрицательную динамику; а по объему выпуска продукции МП, среднемесячной заработной платы на МП, инвестициям в основной капитал МП, мы имеем положительную динамику.

Данные показатели нами рассмотрены в отраслевом разрезе, где видна низкая степень диверсификации малого предпринимательства. Сектор малого бизнеса сосредоточен в основном в трех сферах: торговли и общественном питании, строительстве и промышленности. Но другие отрасли также не менее важны для экономики области, и поэтому им необходимо оказывать поддержку со стороны органов власти.

Низкая степень диверсификации малого бизнеса нами подтверждена с помощью экономико-математического метода («метод Паттерн»). Данный метод, кроме этого, дает возможность определить уровень развития МП по отраслям экономики и, тем самым, оценить конкурентоспособность МП в конкретной отрасли. Суть «метода Паттерн» заключается в том, что на основе суммы или средней величины относительных значений (коэффициентов) можно распределить отрасли по уровню развития малого



предпринимательства, и тем самым, определить степень конкурентоспособности МП по отраслям в данном регионе.

Обобщение показателей производится на основе следующей формулы:

$$K_j = X_{ij} / X_{i \max} ,$$

где:

$K_j$  – относительное значение каждого показателя в отрасли;

$x_{ij}$  – фактическое значение показателей уровня развития малого предпринимательства по отраслям;

$x_{i \max}$  – наилучшее (максимальное) значение показателей;

$i = 1, 2, \dots, n$  – число показателей;

$j = 1, 2, \dots, n$  – число отраслей.

При этом мы считаем, что общее состояние и развитие МП в условиях рыночных преобразований по отраслям можно охарактеризовать с учетом следующих показателей:

- удельному весу предприятий данной отрасли в общем количестве МП;
- темпу роста количества МП;
- удельному весу выпуска продукции МП;
- темпу роста выпуска продукции МП;
- удельному весу среднесписочной численности работников, занятых на МП;
- темпу роста среднесписочной численности работников, занятых на МП;
- средней заработной плате на МП;

- темпу роста средней заработной платы на МП;
- удельному весу инвестиций в основной капитал МП;
- темпу роста инвестиций в основной капитал МП.

С учетом совокупности вышеуказанных показателей, рассчитав коэффициенты, все отрасли можно условно разделить на следующие группы (по уровню развития):

- 1 группа – высокий,
- 2 группа – средний,
- 3 группа – низкий уровень развития предпринимательства.

Данный метод, мы считаем, применим и к установлению степени конкурентоспособности отраслей деятельности МП в масштабе региона (области): полученный интегральный коэффициент является внешним показателем их конкурентоспособности. Поэтому, ссылаясь на методику, описанную выше, произведем ранжирование отраслей, с тем, чтобы определить место каждой отрасли по уровню развития малого предпринимательства.

Рассчитав среднюю величину относительных коэффициентов, получим:

- 1) в промышленности: 0,49;
- 2) в сельском хозяйстве: 0,36;
- 3) в строительстве: 0,59;
- 4) в торговле и общественном питании: 0,62;
- 5) в транспорте: 0,37;
- 6) в здравоохранении, физкультуре и социальном обеспечении: 0,39;

7) в общей коммерческой деятельности по обеспечению функционирования рынка: 0,51;

8) в науке и научном обслуживании: 0,41;

9) в операциях с недвижимым имуществом: 0,36.

Рассчитав размах вариации ( $0,62-0,36=0,26$ ), выделим три группы коэффициентов с интервалом 0,09 ( $0,26/3$ ). Обозначим границы интервалов по группам:

0,36-0,45: 3 группа,

0,46-0,55: 2 группа,

0,56 и выше: 1 группа.

Рассчитанные методом «Паттерн» обобщающие коэффициенты позволяют сделать вывод, что к 1 группе относятся отрасли: строительство, торговля и общественное питание. Ко 2 группе, т.е. со средним уровнем развития предпринимательства относятся отрасли: промышленность, общая коммерческая деятельность по обеспечению функционирования рынка. Остальные отрасли относятся к 3 группе, т.е. с низким уровнем развития предпринимательства: наука и научное обслуживание, сельское хозяйство, транспорт, здравоохранение, физкультура и социальное обеспечение, операции с недвижимым имуществом.

Данный вывод также подтверждает ранее проведенные расчеты определения потенциала малого предпринимательства в области. При данном методе расчета, корректируется сектор промышленности, который мы определяем во вторую группу, причина кроется в том, что темп роста основных показателей в данном секторе низкий.

Итак, из вышеприведенного анализа качественных и количественных характеристик малого предпринимательства Челябинской области можно сделать вывод о том, что данный сектор является фактором решения социальных проблем, стабильной базой налоговых поступлений, основой для укрепления среднего класса общества и развития конкуренции, существенным источником насыщения рынка товарами (услугами). Все это может явиться результатом повышения качества общественного воспроизводства. Несмотря на то, что в области проводится немалая работа по развитию малого предпринимательства, в последние годы доля этого сектора невысокая. Развитие малого предпринимательства Челябинской области должно стать одним из приоритетных направлений социально-экономического развития области на перспективу.

В целях создания благоприятных условий, способствующих дальнейшему развитию малого предпринимательства, необходимо совершенствовать систему поддержки указанного субъекта со стороны государства. Для этого необходимо разработать стабильную нормативно-правовую базу поддержки и совершенствовать саму инфраструктуру государственной поддержки малого предпринимательства с учетом изменений реалий жизни. Малое предпринимательство сегодня нуждается в государственной стратегии развития данного предпринимательского сектора.

В настоящее время Министерством экономического развития Челябинской области реализованы основные мероприятия развития

малого предпринимательства области в рамках реализации Концепции социально-экономического развития области 2020г.

Таблица 19

Мероприятия в рамках развития малого предпринимательства

№ п/п	Направления и мероприятия	Показатель, характеризующий выполнение мероприятия	Индикативные показатели			
			2017	2018	2019	2020
		Вид документа (проект)	Срок представления Губернатору Челябинской области			
	<b>Развитие малого предпринимательства</b>	Создание новых рабочих мест, единиц	1317	1400	1600	1850
		Налоговые поступления от субъектов малого предпринимательства на 1 рубль вложенных бюджетных средств, рублей	4,0	4,1	4,3	4,7
		Выпуск товаров и услуг субъектов малого предпринимательства на 1 рубль вложенных бюджетных средств, рублей	18,4	19,3	21	22,3
		Доля контрактов на поставку товаров для государственных нужд, заключенных с субъектами малого предпринимательства, %	-	-	-	15-20
<b>Организационные мероприятия</b>						
1.	Реализация Закона Челябинской области «О ремесленной деятельности в Челябинской области»	Проект закона в законодательное собрание Челябинской области	2017 год			
2.	Разработка и реализация Областной целевой Программы государственной поддержки и развития малого предпринимательства в Челябинской области	Проект программы в Правительство Челябинской области	2020 год			
3.	Проведение Областного съезда представителей малого предпринимательства		Ежегодно			
4.	Проведение конкурсов среди субъектов малого предпринимательства области		Ежегодно			
5.	Создание и развитие информационно-координационного центра по		2018 год			

	поддержке женского и семейного предпринимательства		
6.	Упрощение выдачи разрешительных документов для осуществления предпринимательской деятельности		Ежегодно
7.	Финансово-кредитная поддержка малого предпринимательства путем частичной компенсации расходов на участие в выставках и затрат на оплату процентов по кредитам банков		Ежегодно
8.	Развитие механизмов использования госимущества субъектами малого предпринимательства. Создание и актуализация информационной базы о недвижимом имуществе, земельных участках передаваемых в аренду либо доверительное управление		Ежегодно
9.	Развитие информационно-справочных Интернет-ресурсов для представителей малого и среднего бизнеса		Ежегодно
10.	Подготовка и переподготовка кадров путем проведения семинаров, круглых столов, научно-практических конференций для субъектов малого предпринимательства, представителей муниципальных образований		Ежегодно

В рамках перечня показателей, характеризующих выполнение указанных в данном приложении мероприятий, необходимо, на взгляд автора, дополнительно выделить:

- создание новых зарегистрированных МП, ед.;
- количество лиц, прошедших обучение новой профессии, чел.;
- уровень безработицы в области и ее динамика, %;

- объем инвестиций в основной капитал МП и его динамика, млн. руб.;

- доля наемных работников на МП и их динамика, %;

- экспорт товаров МП и его динамика, млн. руб.;

- доля продукции МП в ВРП и ее динамика, %;

- доходы занятых на МП и их динамика, руб.

По перечню данных показателей может быть оценена в целом эффективность программы поддержки малого предпринимательства в области. Необходимо систематизировать формы государственной поддержки в зависимости от приоритетных направлений развития малого предпринимательства в области (открытие новых МП, создание новых рабочих мест, стимулирование инвестиций в основной капитал, поощрение инновационной деятельности МП, содействие экспорту товаров МП).

