

**К.В. Павлов,**  
*доктор экономических наук, профессор,*  
*г. Белгород*  
**И.Г. Андреева,**  
*кандидат экономических наук,*  
*г. Челябинск*

## ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИИ С УЧЕТОМ ПОЗИТИВНОГО ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА

В мировой практике предприятия малого бизнеса — это малые предприятия различной организационно-правовой формы; фермерские хозяйства; индивидуальное предпринимательство; малый семейный бизнес; формы неформальной занятости (репетиторство, выращивание плодово-ягодных культур, скота и прочие кустарные промыслы). Каждую из этих форм характеризует относительно небольшой объем используемых ресурсов — труд и капитал.

За прошедшие 15 лет в специализированной литературе и в деловой среде прочно вошли в обиход такие понятия, как «малый и средний бизнес», «малые и средние предприятия (МСП)», «предприятия малого и среднего бизнеса», «предпринимательство и малый бизнес».

Следует сразу заметить, что широко используемая в России аббревиатура МСП — малые и средние предприятия — в подавляющем большинстве случаев означает в нашей стране совсем не то, что за рубежом. Эта суженная трактовка приводит к занижению показателей развития этого сектора в 4—5 раз. В мире в категорию МСП обычно относят любые предприятия с числом занятых до 250 (либо до 500 человек в некоторых странах). Поскольку понятия среднего предприятия в России нет, то сокращение МСП употребляется просто «автоматически» по аналогии с тем, как это делается во всем мире, где, действительно, выделяется группа малых и средних предприятий. Данные о средних предприятиях в показателях российского сектора МСП не отражаются (за единичными исключениями), а группируются с крупными предприятиями.

Ряд исследователей по вопросам малого предпринимательства [13] сделали несколько кратких замечаний относительно самой терминологии и ее адекватности. Прежде всего, вопросы терминологии не являются просто абстрактной научной или чисто филологической проблемой. Учитывая то, что Россия идет по пути интеграции в мировое экономическое сообщество, следует своевременно обращать внимание на вопросы деловой терминологии. В особенности это важно при введении новых терминов, отража-

ющих новые явления для реформируемой экономики России.

Указанные авторы отмечают, что вышеперечисленные понятия и обороты, не столь широко употребляемые, как, например, «малые формы хозяйствования (МФХ)», не только не содержат в себе каких-либо смысловых противоречий с точки зрения чистоты русского языка, но и имеют совершенно определенные аналоги в деловом английском языке: «small business», «small businesses», «small and medium enterprises (SMEs)», «small business sector», «small business-owners», «entrepreneurship and small business». Вот так легко в профессиональной лексике специалистов, ученых и самих предпринимателей прочно укрепились и такие «неологизмы», как «малый предприниматель» или «малый сектор экономики». Прочно утвердившийся в официальных документах оборот «малое предпринимательство» также может быть подвергнут сомнению в отношении адекватности своего использования.

Таким образом, этимологически термин «малый бизнес» в России был привит англоязычной литературой, в которой применяется определение «small business», что переводится в России как малый бизнес (мелкий плюс средний). Вот в таком варианте он и используется до настоящего времени, от простого устного употребления до законодательных и нормативно-правовых актов в отношении этого сектора экономики.

Если рассматривать по странам, то в европейских странах и Японии принят термин «мелкие и средние предприятия». Во французской литературе существует общепринятая аббревиатура PME (Petites et moyennes entreprises), которая употребляется даже в ежедневной периодической печати. Но сейчас все больше и в западноевропейской литературе употребляется термин «small business» в английской транскрипции.

Что касается отечественной литературы, то в ней долгое время преобладал термин «немонополистический сектор» (так как под монополией понимались наиболее крупные фирмы, господствующие в производ-

Характеристика малых и средних предприятий в Японии [8]

Отрасли	Уставной капитал не более	Численность работающих, не более
Добывающая и обрабатывающая промышленность, транспорт, строительство	0,1 млрд иен (770 тыс. долл)	300 человек
Оптовая торговля	0,03 млрд иен (230 тыс. долл)	100 человек
Розничная торговля	0,01 млрд иен (77 тыс. долл)	50 человек

стве и на рынке). В настоящее время в российских нормативно-правовых и законодательных документах официально принято использовать словосочетание «малое предприятие» о предприятиях малого и среднего бизнеса.

Впервые термин «малые и средние предприятия» использовал британский министр М.Милан в докладе о промышленном и финансовом состоянии Великобритании в 1931 году. В США первое определение малого предприятия появилось в Законе об определенных видах обслуживания (1948 г.) и Законе о малом бизнесе (1953 г.) [2].

Малые предприятия в развитых странах занимают прочные позиции в таких отраслях, как торговля, строительство, автосервис, сфера услуг. При этом осуществляется активная диверсификационная политика малого бизнеса в новые области производства — машиностроение, энергетику, энерготехническую, химическую промышленность, приборостроение, транспортные перевозки и коммуникации, телекоммуникации, информационные технологии, а также другие наукоемкие, высокотехнологичные сферы производства.

Как правило, в мировом масштабе наиболее общими критериями, на основе которых предприятия относятся к малым, являются: численность персонала; размер уставного капитала; величина активов; объем оборота (прибыли, дохода).

По данным Мирового банка, общее число показателей, по которым предприятия относятся к субъектам малого предпринимательства (бизнеса), превышает 50. Однако наиболее часто применяемыми критериями являются те, что приведены выше.

Практически во всех странах существует своя классификация предприятий, которая делит экономическую деятельность на малый, средний и крупный сектор экономики. Но, как правило, малый и средний сектор экономики объединяют в одну группу при разработке законов и программ развития и поддержки.

В Европейском Союзе действуют следующие показатели численности работников: до 9 — микро-

предприятия; от 10 до 50 — малые предприятия; от 50 до 250 — средние. При этом страны, входящие в ЕС, могут использовать и свои показатели. Другие экономические организации устанавливают свои показатели — так, международная Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), в которую входят экономически высокоразвитые страны, определяет предприятия с числом занятых до 19 человек как «весьма малые», до 99 человек как «малые», от 100 до 499 как «средние» и свыше 500 человек как «крупные».

В Соединенных Штатах Америки федеральным законом о малом бизнесе установлено, что малая фирма — это фирма, имеющая одного или нескольких владельцев, с числом занятых не больше 500 человек. В зависимости от количества наемных работников предприятия делятся на: наименьшие — 1—24 человека; малые — 25—99 человек; промежуточные — 100—499 человек; крупные — 500—999 человек; крупнейшие — 1000 и более.

В Японии в зависимости от численности персонала выделяют семь групп предприятий: I группа — 1—4 человека, II группа — 5—9, III группа — 10—29, IV группа — 30—49, V — группа 50—99, VI группа — 100—299 и VII группа 300—499 [12].

По параметрам предприятия в Японии классифицируют следующим образом (табл. 1).

В Великобритании к мельчайшим относят фирмы с числом занятых от 1 до 25 человек, к мелким — от 25 до 99.

Для целей статистического учета Министерство торговли и промышленности Великобритании обычно использует следующие показатели [4]:

- микрофирма — численность персонала до 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.

**Определение малых и средних предприятий,  
предложенное Европейской комиссией [4]**

Критерий	Микро	Малое	Среднее
Максимальная численность работников	9	49	249
Максимальный годовой оборот	Незначителен	7 млн евро	40 млн евро
Максимальная сумма баланса	Незначительна	5 млн евро	27 млн евро
Независимость	Незначительна	Не более 25% капитала или голосующих акций принадлежат одной или более компаниям, не являющимися малыми или средними предприятиями	

Во Франции малыми считаются предприятия, на которых численность занятых не превышает 500 человек, причем в различных отраслях экономики 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 [6].

В Швеции система отнесения предприятий к малым схожа с французской, но учитываются следующие показатели: стадия роста, отраслевая принадлежность, географическая сфера деятельности, специфические характеристики владельцев и управляющих (женщины-предприниматели, иностранцы), типы проблем, характерных для предприятия.

В Германии определенное понятие о малом бизнесе 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 Польше к малым относят предприятия с численностью сотрудников менее 50 человек, к средним — с численностью персонала до 500 человек.

В Болгарии к предприятиям малого бизнеса относят предприятия с численностью сотрудников до 50 человек, среднего — до 200 человек.

В Венгрии — предприятия с числом работающих до 300 человек в промышленности, связи, коммунальном хозяйстве, до 60 человек — в оптовой торговле, до 50 человек — в розничной торговле и сфере услуг.