В результате проведенных вышеуказанных мероприятий в рамках развития малого предпринимательства может быть получен социально-экономический эффект, выраженный:

1. В создании новых МП (порядка 3375 ед.), что увеличит поступление в бюджет;

2. В расширении объема выпуска продукции МП (на 3034 млн. руб.), что увеличит долю продукции МП в ВРП;

3. В создании новых рабочих мест (порядка 34 тысяч), что приведет к снижению уровня безработицы;

4. В создании новых инновационных МП, что вызовет повышение эффективности экономики в целом;

5. В увеличении доли МП в экспорте готовой продукции, что приведет к ускорению внешнеторгового оборота.

Для достижения этих целей необходимо обеспечить среднегодовые темпы роста:

- количества зарегистрированных МП – на уровне 104% в год;
- численности работающих на МП – на уровне 104% в год;
- объема выпуска товаров и услуг МП – на уровне 109% в год.

Для того, чтобы подойти к западным стандартам, где МСП дает не менее 50% ВВП, где занято 60% населения, где на 1000 жителей приходится 35-50 единиц МП, мы должны иметь определенную стратегическую цель государственной политики, направленную на ускоренное развитие малого бизнеса.

Следовательно, стратегическая цель политики поддержки малого предпринимательства в долгосрочной перспективе должна состоять в создании новой модели государственного участия в расширенном воспроизводстве малого предпринимательства, которая, безусловно, должна опираться на передовой зарубежный опыт, учитывая при этом национальные особенности и традиции России.



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное в монографии исследование региональных особенностей развития малого бизнеса в условиях трансформации экономики позволило сделать следующие выводы:

Малый бизнес представляет собой совокупность самостоятельных и независимых субъектов (физических и юридических лиц), ограниченных количественными критериями, деятельность которых определяется качественными поведенческими характеристиками, способствующими формированию конкурентной среды.

По своей сути, предпринимательская деятельность – это инновационная деятельность, которая не обязательно сводится лишь к поиску какого-либо нового дела или производства нового товара, это может быть и поиск новых идей, осуществление новых комбинаций факторов производства, использование новых технологий, техники и организации труда в различных областях. Предпринимательство можно трактовать как специфический (по сравнению с трудом, землей и капиталом) фактор общественного производства, который способен стимулировать экономический рост.

При этом главным субъектом такой деятельности является предприниматель, наделенный предпринимательскими способностями, поведение которого отличается творчески-

поисковым и инновационным характером. Предприниматель обеспечивает поиск наиболее рационального и эффективного использования экономических ресурсов.

В ходе исследования определено центральное место предпринимательства в системе факторов производства и системе экономических отношений. Процесс предпринимательской деятельности в эпоху НТР должен сопровождаться обязательным наличием и комбинированием множества факторов производства как классических (труд, земля, капитал), так и специфических (информация, предпринимательские способности, знания, технология, время и др.). Суть комбинирования факторов производства состоит в поиске наиболее рационального варианта сочетания факторов путем замещения одного фактора другим, новой комбинации факторов.

На основе проведенного социологического исследования дана классификация личностных качеств современного предпринимателя и раскрыта характеристика данного субъекта. Предложены новые духовно-нравственные принципы предпринимательства, которые могут послужить основой формирования новой философии предпринимательства. Данные принципы будут содействовать возрождению предпринимательских традиций, которые были в дореволюционной России, а также формированию нравственного климата в коммерческой среде, что повлияет в целом на корпоративную

культуру. Разработана модель современного предпринимательства на основе предложенных принципов. Данная модель – это не только совокупность принципов, основ предпринимательства, характеристик предпринимателя, где подчеркнуты его особые качества, но и основных приоритетных направлений предпринимательской деятельности, что может послужить базой для устойчивого развития общества.

В научной работе раскрыта эволюция предпринимательства, т.к. предпринимательство является исторической категорией, так, меняются его содержание и форма, расширяется сфера приложения, появляются новые функции.

Особо подчеркнута роль малого инновационного предпринимательства, о значении которого говорят следующие данные: именно на малые инновационные предприятия сегодня приходится более 50% всех выдаваемых патентов в развитых странах; из 58 крупнейших изобретений XX века не менее 46 изобретений принадлежало малым предприятиям.

Проведенный анализ теоретических и методологических аспектов исследования субъектов малого бизнеса позволил сделать вывод о существовании одностороннего подхода к данной теме, преобладании количественных характеристик деятельности малых субъектов, абстрагировании от качественного результата их функционирования, который состоит в усилении конкуренции и их влиянии на формирование конкурентной среды. Нельзя не

учитывать различные условия функционирования субъектов малого бизнеса в разных регионах. Необходимо перейти от чисто количественных критериев малого бизнеса к комбинированным критериям, учитывая качественные характеристики.

Назрела необходимость принятия нового Федерального закона «О малом и среднем предпринимательстве в Российской Федерации», где необходимо установить статус «самозанятых» граждан и новые критерии отнесения предприятий к субъектам малого и среднего бизнеса в условиях трансформации экономики. Статус «самозанятых» необходим для статистики, но надо понимать, что такие субъекты не создают рабочие места, не «растут», работают на себя и оплачивают специфический профессиональный налог.

В ходе исследования установлено, что развитие конкурентной среды и малых субъектов хозяйствования находятся в тесном единстве друг с другом. Так, конкурентная среда оказывает воздействие на развитие малого бизнеса, поскольку определяет внешние условия их функционирования. С другой стороны, под влиянием деятельности субъектов малого бизнеса, конкурентная среда сама изменяется и преобразуется. Именно за счет малого бизнеса обеспечиваются многочисленность и разнообразие предпринимательских форм и демонополизация экономики.

В ходе исследования раскрыта эволюция субъектов малого бизнеса, выявлены трансформационные условия их становления,

развития, что позволило определить и этапы формирования конкурентной среды, а именно: динамичного развития, стагнации, последующего оживления и спада.

На основе структурного подхода раскрыта региональная и отраслевая структура сектора малого бизнеса, на основании чего сделан вывод о неравномерном их распределении и разном уровне их развития в региональном разрезе национальной экономики. За последнее десятилетие происходит спад деловой активности, сокращение удельного веса малых предприятий в производственной сфере, сфере науки и научного обслуживания, промышленности, строительстве, увеличение удельного веса теневого бизнеса. Данные факты свидетельствуют о нарастании кризисного положения сектора малого бизнеса.

Распределение числа малых предприятий по отраслям экономики крайне неравномерно и мы наблюдаем явные диспропорции. Конкуренспособной экономике необходима совершенно иная структура малого бизнеса, чем сложилась в современной экономике, где приоритетными должны стать инновационная и производственная сферы, которые приведут к усилению конкурентной среды. Структурный анализ сектора малого бизнеса показал высокую дифференциацию развития малых субъектов по регионам и отраслям, что свидетельствует о неоднородности конкурентной среды в национальной экономике.

В ходе исследования раскрыты негативные факторы,

препятствующие развитию сектора малых хозяйственных форм, которые имеют субъективный и объективный характер.

Разработана методика оценки и измерения уровня развития конкурентной среды на национальном и региональном уровнях с использованием интегрального индекса развития субъектов малого бизнеса. В отличие от существующих подходов, автором предложен обобщающий показатель – интегральный индекс развития малых предприятий (ИРМП), на основе которого можно количественно оценить концентрацию субъектов малого бизнеса и, как следствие, определить уровень развития конкурентной среды. Полученные значения ИРМП позволили ранжировать федеральные округа по уровню развития малого бизнеса, и, соответственно, по уровню развития конкурентной среды.

Комплексная оценка состояния и развития сектора малого бизнеса в территориальном разрезе позволила выявить следующие проблемы:

1) в целом по России, уровень развития сектора малого бизнеса и конкурентной среды по сравнению с развитыми странами явно недостаточен;

2) по федеральным округам Российской Федерации, существует высокая дифференциация уровней развития МП;

3) по Уральскому ФО, на первый план по уровню развития МП выдвигается Свердловская область, на второй - Челябинская область, далее идут Тюменская и Курганская области;

4) по Челябинской области, МП за последние годы имеют тенденцию к сокращению и низкую степень диверсификации малого бизнеса в отраслевом разрезе.

Результатом научного исследования стало обоснование о необходимости государственной поддержки малых предприятий, которые имеют неравные экономические условия воспроизводства по сравнению с крупным бизнесом. Поэтому гарантом развития данного сектора в рыночной экономике должно быть государство, в силу чего встает вопрос об объективной необходимости государственного регулирования и поддержки данного сектора экономики.

В связи с этим, в монографии предложены приоритетные направления развития малого предпринимательства и его государственной поддержки на региональном уровне. Именно на региональном уровне предстоит решать основные проблемы развития и поддержки малого предпринимательства.

## ГЛОССАРИЙ

Административные (прямые) методы государственного регулирования экономики – методы, которые базируются на силе государственной власти и включают меры запрета, разрешения и принуждения (разработка законодательства; установление цен на социально-значимые товары и услуги; применение таможенных пошлин и квот; государственные закупки; установление предела МРОТ и др.).

Амортизационные отчисления - представляют собой денежную форму перенесенной на продукцию стоимости функционирующего основного капитала и включаются в издержки производства.