Европейская комиссия в 2001 году распростра-

нила документ, устанавливающий единое определение МСП (табл. 2). В него включается также не имеющая принудительного характера рекомендация странам-участницам, Европейскому инвестиционному банку и Европейскому инвестиционному фонду, призывающая их утвердить это определение и для целей своих программ.

Вышеуказанный документ разрешает, если это желательно, использовать более низкие пороговые значения показателей, определяющих статус малых и средних предприятий.

Следует отметить, что во многих странах опорную роль выполняет также и отраслевая структура предприятия.

Во многих европейских странах существуют также ремесленные предприятия, статус которых определен в законодательном порядке.

Так, во Франции ремесленником является тот, кто организует на свои средства предприятие, обладает профессиональной квалификацией, обеспечивает руководство предприятием и принимает личное участие в его работе. Численность занятых на таком предприятии не должна превышать 10 человек, включая владельца, помогающих ему членов семьи, наемных работников и учеников.

В отличие от промышленности ремесла в Германии — более старый сектор экономики. В сфере ремесел насчитывается 94 профессии, около 600 тыс. самостоятельных предприятий и свыше 6 млн работников. Правительство Германии оказывает поддержку ремесленным предприятиям с помощью информационного обеспечения, мер по повышению квалификации, консультаций по вопросам предпринимательской деятельности, представления льготных кредитов и субсидий на профессиональное образование и переобучение.

В интересах сохранения качественного уровня производства и эффективности ремёсел, согласно Положению о ремёслах, ремеслом разрешается заниматься лишь тому, кто сдал экзамен на звание мастера. Сдача экзамена на звание мастера и получение Большого свидетельства дает право на обучение учеников [1].

Самое существенное различие между ремесленным и мелким предприятием состоит в том, что ремесленник сам трудится, участвует в производстве как рабочий. Его доход достаточен лишь для того, чтобы осуществлять простое воспроизводство. Государство предоставляет ремесленным предприятиям более значительные льготы, чем другим фирмам, поэтому ремесленники, как правило, не хотят расширять свое дело и превращаться в мелких предпринимателей.

Наибольшее распространение ремесленные фирмы получили в строительстве. Причем в некоторых странах ремесленникам разрешено иметь большее число наемных рабочих. В сфере услуг статус ремесленного предприятия чаще всего имеют маленькие пекарни, кондитерские и мастерские по ремонту бытовой техники. В сфере производства ремесленники обычно работают по заказам мелких и средних предприятий. Наконец, традиционной областью приложения сил для них являются художественные народные промыслы.

В России, в свою очередь, Федеральным законом РФ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» № 88-ФЗ от 14 июня 1995 года дано определение малых предприятий. Малыми предприятиями признаются следующие коммерческие организации — юридические лица:

1) в уставном капитале которых доля государственной собственности Российской Федерации субъектов Российской Федерации, муниципальной собственности, общественных и религиозных организаций, благотворительных и иных фондов не превышает 25% (при этом суммирование долей по перечисленным выше формам собственности не производится). Доля, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого предпринимательства, также не должна превышать 25% (если учредителями является несколько юридических лиц, их доли суммируются);

2) средняя численность работников (включая совместителей и работающих по договорам подряда) не должна превышать следующих предельных показателей:

— в промышленности, строительстве, на транспорте — 100 человек;

— в сельском хозяйстве, научно-технической сфере — 60 человек;

— в розничной торговле и бытовом обслуживании населения — 30 человек;

— в оптовой торговле, в остальных отраслях и при осуществлении других видов деятельности — 50 человек.

Таким образом, малое предпринимательство — это весьма пестрая, неоднородная экономическая среда. По рассмотренным выше критериям к субъектам малого бизнеса в среднем относятся предприятия, где численность занятых за отчетный период не превышает 50 человек. Причем данный критерий варьируется по странам, а отсюда следует, что универсального определения малого бизнеса не существует. Для разных стран это понятие различно.

В свое время американские экономисты Т.Питерс и Р.Уотермен доказали, что независимо от того, о какой отрасли идет речь, сосредоточение под одной крышей более 50 человек порождает существенные и неожиданные проблемы, малые же размеры способствуют не только внедрению новшеств, но и росту производительности труда [5].

Для сравнительной оценки уровня развития МП в разных странах следует указать, что в мировой практике сложились разные подходы к определению малого предприятия (по численности занятых, объему производства товаров и услуг, размеру уставного капитала, отраслевой принадлежности и т.п.). Такие подходы к определению основных параметров малого предприятия зависят от сложившейся в стране практики, а также целей государственной политики в отношении МП.

Долгое время роль малого бизнеса в странах Запада недооценивалась. Считалось, что малое предприятие — это лишь начальная стадия развития крупного производства; она недолговечна и имеет переходящий характер. Примерно такая же установка и оценка малых производственных форм господствовала и в нашей стране в дореформенный период.

Понимание важности малого бизнеса возникло в мире к 1980-м годам, в первую очередь в США и Великобритании. В это время стало ясно, что крупные предприятия часто характеризуются большими затратами, представляют угрозу для окружающей среды и не слишком склонны к инновационному поведению, они создают сравнительно мало новых рабочих мест. Одновременно были опубликованы исследования и «белые книги», обратившие внимание общественности и правительственных органов на важную роль, которую играют малые предприятия не только в создании рабочих мест и доходов, но и в реструктуризации экономики. При этом в целом — очень приблизительно — можно сказать, что в начале 80-х годов наибольшее значение придавалось вкладу МСП в решение

социальных проблем, в конце 80-х — задаче создания равных возможностей для всех фирм на рынке, а в настоящее время — значению МСП с точки зрения экономического роста и конкурентоспособности [17].

Многие страны развитого капитализма давно ощутили эффективность малых предприятий в экономике и научились решать многие проблемы, связанные с фирмами, которые занимаются деятельностью в небольших масштабах. Экономика таких стран, как Германия, США и другие во многом основывается на малых предприятиях.

Большой плюс малых предприятий состоит в том, что многие из них оказались более приспособленными, чем крупные компании, к условиям развития в кризисные периоды для экономик Запада. Крупные фирмы не столь чувствительно и быстро реагируют на какие-либо колебания или изменения в экономике. Не случайно в политике правительств Германии, Франции, США и многих других развитых капиталистических стран помощь мелкому бизнесу занимает особое место. Мелкие предприятия стали своеобразным индикатором общего состояния дел в экономике. Небольшие предприятия наиболее чутко реагируют на изменение хозяйственной конъюнктуры, падение или повышение нормы прибыли в отраслях экономики. Волна разорений или образования новых компаний зарождается прежде всего в монополизированном секторе и лишь позднее, набрав силу, докатывается до более крупных фирм, отражаясь на их деятельности.

Сектор МП наиболее динамично осваивает новые виды продукции и экономические ниши, развивается в отраслях, не привлекательных для крупного бизнеса и т.п. Важнейшими особенностями МП являются способность к ускоренному освоению инвестиций и высокая оборачиваемость оборотных средств. Еще одной характерной чертой МП является активная инновационная деятельность, способствующая ускоренному развитию различных отраслей хозяйства во всех секторах экономики. Например, в США количество внедрённых новшеств на одного работающего в секторе МП в два раза превышает аналогичный показатель для крупных предприятий. Эти качества при массовом развитии сектора МП дают возможность совершить энергичный рывок в социально-экономическом развитии и позволяют накопить в короткий период средства для устойчивого развития других отраслей хозяйства страны, что великолепно подтверждается опытом Германии, Японии, Южной Кореи, Китая, Испании и других стран.

Признание важности этого сектора как одного из основных источников создания рабочих мест и обеспечения экономического роста, что особенно отчетливо проявилось в 1990-е годы, способствовало

дальнейшему развитию в этот период академических исследований в сфере малого бизнеса.

Сама же история бизнеса как научная дисциплина, можно сказать, имеет общие корни с экономической историей. Уже в конце XIX в. стали складываться предпосылки ее возникновения. В странах Западной Европы и в Америке все начиналось с публикаций автобиографий и биографий известных преуспевающих предпринимателей, так, одним из журналов был «Business History Review». Однако статус научной дисциплины история бизнеса приобрела далеко не сразу и только во второй половине XX в. — в результате насчитывает более 50 лет жизненного опыта.