Антиинфляционная политика - совокупность мер, предпринимаемых правительством, с целью сдерживания роста цен или их снижения; включает в себя меры по регулированию денежной массы, а также по сокращению дефицита бюджета.

Арендная плата - представляет собой общую плату за пользование землей, выплачиваемую арендатором землевладельцу, она включает в себя земельную ренту, амортизацию основного капитала землевладельца, процент за использование физического капитала землевладельца.

Блага - это продукты и услуги, материальные и нематериальные средства удовлетворения человеческих



потребностей, которые в свою очередь делятся на потребительские блага и блага производственного назначения. К благам производственного назначения относятся материальные факторы производства, такие как оборудование, здания, транспорт и др.

Безналичные деньги – это денежные средства на банковских счетах; безналичные деньги также называют депозитными или кредитными деньгами безналичного расчета, они обслуживают платежно-расчетные операции между предприятиями, корпорациями и банками.

Безработица - это социально-экономическое явление, при котором часть активного, трудоспособного населения не может найти работу, которую эти люди способны выполнять.

Безработные - часть совокупной рабочей силы, лица трудоспособного возраста, не имеющие работы, но способные работать и ищущие работу, вставшие на учет по безработице на бирже труда.

Бюджетно-финансовая политика - это совокупность экономических и административных мер, предпринимаемых правительством с целью стабилизации и повышения эффективности национальной экономики, с использованием, главным образом, бюджетных и налоговых инструментов.

Бюджетная система - это органы государственного управления, составляющие и реализующие государственные бюджеты, контролирующие поступление доходов и расходование

бюджетных средств, вся сфера нормативного регулирования этих процессов.

Бухгалтерские издержки - это платежи за ресурсы внешним поставщикам ресурсов, другими словами, это внешние издержки.

Бухгалтерская прибыль - представляет собой разницу между выручкой и бухгалтерскими издержками.

Валовой внутренний продукт - это совокупная рыночная стоимость всей конечной продукции, произведённой в экономике страны за год, независимо от источника использованных ресурсов.

Валовой национальный продукт - представляет собой совокупную рыночную стоимость всей конечной продукции, произведённой в экономике страны за год, исключая стоимость продукции, произведённой на предприятиях, принадлежащих иностранцам.

Валюта - любой платежный документ или денежное обязательство, выраженное в той или иной национальной денежной единице и используемое в международных расчетах. Это банкноты, казначейские билеты, денежные средства на банковских счетах, а также чеки, векселя, аккредитивы и другие платежные средства.

Внешнеторговый баланс - разница между экспортом товаров и импортом; может быть как положительным (активным), так и отрицательным (дефицитным, пассивным).

Внутренние издержки - это сумма денежных средств, которые нужно было бы платить, если бы эти ресурсы приобретались у других производителей.

Всемирная торговая организация (ВТО) - многосторонняя торгово-экономическая организация, действующая с 1995 г., правовой основой которой являются Генеральное соглашение по тарифам и торговле (ГАТТ) в редакции 1994 г.

Государственный бюджет - это доходы и расходы государства, или иными словами, это финансовый план формирования и использования денежного фонда государства.

Государственная ценовая политика - комплекс гражданско-правовых, административных, экономических и иных мер в области ценообразования и контроля над ценами, осуществляемого органами государственной власти и управления, а также органами местного самоуправления.

Государственное регулирование цен - воздействие органов государственной власти на условия и порядок формирования и применения цен, предусмотренное законами и иными нормативно-правовыми актами как федеральными, так и региональными.

Государственное регулирование экономики – система мер законодательного, исполнительного и контролирующего характера, которые осуществляются органами власти в целях развития экономики и согласования интересов общества.

Денежная система - форма организации денежного обращения в той или иной стране, которая сложилась исторически и закреплена национальным законодательством, представлена, она включает в себя следующие элементы: денежную единицу, эмиссионную систему, виды денег, институты регулирования денежной системы.

Денежная масса - совокупность всех имеющихся в обращении денег, является важнейшим количественным показателем денежного обращения, она включает несколько компонентов, которые выделяются на основании критерия их ликвидности.

Денежное обращение - это движение денег при выполнении ими своих функций.

Денежно-кредитная политика - совокупность мероприятий центрального банка и правительства, направленных на изменение денежной массы в обращении, объёма кредитов, процентных ставок и других показателей денежного обращения с целью снижения уровня инфляции, устойчивого роста денежной массы и создания предпосылок для стабильного экономического роста.

Денежная приватизация - особая форма приватизации на возмездной основе в форме прямой покупки приватизируемых объектов в разных конкретных формах (торгов, аукционов, тендеров).

Деньги - это особый вид товара, который служит всеобщим эквивалентом, посредством которого выражается стоимость всех

других товаров. Иными словами, деньги – это специфический товар максимальной ликвидности, который способен обмениваться на все другие товары.

Дефляция – обратный процесс инфляции в рыночной экономике.

Добавленная стоимость - это стоимость, добавленная переработкой, представляет собой разность между стоимостью произведённой продукции и стоимостью предметов труда, использованных в производстве этой продукции.

Добросовестная конкуренция - это такая ситуация на рынке, при которой обеспечиваются равные условия функционирования всем без исключения субъектам рыночных отношений и сбалансированность их интересов.

Долговые ценные бумаги - ценные бумаги, которые удостоверяют долговые отношения между заемщиком, выпустившим документ, и купившим его кредитором, подлежащие погашению в полном объеме с выплатой дохода (процента).

Закон возрастающих альтернативных издержек состоит в том, что по мере увеличения объёма производства данного блага альтернативные издержки производства дополнительных единиц блага возрастают.

Занятость – участие населения в трудовой деятельности, которая приносит им доход.

Заработная плата представляет собой доход в денежной форме, получаемой наемным работником за труд.

Заработная плата реальная – заработная плата, определяемая в виде количества благ, товаров и услуг, которые можно на нее приобрести.

Земельная рента - плата собственнику земли за пользование землёй, зависящая от плодородия и местоположения земельных участков, при этом земельная рента включается в арендную плату.

Земля как фактор производства - это все естественные, природные ресурсы, используемые в производстве (к таким ресурсам относятся собственно земля, сельскохозяйственные угодья, полезные ископаемые, водные ресурсы, леса и др.).

Издержки конкуренции – избыточные расходы, связанные с конкуренцией, не имеющие оправдания с точки зрения интересов общества, например, чрезмерная реклама.

Издержки производства - это затраты предприятия на производство товаров (услуг).

Имидж – образ делового человека, репутация.

Инфраструктура рынка – совокупность институтов рынка, которые обслуживают и обеспечивают движение товаров, капиталов и рабочей силы.

Конкуренция – соперничество, экономическая борьба между участниками рынка за лучшие условия продажи или покупки товаров и получение экономической выгоды. Конкуренция может

быть совершенной и несовершенной. Совершенная конкуренция (чистая, идеальная) – модель рынка, которая характеризуется множеством продавцов и покупателей в отрасли; доступностью полной информации о ситуации на рынке; однородностью товара всех производителей; отсутствием сговоров и невозможностью влиять на цены и объемы производства. Несовершенная конкуренция – конкуренция в условиях рынка, значительно отличающаяся от идеальной конкуренции.

Ликвидность – способность активов быть быстро проданными (ликвидный – обращаемый в деньги).

Монополия – рынок несовершенной конкуренции, который характеризуется наличием одного продавца (производителя) в отрасли, предлагающего товар, не имеющий близких заменителей, что позволяет ему устанавливать монопольные цены и выбирать объемы производства.

Монополистическая конкуренция – рынок несовершенной конкуренции, который характеризуется тем, что в отрасли много производителей похожих, но не одинаковых товаров и покупатель выбирает товар не по цене, а по таким критериям как качество, престижность, оформление, сервисное обслуживание и т. д.

Олигополия – рынок несовершенной конкуренции, который характеризуется тем, что в отрасли имеется несколько (до десяти) производителей, что делает их зависимыми друг от друга и

приводит к заключению различных сговоров о ценах, объемах производства, рынках сбыта и т. д.

Предприниматель – лицо, занимающееся предпринимательской деятельностью.

Предпринимательская способность – набор качеств, умений, особых способностей человека, позволяющих ему использовать лучшее сочетание ресурсов для ведения дела, брать на себя полную ответственность и риск этого дела, применять новшество и креативность в управлении.

Предпринимательский доход – часть прибыли от предпринимательской деятельности, которую продают сами предприниматели.

Предпринимательство (бизнес) – самостоятельная, инициативная, осуществляемая от своего имени, на свой риск и ответственность деятельность граждан, физических и юридических лиц, направленная на получение прибыли от продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг.

Предприятие – самостоятельный хозяйствующий субъект, наделенный правами юридического лица, производящий продукцию, выполняющий работу, оказывающий услугу и занимающийся другими видами деятельности.

Рынок товаров и услуг – организованная структура, посредством которой спрос на товары со стороны домашних



хозяйств и правительства встречается с предложением со стороны бизнеса.

Рынок труда – механизм осуществления контактов между покупателями рабочей силы (нанимателями) и продавцами рабочей силы (нанимаемыми).