В 1927 г. американский историк Н.-С.-В. Грас возглавил первую кафедру истории бизнеса в Гарвардском университете. Объединенные усилия журнала и нового структурного подразделения внесли не только важную лепту в определение предмета и в расширение рамок исследований, но и в процесс дальнейшей институализации «business history», результатом которого стало рождение Гарвардской школы. Журнал и кафедра явились своеобразным прологом к учреждению Центра по изучению истории предпринимательства (Center for Business History) при Гарвардском университете. Это знаменательное событие произошло в 1948 г.

Крупнейший австрийский экономист Й.-А. Шумпетер и его коллега историк А. Коул с 1932 г. стали основателями первого в мире специализированного научного центра по изучению истории предпринимательства. С 1950 г. появились исследования, посвященные изучению истории крупных фирм, отраслей производства, а также мелкого бизнеса, темы которых до сих пор остаются актуальными [16].

По мнению зарубежных ученых, границы предпринимательства довольно расплывчаты и частично накладываются на социальную и экономическую историю, социологию, экономику и менеджмент. Однако междисциплинарное понимание этой науки представляет собой базовый теоретический фундамент большинства исследований по предпринимательству. При этом основная точка опоры заключается в том, что субъект хозяйствования является социальным институтом, который формирует общество и одновременно формируется обществом.

Во второй половине XX века организационное оформление новой отрасли знания в США получило дальнейшее развитие. Так, в 1953 году была создана Администрация малого бизнеса США (SBA) в качестве независимого правительственного агентства. Цель ее была проста: оказание помощи, поддержка и защита интересов малого предпринимательства, оказание различного рода бесплатных консультаций, со-

хранение свободной конкуренции на всей территории страны. SBA развивает несколько десятков программ, каждая из которых имеет свою конкретную цель, сегмент действия, клиентов, условия участия [3].

Со временем начала действовать широкая сеть специальных учреждений в органах местной власти. Так, во всех штатах США работают 100 региональных центров АМБ (SBA) с численностью персонала до 40 человек в каждом. В системе Администрации работают 5 тыс. чел., в том числе 4,1 тыс. за пределами Вашингтона; на добровольной основе к работе привлечено около 13 тыс. пенсионеров, имеющих опыт управления. Основными функциями Администрации являются финансовая помощь малому бизнесу на возвратной основе, правовая защита, организация обучения с учетом специфики контингента (национальные меньшинства, пенсионеры, женщины, молодежь и т. д.).

С 1986 г. доходы малых предприятий стали облагаться налогами на льготных условиях. Так, месячные доходы до 16 тыс. долл. облагаются 10-процентным налогом, от 16 до 50 тыс. долл. — 15-процентным, 51—75 тыс. долл. — 25-процентным и сверх 75 тыс. долл. — 34-процентным. АМБ полномочна гарантировать коммерческим банкам до 90% кредита, выдаваемого ими малым предприятиям. Для поддержки малых и средних предприятий государство ежегодно выделяет около 4 млрд долл. [1].

Зарубежные специалисты особое внимание уделяют вопросам обеспечения работающих в малом бизнесе всей необходимой информацией, а также консультациями. Институт малого бизнеса подготовил объединенную программу, по которой в учебных заведениях США работают курсы основ управления малыми предприятиями.

Рассматривая особенности предпринимательства в США, можно согласиться с весьма распространенным мнением о том, что американское общество всегда придавало большое значение индивидуализму, личной инициативе, самообеспечению граждан, которые обычно не ждут от своего государства создания режима всеобщего равенства и благополучия. В большинстве своем граждане США воспринимают разницу в уровне жизни как данность, которая поддается изменениям. Поэтому у американцев существует сильная мотивация и моральная поддержка общества для проявления деловой инициативы, развития своего дела, для изменения условия жизни [7].

Американская схема организационного становления дисциплины «История бизнеса» с опозданием повторилась в главных своих деталях в ведущих промышленно развитых странах Западной Европы и Востока.

В мировой практике в начале XXI века общепринятым показателем уровня развития предпринимательства является число малых предприятий, приходящихся на 1000 жителей (табл. 3).

В работе [3] авторы отмечают, что цифры эти явно завышены (кроме России, где на 1000 жителей приходится 6 предприятий — самый низкий показатель) и не совпадают с данными национальной статистики. Если руководствоваться экономической литературой, то общепринято, что малый бизнес в наибольшей мере распространен в таких странах, как Япония, Италия, Франция, средне развит в США и относительно менее развит в Великобритании. Но если посмотреть на показатель количества мелких и средних предприятий в расчете на тысячу жителей, то на первом месте — США — более 74 предприятий, затем Италия — 68 и Япония — 50 предприятий.

В странах Евросоюза и Японии показатель уровня развития малого предпринимательства, приходящийся на 1000 жителей, достигает 45—50 предприятий. В России он гораздо скромнее. Для того чтобы приблизиться к стандартам Евросоюза, малых предприятий в России должно быть в 15—20 раз больше [11].

По основным показателям развития малых предприятий большинство российских регионов находится на крайне низком уровне, на 1 тыс. жителей приходится около 10 малых предприятий (в 3—5 раз ниже, чем в странах Западной Европы).

По итогам 2004 года Общероссийская общественная организация малого и среднего бизнеса делает следующие выводы: «Предприятий малого бизнеса нужно России в 3 раза больше по количеству и в 5 раз больше по качеству, чем сегодня» [15].

Также существуют различные подходы к классификации стран с переходной экономикой по уровню развития сектора МСП, определяемого его долей в производстве ВВП:

— страны успешных реформ — Восточной Европы и Балтии, где доля малого бизнеса в ВВП превысила 40%;

— страны менее эффективных реформ — страны СНГ, в том числе Россию, где доля малого бизнеса в ВВП и в общей занятости в национальной экономике не превышает 10—20% и не обнаруживает тенденцию роста [18].

В странах Организации экономического сотрудничества и развития (OECD — Organization for Economic Cooperation and Development), которая включает 30 стран, в том числе страны Западной Европы, США, Японию, Австралию и Южную Корею, доля малого бизнеса в ВВП составляет от 40 до 60%, что характеризует устойчивость экономики. Что касается России, то, к сожалению, в течение последних 5-и

Таблица 3

## Роль малого бизнеса в экономике отдельных стран в начале XXI века [9]

Страна	Число малых и средних предприятий		Число занятых, млн чел.	Доля малых и средних предприятий, %	
	Тыс. ед.	В расчете на 1 тыс. жителей		В общей численности занятых	В ВВП
Великобритания	2930	46	13,6	49	50–53
Германия	2290	37	18,5	46	50–54
Италия	3920	68	16,8	73	57–60
Франция	1980	35	15,2	54	55–62
Страны ЕС	15777	45	68,0	72	63–67
США	19300	74,2	70,2	54	50–52
Япония	6450	49,6	39,5	78	52–55
Россия	836,6	5,65	8,1	9,6	10–11