Самозанятость – занятость трудом, управлением в собственном хозяйстве, фирме.

Собственность – принадлежность вещей, ценностей определенному лицу или группе лиц на основе норм права.

Совместное предпринимательство – предпринимательская деятельность нескольких партнеров, в том числе партнеров разных стран.

Таможенная пошлина – налог, взимаемый государством, таможенными службами с провозимых через границу товаров.

Трудовые ресурсы – экономически активное, трудоспособное население страны.

Управление – целенаправленное воздействие со стороны определенных субъектов, органов на людей и объекты с целью направить их действия и получения желаемого результата.

Уровень безработицы – процентное соотношение численности безработных к численности экономического активного населения (занятых и безработных).

Факторы производства – экономические ресурсы, используемые в производстве, к которым относятся: труд, земля, капитал, предпринимательские способности и др.

Финансовый рынок – система отношений, обеспечивающая направление, аккумуляцию и перераспределение денежных капиталов между субъектами рынка посредством финансовых учреждений с целью достижения оптимального соотношения между предложением и спросом на капитал.

Хозяйство – хозяйство всей страны (экономика), отдельного субъекта в виде совокупности средств, используемых для создания и улучшения жизнеобеспечения.

Цена – стоимость товара в денежном выражении (меновая стоимость).

Цена производства – часть цены товара, обусловленная издержками производства, равная сумме издержек производства и прибыли производителя, не включающая издержки обращения.

Частная собственность – форма собственности на средства и факторы производства, принадлежащая частным лицам, группам лиц.

Штраф – денежное наказание в виде взыскания в определенной сумме денег, мера воздействия на виновных лиц.

Экономика – хозяйство, совокупность объектов, средств, процессов, используемых обществом для обеспечения жизни,

удовлетворения потребностей на основе экономических отношений и взаимодействий.

Экономические (косвенные) методы регулирования – методы, которые базируются на создании материальной заинтересованности, стремлении к выгоде и безопасности (стимулирование инвестиций путем предоставления налоговых и кредитных льгот, создание новых рабочих мест, совершенствование образования и подготовки кадров, регулирование денежного обращения, предоставление экспортных субсидий и др.).

Юридическое лицо – организация, учреждение, выступающая в качестве самостоятельного носителя прав и обязанностей, имеющие основные признаки юридического лица, государственную регистрацию.

Ярмарка – крупный рынок, торг, выставка, экспозиция товаров в установленное время и в определенном месте.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Гражданский кодекс Российской Федерации: часть первая от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ, часть вторая от 26 января 1996 г. № 14-ФЗ и часть третья от 26 ноября 2001 г. №146-ФЗ (с изменениями по сост. на 21 июля 2015 г.)
2. Закон Челябинской области «О развитии малого и среднего предпринимательства в Челябинской области» от 12 апреля 2008г., №250-ЗО (с изменениями по сост. на 27 декабря 2016 г.)
3. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г.)
4. Налоговый кодекс Российской Федерации: часть первая от 31 июля 1998 г. № 146-ФЗ и часть вторая от 5 августа 2000 г. № 117-ФЗ (с изменениями по сост. на 22 июля 2015 г.)
5. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24 июля 2007 г. №209-ФЗ (с изменениями по сост. на 28 ноября 2018 г.)
6. Федеральный закон «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг» от 23 июня 1999 г. № 117-ФЗ (с изменениями от 30 декабря 2015 г.)

7. Федеральный закон Российской Федерации «О внесении изменений и дополнений в Закон Российской Федерации «Об образовании» от 13 января 1996 г. № 12-ФЗ (с изменениями по сост. на 25 июля 2012 г.)

8. Абдуллин, И. Школа предпринимательства [Текст] / И. Абдуллин // Татарстан. – 1995. – №5-6. – С.12-22.

9. Агеев, А.И. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры [Текст] / А.И. Агеев. – М.: Наука, 2001. – 112 с.

10. Алексеев, В., Деньги опять побежали [Текст] // Труд. – 2015. – 6 июня.

11. Анализ роли и места малых и средних предприятий России. Ресурсный центр малого предпринимательства. – М., 2014 [Электронный ресурс] // <http://www.rcsme.ru>

12. Антикризисное управление: общие основы и особенности России: Учеб. пособие [Текст] / Под ред. И.К. Ларионова. – М.: Аспект Пресс, 2016. – 248 с.

13. Апишев, А.А. Предпринимательство как фактор структурных преобразований в регионе: Автореф. дисс. ...д-ра экон. Наук [Текст] / Рос. Академия Гос. службы при Президенте РФ. – М.: 1994. – 47 с.

14. Аукционик, С.П., Российские предприятия в рыночной экономике: ожидания и действительность [Текст] / С.П. Аукционик. – М.: Наука, 2011. – 139 с.
15. Афанасьев, В. «Анатомия» отечественного малого бизнеса [Текст] // Российский экономический журнал. – 2014. – №2. – С.55-64.
16. Афанасьев, В., Малое предпринимательство в решении проблемы занятости [Текст] // Российский экономический журнал. – 2016. – №10. – С.40-46.
17. Баженов, Ю.К. Малое предпринимательство: практическое руководство по организации и ведению малого бизнеса [Текст] / Ю.К. Баженов и др. – М.: ИВЦ МАРКЕТИНГ, 2015. – 104 с.
18. Беляев, Ю.А. Энциклопедия начинающего предпринимателя [Текст] / Ю.А. Беляев. – М.: РУДН, 1992. – 158 с.
19. Берестова В.В., Мурыгина Л.С. Венчурный малый бизнес в Уральском Федеральном Округе // Экономика, предпринимательство и право. Креативная экономика. – 2017. – Т. 7. – № 4.
20. Беспмятных, Н. Институциональные факторы эффективности развития малого предпринимательства. Автореф.

дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – Ин-т экономики УрО РАН, – 2004. – 26 с.

21. Блинов, А. Условия регулирования малого бизнеса [Текст] // Экономист. – 2004. – № 2. – С.75-78.

22. Большие надежды малого бизнеса // Экономические стратегии [Электронный ресурс] <http://www.invur.ru>

23. Борисенко, Я.М. Экономическая оценка эффективности использования ресурсов (на примере СПК «Коелгинское») / Я.М. Борисенко, А.В. Федосеев, Л.С. Мурыгина // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 1 (90). – С. 1252-1255.

24. Борисов, С. Конкурентоспособность и малый бизнес [Текст] // Бизнес-журнал. – 2005. – №6. – С.12-15.

25. Бусыгин, А.В. Предпринимательство: Учебник [Текст] / А.В. Бусыгин. - М.: ИНФРА-М, 2014. – 608 с.

26. Бусыгин, А.В. Предпринимательство: Учебник. [Текст] / А.В. Бусыгин и др. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 630 с.

27. Вальчук, В. Малый бизнес Челябинской области [Текст] // Челябинский рабочий. – 2013. – 7 окт.

28. Вебер, М. Протестантская этика и дух капитализма [Текст] / Избр. произв. - М.: Прогресс, 1990. – 808 с.

29. Визитная карта Челябинской области, 2015 г.  
[Электронный ресурс] <http://www.ural-chel.ru>
30. Галкин, Г. Южный Урал ставит на интеллект [Текст] // Директор. – 2005. – №3. – С.88-90.
31. Горшков, А.В. Деловая культура предпринимателя [Текст] / А.В. Горшков. – Челябинск, ЧелГУ, 2003 г. – 70 с.
32. Росстат , 2013 [Электронный ресурс] // <http://www.chelstat.ru>
33. Грибов, В.Д., Экономика предприятия: Учебник. [Текст] / В.Д. Грибов и др. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 336 с.
34. Денисов, В. Малый бизнес в России и за рубежом. [Текст] / В. Денисов. – Саратов, 2010. – 140 с.
35. Друкер, П. Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы: Пер. с англ. [Текст] / П. Друкер. - М.: СПб: Бук Чембер Интернэшнл, 1992. – 352 с.
36. Духон, А. Доклад «О развитии малого предпринимательства в России: региональный разрез» [Текст] / А. Духон. – М: МПСУ, 2002.
37. Еваленко, М. Потенциал малого предпринимательства и экономика российских регионов [Текст] // Российский экономический журнал. – 2003. – №9-10. – С.30-51.



38. Евплова Е.В. Массовизация образования: социологический аспект / Е.В. Евплова, В.Р. Якупов, Ф.Х. Хабибуллин, А.В. Федосеев, Л.С. Мурыгина // Балтийский гуманитарный журнал. – 2019. – Т. 8. – № 3 (28). – С. 56-60.

39. Евплова Е.В. Технологии эффективного найма: система отбора высококлассных сотрудников / Е.В. Евплова, А.В. Федосеев, Л.С. Мурыгина, В.Р. Якупов, Ф.Х. Хабибуллин // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2019. – Т. 8. – № 4 (29). – С.375-378.

40. Евплова Е.В. Конкуренция в политической сфере / Е.В. Евплова, В.Р. Якупов, С.Н. Золотухин, А.В. Федосеев, Л.С. Мурыгина // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2022. – Т.11. – № 1 (38). – С. 10-14.