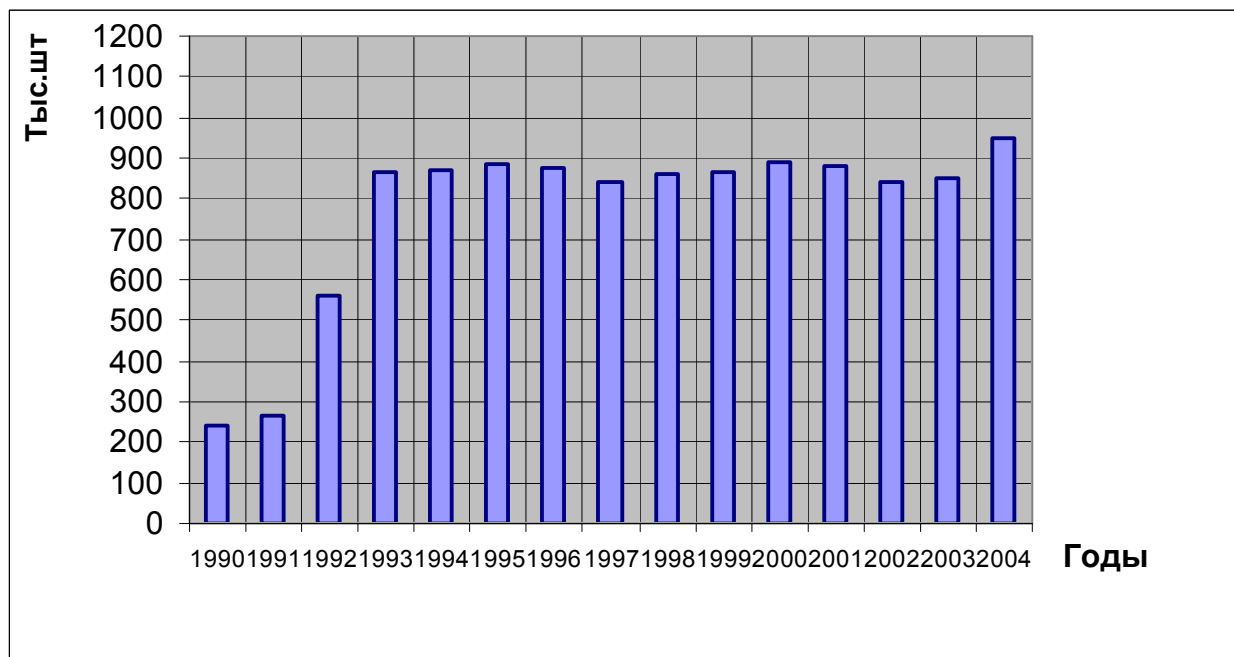


Рис. 1. Динамика вновь зарегистрированных малых предприятий в РФ за 1990–2004 гг.

лет вклад субъектов малого предпринимательства в валовой внутренний продукт государства остается стабильно низким — 10–12%, т. е. меньше, чем в развитых странах, в три-четыре раза. Таким образом, формируется стереотипное мнение о том, что малый бизнес в России не развит. На самом же деле, если сложить легальный и теневой малый бизнес, то можно получить те же 40–60% ВВП, что характерно для всех стран. Причиной различия официальной оценки и фактического состояния дел можно считать тот факт, что значительная часть малого бизнеса находится в теневом секторе, и нет законодательного регулирования вопросов предпринимательства.

Однако в целом можно констатировать следующее: в настоящее время сектор малого предпринимательства в России уже не характеризуется такими бурными темпами роста, какие наблюдались в начале 90-х годов. По данным налоговых инспекций динамику зарегистрированных малых предприятий за период 1990–2004 гг. можно проследить на рис. 1.

Вместе с тем следует заметить, что оценку реального уровня и масштабов развития малого предпринимательства в России в значительной степени осложняет специфика статистического учета его субъектов и, в первую очередь, проблема сопоставимости статистических данных первой и второй половины 90-х годов,

обусловленная изменением критериев отнесения к субъектам малого предпринимательства. Так, вплоть до 2000 г. Госкомстат РФ публиковал данные только о МП — юридических лицах. Прочие же субъекты малого бизнеса (индивидуальные предприниматели без образования юридического лица — ИПБОЮЛ) оказались не охваченными государственной статистикой. Хотя в соответствии с российским законодательством ИПБОЮЛ по своим правам и возможностям ничем не отличается от МП — юридического лица. Так, например, по состоянию на 2001 год в действительности в России насчитывалось более 5,5 млн легальных субъектов малого предпринимательства, а не 880 тысяч, как по данным Госкомстата РФ [10].

По оценкам Минэкономразвития России, в настоящее время ежегодный темп роста числа малых предприятий малого бизнеса составляет 5—10%, что эквивалентно появлению 50—70 тысяч новых предприятий ежегодно. Число занятых в сфере малого бизнеса также возрастает на 5—7% в год или на 400 тысяч человек. В начале 2007 года в России насчитывалось чуть более 1 млн малых предприятий и приблизительно 2,6 млн индивидуальных предпринимателей. Суммарный вклад малого бизнеса в ВВП составляет порядка 16%, и в будущем он должен возрасти до 20%. Но все же в целом темпы развития малого предпринимательства в России пока еще недостаточно высоки.

Недостаточно высокие темпы развития предпринимательства препятствуют также достижению главных социальных целей рыночных реформ, традиционно обеспечиваемых системой эффективно функционирующих малых и средних предприятий:

— развитие предпринимательских навыков и формирование среднего класса — основного гаранта социальной и политической стабильности общества;

— создание новых рабочих мест, в том числе для молодежи и незащищенных слоев общества, и обеспечение на этой основе снижения уровня безработицы;

— повышение инновационной активности экономики и ее конкурентоспособности.