41. Европейское обозрение малых и средних предприятий (электронный журнал), 2002, — №6 - [Электронный ресурс] <http://tacissmerus9803.rcsme.ru/>

42. Законодательное регулирование развития малого предпринимательства. – М.: Ресурсный центр малого предпринимательства, 2016. [Электронный ресурс] // <http://www.rcsme.ru>

43. Зарубина, Н. Российское предпринимательство: идеи и люди [Текст] // Вопросы экономики. – 2012. – №7. – С.82-90.
44. Зомбарт, В. Буржуа. Этюды по истории духовного развития современного экономического человека [Текст] / В. Зомбарт. – М.: Наука, 1994. – 730 с.
45. Инновационная экономика [Текст] / Под ред. А.А. Дынкина, Н.И. Ивановой. – М.: Наука, 2014. – 352 с.
46. Инновационный потенциал области: Аналитическая записка/ Челябинский областной комитет рос.статистики. – Челябинск, 2014. – 13 с. [Электронный ресурс] // <http://www.chelstat.ru>
47. Как добиться успеха: Практические советы деловым людям [Текст] / Под общей ред. В.Е. Хруцкого. [Текст] – М.: Республика, 1992. – 510 с.
48. Карлоф, Б. Деловая стратегия: перевод с англ. [Текст] / Б. Карлоф. – М.: Экономика, 1991. – 289 с.
49. Кларк, Дж. Б. Распределение богатства [Текст] / Дж. Б. Кларк. – М.: Экономика, 1992.
50. Колесников, А. Малый и средний бизнес: эволюция понятий и проблема определения [Текст] // Вопросы экономики. [Текст] – 2011. – №7. – С.46-58.

51. Кольчугина, А.В. Деятельность малых предприятий Российской Федерации в начале XXI века [Текст] // Вопросы статистики. – 2014. – №12. – С.45-48.
52. Королев, В. Феномен предпринимательства [Текст] // Российский экономический журнал. - 1992. - №4. - С.135-137.
53. Красникова, Е. Фигура предпринимателя в рыночной экономике [Текст] // Российский экономический журнал. – 2015. – №3. – С.76-80.
54. Курс предпринимательства: Учебник [Текст] / Под ред. В.Я. Горфинкеля, В.А. Швандера. – М.: ЮНИТИ, 2019. - 439 с.
55. Лапуста, М.Г. Малое предпринимательство: Учеб. пособие [Текст] / М.Г. Лапуста. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 272 с.
56. Лебедева, С.Ю. Регулирование и поддержка малого и среднего предпринимательства в ЕС и России [Текст] // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – №1. – С.90-96.
57. Малое и среднее предпринимательство в России. 2020: Стат. сб. [Текст] / Росстат. – М., 2021. – 78 с.
58. Малое и среднее предпринимательство в России. 2021: Стат. сб. [Текст] / Росстат. – М., 2022. – 101 с.

59. Малое предпринимательство в Челябинской области в 2019 г.: Аналит. Записка [Текст] / Челяб. обл. комитет рос. статистики. – Челябинск, 2020.

60. Малое предпринимательство в Челябинской области. 2021: Стат. сб. [Текст] / Челябинскстат. – Челябинск, 2021. – 74 с.

61. Малое предпринимательство в Челябинской области. 2022: Стат. сб. [Текст] / Челябинскстат. – Челябинск, 2022. – 73 с.

62. Малое предпринимательство. Сборник нормативных актов [Текст]. – М.: Книга сервис, 2013. – 144 с.

63. Маркс, К. Капитал. Критика политической экономии. Т.3 [Текст] / Маркс К., Энгельс Ф. Соч., 2-е изд. – Т.25. – Ч.1.

64. Маршалл, А. Принципы экономической науки: Пер. с англ. - Т.1. [Текст] / А. Маршалл. – М.: Прогресс - Универс, 1993. – 367 с.

65. Мескон, М.Х. Основы менеджмента: Пер. с англ. [Текст] /М.Х. Мескон. – М.: Дело ЛТД 1994. – 702 с.

66. Мурыгина, Л.С. Малое инновационное предпринимательство и его значение / Сборник: Региональная направленность развития национальной экономики. Школа-семинар профессора А.А. Голикова. – Челябинск: ЧелГУ, 2005. – С. 192–197.

67. Мурыгина, Л.С. Развитие учения о предпринимательстве / Вестник Челябинского государственного университета, 2005. – Т. 8 – № 1 – С. 19-24.

68. Мурыгина, Л.С. Региональная экономика [Текст]: учебное пособие / Л.С. Мурыгина. - Челябинск: Изд-во ЗАО «Библиотека А. Миллера», 2020. – 124 с.

69. Мурыгина, Л.С. Теория малого предпринимательства в условиях рыночной экономики [Текст]: монография / Л.С. Мурыгина. – Челябинск: Изд-во ЗАО «Библиотека А. Миллера», 2018. – 212 с.

70. Мурыгина, Л.С. История российского предпринимательства: учебное пособие [Электронный ресурс] / Л.С. Мурыгина, А.В. Федосеев. – Челябинск: Изд-во ЗАО «Библиотека А. Миллера», 2022. – 283 с.

71. Мурыгина, Л.С. Формирование конкурентной среды в транзитивной экономике на основе развития малых форм хозяйственной деятельности (теоретико-методологический аспект) / диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук [Текст] / Челябинск, 2006.

72. Мурыгина, Л.С. Формирование конкурентной среды в транзитивной экономике на основе развития малых форм хозяйственной деятельности (теоретико-методологический аспект)/автореферат дис. ... кандидата экономических наук [Текст] / Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет). Челябинск, 2006.

73. Мурыгина, Л.С. Потенциал малых инновационных предприятий в российской экономике [Текст] / Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. – 2007. – № 5 (77). – С. 76-80.

74. Мурыгина, Л.С. Технопарк как форма интеграции науки и предпринимательства / Л.С. Мурыгина, А.В. Федосеев // Экономика и предпринимательство. – 2019. – № 9 (110). – С. 642-646.

75. Мурыгина, Л.С. Экономика и социология труда: учебно-методическое пособие / Л.С. Мурыгина, А.В. Федосеев. – Челябинск: Изд-во ЗАО «Библиотека А. Миллера», 2022. – 162 с.

76. Мурыгина, Л.С., Ветлугина Т.В. Зарубежные инвесторы и их вклад в российский бизнес // Результаты современных научных исследований и разработок: сборник статей победителей II

Международной научно-практической конференции, 2017г. – Пенза: МЦНС «Наука и просвещение», 2017. – С.72-74.

77. Мурыгина, Л.С., Галиулина, Д.Ш. Актуальные проблемы развития малого и среднего бизнеса в России [Текст] // EUROPEAN RESEARCH: сборник статей победителей IX Международной научно-практической конференции, 2017г. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2017. – С.115-117.

78. Мурыгина, Л.С., Панасюк, Д.А. Тенденции развития малого и среднего бизнеса в Германии // Современные социально-экономические процессы: проблемы, закономерности, перспективы: сборник статей III Международной научно-практической конференции. – Ч.1. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение», 2017. – С.150-153.

79. Мурыгина, Л.С., Самарина, А.Л. Малый и средний бизнес в Челябинской области, его поддержка со стороны государства [Текст] // Вестник современных исследований. 2017. – №1(4). – Ч.2. – С. 111-118.

80. Мурыгина, Л.С., Федосеев А.В. Менеджмент [Текст]: учебное пособие / Л.С. Мурыгина, А.В. Федосеев. – Челябинск: Изд-во ЗАО «Библиотека А. Миллера», 2019. – 117 с.

81. Мурыгина, Л.С., Федосеев, А.В. Экономика труда: учебное пособие / Л.С. Мурыгина, А.В. Федосеев. – Челябинск: Изд-во ЗАО «Библиотека А. Миллера», 2020. – 121 с.

82. Мурыгина, Л.С., Федосеев, А.В. Экономика, организация и нормирование труда: учебное пособие / Л.С. Мурыгина, А.В. Федосеев. – Челябинск: Изд-во ЗАО «Библиотека А. Миллера», 2021. – 145 с.

83. Москаленко, К. Десять заповедей предпринимателя [Текст] // Аргументы и факты. - 1992. - 3 сент.

84. Мягков, П. Возрождение предпринимательства в России [Текст] // Экономист. 2001. - №1 - С.56-61

85. Найт, Ф. Понятие риска и неопределенности [Текст] // Тезис, 1994. - Вып. 5.

86. Наука в Челябинской области в 2014 г.: Стат. Бюллетень [Текст] // Челябинский областной комитет рос. статистики. – Челябинск, 2014 г.

87. Ожегов, С.И. Словарь русского языка [Текст] / С.И. Ожегов. – М.: Русский язык, 1986. –750 с.

88. Омельченко, Е.К. К проблеме взаимодействия малого и крупнокорпоративного предпринимательства в современном



общественном производстве [Текст] // Российский экономический журнал. – 2011. – №8. – С.84-87.

89. Орлов, А. Малое предпринимательство: старые и новые проблемы [Текст] // Вопросы экономики. – 2007. – №4. – С.130-139.

90. Орлов, А. Перспективы развития малого предпринимательства в России [Текст] // Вопросы экономики. – 2002. – №7. – С.119-126.

91. Основные направления реализации Концепции социально-экономического развития Челябинской области до 2035 года [Текст] /Министерство экономического развития Челябинской области. – Челябинск, 2020 г.

92. Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности малых предприятий по отраслям экономики: Стат. Бюллетень [Текст] / Челябин. обл. комитет рос. статистики. – Челябинск, 2014 г.

93. Отчет «Мониторинг развития предприятий малого бизнеса Челябинской области». По заказу Комитета экономики Челябинской области. - Челябинск: Агентство развития бизнеса. – 2012. – 34 с.

94. Платонов, О.А. «Русский путь» в экономике. - Сборн. статей [Текст] / О.А.Платонов – М.: Родник. – 1992.
95. Платонов, О.А. Экономика русской цивилизации [Текст] // Наш современник. – 1994. – №4. – С.135-150.
96. Портал информационной поддержки инноваций и бизнеса [Электронный ресурс] // <http://www.innovbusiness.ru/content/doc-506.html>
97. Посталюк, М.П. Школа предпринимательства [Текст] // Татарстан. - 2004. - №1/2. – С.13-16.
98. Предпринимательство: Учебник [Текст] / Под ред. М.Г. Лапусты. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 534 с.
99. Путь в XXI век: стратегические проблемы и перспективы российской экономики [Текст] / Под рук. Д.С. Львова. – М.: Экономика, 2015. – 793 с.
100. Радаев, В.В. Экономическая функция и психологический аспект предпринимательства [Текст] // Российский экономический журнал. – 1995. – №10. – С.89-96.
101. Развитие инновационной деятельности в Челябинской области [Текст] / Министерство экономического развития Челябинской области. – 2021. – 26с.

102. Райзберг, Б.А. Основы бизнеса. [Текст] / Б.А. Райзберг. – М.: Ось-89, 2016. – 195 с.
103. Райзберг, Б.А. Современный экономический словарь. 2-е изд., исправ. [Текст] / Б.А. Райзберг. – М.: Инфра-М, 2014. – 479 с.
104. Российский статистический ежегодник: Стат. сб. [Текст] / Росстат. – М., 2020. – 390 с.
105. Россия в цифрах: Крат. стат. сб./Росстат. [Текст] – М., 2020. – 230 с.
106. Россия в цифрах: Крат. стат. сб./Росстат. [Текст] – М., 2021. – 232 с.
107. Рыночное предпринимательство: теоретические основы и практика регулирования [Текст]. - М.: Институт международного права и экономики, 1994. – 295 с.
108. Рябина Е.В. Психология конкурентной борьбы / Е.В. Рябина, Е.В. Евплова, В.Р. Якупов, А.В. Федосеев, Л.С. Мурыгина // Азимут научных исследований: педагогика и психология. – 2021. – Т. 10. – № 3 (36). – С. 367-370.
109. Рябчук П.Г. Оценка и управление конкурентоспособностью промышленного предприятия с использованием механизма аутсорсинга / П.Г. Рябчук, А.В.

Федосеев, Л.С. Мурыгина, А.И. Тюнин // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2021. – № 9 (часть 2) – С. 180-185.

110. Рябчук, П.Г. Аутсорсинг как инструмент повышения конкурентоспособности промышленного предприятия / П.Г. Рябчук, А.В. Федосеев, Л.С. Мурыгина, А.И. Тюнин, И.И. Плужникова, Ю.В. Лысенко // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2021. – № 10 (часть 2) – С. 167-172.

111. Сабо, А. Особенности развития предпринимательства и малых и средних предприятий [Текст] // База данных координационной группы пооперационной деятельности ЕЭК, - 1999.

112. Савченко, В.Е. Феномен предпринимательства [Текст] // Российский экономический журнал. – 1995. – №9. – С.45-50.

113. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов [Текст] // Антология экономической классики: в 2 т. – М.: МП «Эконов», 1993. – т.1. – 648 с.

114. Соболевская, А. Духовные истоки российского предпринимательства // Вопросы экономики. – 1993. – №8. – С.88-96.

115. Социально-экономическое положение Челябинской области: Стат. сб. [Текст] / Челяб. обл. комитет рос. статистики. – Челябинск, 2021.

116. Справочник директора предприятия [Текст] / Под ред. М.Г. Лапусты. Изд. 3-е. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 784 с.

117. Статистическое обозрение: ежекв. жур./ Росстат. [Текст]. – М. – 2021. – №1 (52).

118. Сэй, Ж.Б. Трактат политической экономии [Текст] / Ж.Б. Сэй. — М.: «Солдатенков», 1896. – 432 с.

119. Тихомирова, А. Инвестиционный климат в России: региональные рейтинги и риски [Текст] / А. Тихомирова. – М.: ФФПМП, 2017.

120. Толковый словарь живого великорусского языка В.И. Даля: В 4т. [Текст]. – М.: Астрем, 2002. – Т.3. – 912 с.

121. Федеральная налоговая служба. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://rmsp.nalog.ru/index.html>

122. Федосеев, А.В. Налоги и налогообложение: учебное пособие / А.В. Федосеев, Л.С. Мурыгина. – Челябинск: Изд-во ЗАО «Библиотека А. Миллера», 2021. – 162 с.

123. Федосеев, А.В. Становление института государственно-частного партнерства как фактор привлечения инвестиций в отечественную экономику / А.В. Федосеев, Л.С. Мурыгина, Я.М. Борисенко // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 1 (90). – С. 1279-1282.

124. Федосеев, А.В. Проблемы кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации / А.В. Федосеев, К.С. Мухтяев, М.В. Уфимцева // Инновационное развитие современной науки: проблемы, закономерности, перспективы сборник статей V Международной научно-практической конференции: в 3 частях. 2017. – С. 261-265.

125. Федосеев, А.В. Проектирование комплексной системы защиты информации / В сборнике: Наука ЮУрГУ. Материалы 63-й научной конференции. Секция экономики, управления и права. – Челябинск, Изд. ЮУрГУ. – 2011 – С. 197-200.

126. Федосеев, А.В. Реализация проектов государственно-частных партнерств в современных условиях в России / Проблемы экономики, управления и права современной России : сб. науч. тр. по мат-лам I региональной науч.-практ. конференции – Челябинск. – 2016. – С. 162-167.

127. Федосеев, А.В. Экономика и организация производства: учебное пособие [Текст] / А.В. Федосеев. – Челябинск : Изд-во ЗАО «Библиотека А. Миллера», 2020. – 100 с.

128. Федосеев, А.В. Эффективность интеграции промышленных предприятий [Текст]: монография / А.В. Федосеев. – Челябинск: Изд-во ЮУрГГПУ, 2021. – 160 с.

129. Форд, Г. Моя жизнь, мои достижения. Сегодня и завтра: Пер. с англ. [Текст]. - Мн.: Харвест, 2003. – 448 с.

130. Хайек, Ф. Конкуренция как процедура открытия [Текст] // Мировая экономика и международные отношения. – 1989. – №12. – С.47-56.

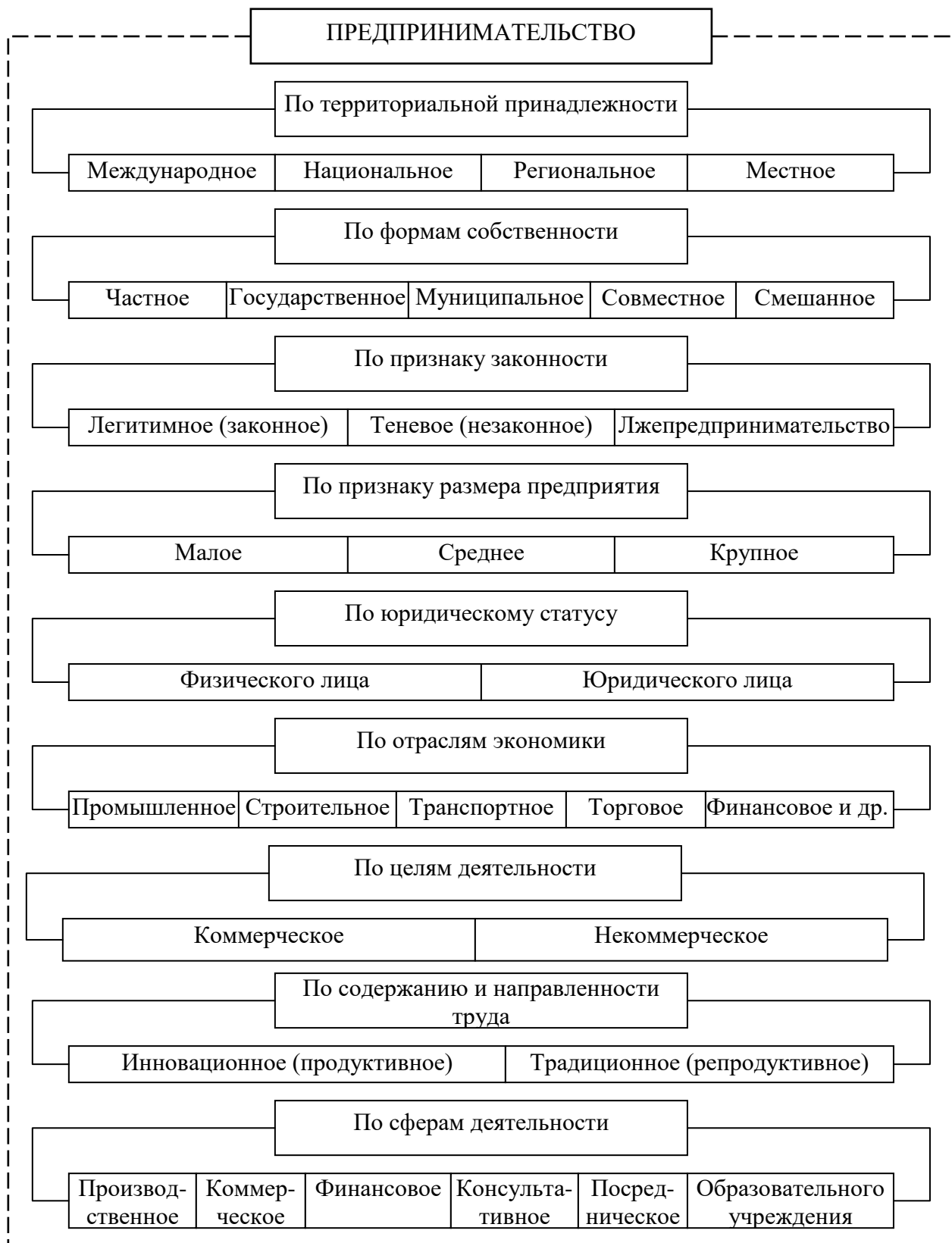
131. Хайек, Ф. Пагубная самонадеянность: Пер. с англ. [Текст] / Ф. Хайек. – М.: Новости при участии изд. Cattalaxy, 1991. – 302 с.

132. Хоскинг, А. Курс предпринимательства. Практическое пособие: Пер. с англ. [Текст] / А. Хоскинг. - М.: Международные отношения, 1993. – 560 с.

133. Челябинская область в цифрах: Стат. сб. [Текст] / Челяб. обл. комитет рос. статистики. – Челябинск, 2021. – 152 с.

134. Черняк, В.З. Введение в предпринимательство: Учебник. [Текст] / В.З. Черняк. – М.: НМО Творческая педагогика, 2014. – 540 с.
135. Шумпетер, Й. Теория экономического развития [Текст] / Й. Шумпетер. - М.: Прогресс, 1982. – 455 с.
136. Юзбашьянц, Г. Инновационная модель бизнеса, 2010 г. [Электронный ресурс] // <http://www.chelt.ru>
137. Юшкова, О.О. Налогообложение субъектов малого предпринимательства// Аудит и финансовый анализ (электронный журнал). - 2015/1. [Электронный ресурс] - <http://www.optim.ru/>
138. Blackwell W.L. The Beginnings of Russian Industrialization, 1800-1860. - Princeton, New Jersey: 1968. – P.213-229.
139. Brockhaus R.H. The Psychology of the Entrepreneur. –New Jersey: Prentice-Hall. Englewood Cliffs, 1982. – P.43-49.
140. M. John Storey. Inside America’s Fastest Growing companies. – N.Y., John Wiley and Sons, 1989. - 95 p.
141. Small Firms. Report of the Comm. Of Inquiry on Small Firms J. 1972. –350 p.
142. The Business Failure Record New York: Dun & Bradstreet Corporation, Economic Analysis Department, 1981, – p.12.





## Виды и подвиды предпринимательства

Виды предпринимательства	Подвиды
1. Производственное	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Производство товаров</li> <li>- Оказание услуг</li> <li>- Выполнение работ</li> <li>- Производственное потребление товаров (работ, услуг)</li> <li>- Научно-техническое</li> <li>- Инновационное</li> <li>- Информационное</li> </ul>
2. Коммерческое (коммерческо-торговое)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Торговое</li> <li>- Торгово-закупочное</li> <li>- Торгово-посредническое</li> <li>- Товарные биржи</li> </ul>
3. Финансовое (финансово-кредитное)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Банковское</li> <li>- Страхование</li> <li>- Аудиторское</li> <li>- Лизинговое</li> <li>- Фондовые биржи</li> </ul>
4. Посредническое	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Оптовые снабженческо-сбытовые организации (оптовые фирмы, дистрибьюторы, дилеры)</li> <li>- Агентирование (агенты, брокеры, коммиссионеры, консигнаторы)</li> <li>- Торговое представительство (торговые представители)</li> <li>- Коммивояжерство (коммивояжеры)</li> <li>- Аукционы (аукционисты)</li> <li>- Биржи (брокеры)</li> <li>- Услуги риэлторов (маклеры)</li> </ul>
5. Консультативное (консалтинг)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Общее управление</li> <li>- Администрирование</li> <li>- Финансовое управление</li> <li>- Управление кадрами</li> <li>- Маркетинг</li> <li>- Информационная технология</li> <li>- Специализированные услуги</li> </ul>
6. Предпринимательство (предпринимательская деятельность) образовательного	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Индивидуальная трудовая педагогическая деятельность</li> <li>- Сдача в аренду основных фондов и имущества учреждения</li> </ul>

учреждения и др.	<ul style="list-style-type: none"><li>- Внереализационные операции</li><li>- Реализация производимой продукции, работ и услуг</li><li>- Консалтинговые услуги и другие</li></ul>
------------------	--

Стандарты размера малого и среднего бизнеса, установленные отделом SBA по стандартизации (Office of Size Standards)

Сектор экономики	Выручка от продаж, млн. долл.	Количество занятых, чел.
1. Сельское хозяйство, лесоводство, рыболовство		
Растениеводство	0,75	
Животноводство	0,75	
Лесное хозяйство	6,0	
Рыболовство	3,5	
2. Добывающая промышленность		500
3. Строительство		
Строительство зданий	28,5	
Специализированное торговое строительство	12,0	
4. Производство		
Пищевая промышленность		500
Производство табачных изделий и напитков		500
Легкая промышленность		500-1000
Деревообрабатывающая		500
Бумажная		500-750
Химическая		500-1000
Пластмассы и производство резиновых изделий		500
Производство неметаллических изделий		500-1000
Первичная металлообработка		500-1000
Машиностроение		500-1000
Производство компьютеров и электроники		500-1000
Приборостроение		500-1000
5. Оптовая торговля		100
6. Розничная торговля		
Автомобили	6,0-24,5	
Мебель и предметы обстановки	6,0	
Бытовая техника	7,5	
Строительные материалы	6,0	
Продовольственные товары		
супермаркеты	23,0	
прочие	6,0	
7. Транспорт		
Воздушный		1500
Железнодорожный		500-1500
Водный		500
Автомобильный		
грузовой	21,5	
пассажирский	6,0	
8. Информация		

Печать		500
Вещание	6,0-12,5	
Интернет		500
Телекоммуникация	12,5	1500
9. Финансы и страхование		
10. Операции с недвижимостью	6,0-21,0	
11. Профессиональные, научные и технические услуги, образование, здравоохранение, искусство	6,0	

Источник: Североамериканская система классификации промышленности (NAICS), 2020г.



Результаты проведенного социологического опроса по проблемам и перспективам развития малого предпринимательства (в Челябинской области)

№	Содержание вопроса	Варианты ответов и количество ответивших в % от общего числа участников опроса							
		Длительный процесс регистрации	Отсутствие консультационной и информационной поддержки	Отсутствие информации о рынке	Отсутствие начального капитала	Отсутствие производственных площадей	Сложности в получении кредита	Административные барьеры	Другие
1.	С какими проблемами Вам пришлось столкнуться при организации своего дела?	3,2	21,3	9,1	10	18	8	3,4	27
2.	Как, по Вашему мнению, изменилось финансовое состояние Вашего предприятия за последний год?	Значительно улучшилось	Улучшилось	Осталось без изменений	Ухудшилось	Значительно ухудшилось	-	-	-
		4,6	30,6	40,2	20	4,6	-	-	-
3.	Что, на Ваш взгляд, может создать серьезные проблемы для Вашего предприятия на ближайшие годы?	Нет проблем	Износ основных фондов	Рост цен на топливо, электроэнергию, транспорт, сырье и др.	Высокая конкуренция	Неплатежеспособность заказчика	Нестабильная налоговая политика	Увеличение арендной платы	Другие причины
		3,1	15,8	56,6	37,5	25,8	49,6	32,1	0,8
4.	Как Вы считаете, необходима ли государственная поддержка субъектов малого предпринимательства?	На начальном этапе	На этапе зрелости	На всех этапах	Не является необходимой	-	-	-	-
		28,4	2	68,9	0,7	-	-	-	-

5.	Обращались ли Вы в некоммерческие фонды по поддержке малого бизнеса и была ли оказана Вам помощь?	Не обращались за помощью	Обращались и получили помощь в полном объеме	Обращались, но получили помощь не в полном объеме	Отказано в поддержке	-	-	-	-
		90	2,2	2,7	5,1	-	-	-	-
6.	Какие, на Ваш взгляд, виды государственной поддержки являются приоритетными?	Обеспечение информацией	Проведение курсов, семинаров	Содействие выходу на внешний рынок	Обеспечение государственными и муниципальными заказами	Бюджетное кредитование	Снижение налогов	Льготная аренда площадей	Лизинг оборудования
		7,9	13	6,8	15,8	9	29,5	16	2
7.	Какими источниками получения займов Вы пользуетесь?	Государственный и муниципальный фонд поддержки малого предпринимательства	Банки	Кредитные союзы и кооперативы	Международные программы кредитования	Ломбарды	Партнеры по бизнесу	Родственники, знакомые, друзья	Не брали кредитов
		1,8	21,5	0,1	0,1	0,1	9,6	8,4	58,4



## Причины деловых неудач малых фирм в зарубежной практике

Доля деловых неудач (в %)	Причина неудач	Объяснение
44	Некомпетентность	Неспособность вести дело (физически, морально или интеллектуально)
17	Отсутствие управленческого опыта	Малый опыт (или его отсутствие) в управлении работниками и другими ресурсами до начала своего дела
16	Несбалансированный опыт	Недостаток опыта в маркетинге, финансах, снабжении и производстве
15	Отсутствие опыта в отрасли	Малый опыт (или его отсутствие) в производстве данной продукции или услуги до начала своего дела
1	Небрежность	Слишком малое внимание к делу в связи с дурными привычками, плохим здоровьем или семейными трудностями
1	Мошенничество или бедствие	Мошенничество: вводящее в заблуждение наименование, фальшивые финансовые отчеты, преднамеренные чрезмерные закупки или неравномерное распоряжение активами. Бедствие: пожар, наводнение, ограбление со взломом, мошенничество сотрудников или забастовка (последствия некоторых бедствий можно смягчить путем страхования)
6	Неизвестны	
<b>100</b>		

Система показателей оценки экономической эффективности хозяйственной  
деятельности малых предприятий

№ гр., пп.	Название показателя	Порядок расчета, характеристика
<b>1 гр.</b>	<b>Показатели эффективности использования труда (в т.ч. в динамике)</b>	
1.1.	Трудоемкость	$T_e = \frac{T}{Q}$ или $\frac{Ч_{ср}}{Q}$ , где Т – время, затраченное на производство продукции; Q – количество произведенной продукции; Ч <sub>ср</sub> – среднесписочная численность работников
1.2.	Выработка продукции (производительность труда)	Обратный показатель T <sub>e</sub>
<b>2 гр.</b>	<b>Показатели эффективности использования ОПФ (в т.ч. в динамике)</b>	
2.1.	Фондоемкость	$\Phi_e = \frac{\Phi_{осн}}{B}$ , где Φ <sub>осн</sub> – среднегодовая стоимость ОПФ; B – годовой объем реализованной продукции
2.2.	Фондоотдача	Обратный показатель Φ <sub>e</sub>
<b>3 гр.</b>	<b>Показатели эффективности использования оборотных средств (в т.ч. в динамике)</b>	
3.1.	Капиталоемкость продукции	$K_e = \frac{K}{\Delta ВП}$ , где К – капитальные вложения; ΔВП – прирост выпуска продукции
3.2.	Капиталоотдача	Обратный показатель K <sub>e</sub>
3.3.	Материалоемкость продукции	$M_e = \frac{M}{ВП}$ , где М – сумма материальных затрат; ВП – объем выпуска продукции
3.4.	Материалоотдача	Обратный показатель M <sub>e</sub>
<b>4 гр.</b>	<b>Показатели эффективности использования НИОКР (в т.ч. в динамике)</b>	
4.1.	Наукоемкость продукции	$H_e = \frac{H}{ИП} * 100\%$ , где Н – затраты на НИОКР; ИП – объем реализованной (выпущенной) инновационной продукции
4.2.	Доля научных сотрудников (занятых в НИОКР)	$d_{нс} = \frac{Ч_{НИОКР}}{Ч_{ср}} * 100\%$ , где Ч <sub>НИОКР</sub> – численность занятых в НИОКР; Ч <sub>ср</sub> – среднесписочная

	в общей численности занятых на МП	численность работников
4.3.	Доля затрат на НИОКР в общем объеме затрат	$d_{\text{НИОКР}} = \frac{H}{Z} * 100\%$ , где H – затраты на НИОКР; Z – общие затраты на производство и реализацию продукции
4.4.	Доля инновационной продукции в общем объеме выпущенной продукции	$d_{\text{ин}} = \frac{Q_{\text{ин}}}{Q} * 100\%$ , где $Q_{\text{ин}}$ – объем выпуска инновационной продукции; Q – общий объем выпуска продукции
4.5.	Количество МП в отрасли «Наука и научное обслуживание»	Число действующих МП в данной отрасли на конец отчетного периода (по данным территориального управления Госкомстата)
<b>5</b> <b>гр.</b>	<b>Показатели хозяйственной деятельности (в т.ч. в динамике)</b>	
5.1.	Выпуск (производство) продукции (работ, услуг)	Стоимость готовых изделий и продуктов (работ, услуг), выработанных за отчетный период
5.2.	Объем инвестиций в основной капитал	Совокупность затрат, направляемых на новое строительство, расширение, реконструкцию и модернизацию (приобретение ОПФ)
5.3.	Прибыль	Разница между выручкой от реализации продукции и затратами на производство и реализацию продукции
5.4.	Среднесписочная численность работников	Рассчитывается на основании списочной численности работников, работающих по трудовому договору и выполняющих постоянную, временную или сезонную работу
5.5.	Среднемесячная заработная плата работников	Рассчитывается на основании месячной заработной платы работников
5.6.	Число МП	Число действующих на конец отчетного периода юридических лиц – субъектов малого предпринимательства (по данным территориального управления Госкомстата)
Показатели удельного веса МП в общем объеме экономики области рассчитываются по данной группе показателей		
<b>6</b>	<b>Показатели рентабельности</b>	

Гр.		
6.1.	Рентабельность продукции	$P_n = \frac{\Pi_p}{C_p} * 100\%$ , где $\Pi_p$ – балансовая прибыль от реализации продукции; $C_p$ – себестоимость реализованной продукции
6.2.	Рентабельность вложений (активов)	$P_A = \frac{\Pi}{A} * 100\%$ , где $\Pi$ – общая балансовая прибыль; $A$ – среднегодовая стоимость активов
6.3.	Рентабельность общая	$P_o = \frac{\Pi}{\bar{K} + \bar{O}_n} * 100\%$ , где $\Pi$ – общая балансовая прибыль; $\bar{K}$ – полная среднегодовая стоимость ОПФ; $\bar{O}_n$ – среднегодовая стоимость нормируемых оборотных средств
6.4.	Рентабельность инновационной продукции	$P_{ин} = \frac{\Pi_{ин}}{C_{ин}} * 100\%$ , где $\Pi_{ин}$ – прибыль, полученная от реализации инновационной продукции; $C_{ин}$ – полные издержки производства инновационной продукции (себестоимость)

## **Сведения об авторах:**

**Мурыгина Лариса Сергеевна** – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики, управления и права ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ», автор более 100 научных и учебно-методических работ, занимается исследованиями в сфере труда и бизнеса, ряд статей изданы за рубежом. Защитила кандидатскую диссертацию по специальности 08.00.01. – «Экономическая теория» на тему «Формирование конкурентной среды в транзитивной экономике на основе развития малых форм хозяйственной деятельности (теоретико-методологический аспект)». Присвоено ученое звание доцента ВАК по специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством».

*Адрес электронной почты: larissa\_russia@mail.ru*

**Федосеев Андрей Васильевич** – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики, управления и права ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ», автор более 80 научных и учебно-методических работ, занимается исследованиями в сфере менеджмента и бизнеса, ряд статей изданы за рубежом. Защитил кандидатскую диссертацию по специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством» на тему «Исследование и оценка эффективности интеграции промышленных предприятий». Присвоено ученое звание доцента ВАК по специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством».

*Адрес электронной почты: andreymdesign@mail.ru*

*Научное издание*

**Мурыгина Лариса Сергеевна  
Федосеев Андрей Васильевич**

**Особенности регионального развития малого  
предпринимательства**

**Монография**

ISBN 978-5-93162-564-5

Работа рекомендована УМС ППИ ЮУрГГПУ

Издательство ЗАО «Библиотека А. Миллера»

454091, г. Челябинск, Свободы, 159

Подписано в печать 29.12.2023

Формат 60x84 1/16

15,05 п.л.

Тираж 100 экз. Бумага типографская

Заказ № 232

Отпечатано с готового оригинал-макета

в типографии ЮУрГГПУ

454080, г. Челябинск, пр.Ленина, 69