Для улучшения ситуации в сфере малого бизнеса в дальнейшем необходимо откорректировать действующие критерии выделения субъектов малого предпринимательства, определить понятия микро- и среднего бизнеса, которых сегодня нет в российском законодательстве. Для различных групп малого и среднего предпринимательства: микробизнес, стартовый бизнес, инновационный малый и средний бизнес — будут предусмотрены специальные меры поддержки. При этом финансирование поддержки малого и среднего предпринимательства будет осуществляться по-новому [19].

Исходя из наблюдений за развитием и осуществлением деятельности малых предприятий (анализируя зарубежный и отечественный опыт), можно отметить следующие достоинства таких предприятий:

1) формализованы управленческие и производственные структуры, что способствует творческому потенциалу сотрудников;

2) упрощена структура принятия управленческих решений — это дает возможность быстро и гибко реагировать на конъюнктурные изменения и прочие рыночные условия по сравнению с крупными предприятиями (концернами, объединениями, холдингами и т.п.);

3) адаптация к особенностям местных условий: быстрое приспособление к изучению пожеланий, предпочтений, обычаев, привычек и других характеристик потребителей местного рынка;

4) более низкие затраты на: операционные расходы, фонд заработной платы, инвестиции в оборудование, управленческие расходы;

5) совмещение нескольких профессиональных направлений кадровым составом, например, главный бухгалтер, менеджер по персоналу, референт и др. чаще всего в одном лице;

6) материальный успех, заключающийся в получении предпринимательской прибыли, заработной платы выше, чем на государственном предприятии, а также возможности продажи бизнеса в случае необходимости.

Все вышеперечисленное дает право малым предприятиям развиваться наравне с крупными, а это требует пересмотра политики государственного устройства.

Множественные попытки определить категорию «малое предпринимательство» наталкивают на мысль, что чаще всего определение того или иного предмета зависит от интересов понимающего лица, целей определения и уровня развития окружения, в котором должно применяться это определение.

Формирование рыночных отношений, повышение качества среды бизнеса, появление нового подхода к развитию предпринимательства требуют новой трактовки не только «предпринимательской деятельности», «бизнеса», но и классификации бизнеса на «малый, средний и крупный». Что касается классификации, то исследование показало, что единого международного стандарта дифференциации не существует. Сложность определения зависит от конкретной ситуации, уровня развития и структуры экономики каждой страны, а также определяется различиями в культуре, политике и практике развития предпринимательства.

Всякое определение дается и воспринимается в зависимости от практических нужд и служит определенным целям. Но все-таки чаще всего при опре-



делении малого предприятия принимается во внимание его размер, устанавливаемый на основе показателей численности работников, активов или оборота капитала.

Определяя для себя термин «малое предпринимательство», можно выделить следующее: определения малых и средних предприятий различны по странам, но также могут быть различны и внутри страны.

Оценивая специфику РФ, можно отметить, что Россия в территориальном аспекте является «холодной» страной (по существующим оценкам, 65% территории страны относится к зоне Севера) с огромными запасами сырьевых ресурсов. Все это и формирует ее экономическое пространство, в том числе сырьевую и промышленную направленность российской экономики, что чаще всего связано с крупномасштабным ведением предпринимательской деятельности. Для страны таких масштабов, как Россия, малое предпринимательство позволяет:

1) стать связующим звеном в экономике, которое обеспечило бы бесперебойную работу крупных промышленных предприятий;

2) доминировать в сфере услуг, в том числе в областях технических услуг, включая ремонт и техническое обслуживание машин и оборудования; консультационные услуги; бытовое обслуживание населения;

3) выполнять торгово-закупочные операции, а также осуществлять посредническую деятельность.

При этом существуют принципиальные отличия от стран с уже сформировавшейся рыночной экономикой, в частности, приведем некоторые отличительные особенности российского малого предпринимательства:

— совмещение в рамках одного малого предприятия нескольких видов деятельности из-за невозможности в большинстве случаев ориентироваться на однопродуктовую модель развития;

— стремление к максимальной самостоятельности, в то время как значительная часть малых предприятий за рубежом работает на условиях субподряда;

— высокий уровень квалификации кадров малого предпринимательства в связи с оттоком таких специалистов из государственного сектора экономики;

— достаточная степень приспособляемости к сложной экономической обстановке;

— стремление успешно функционирующих малых предприятий выйти за рамки локальных товарных рынков, в том числе выйти и на международные рынки;

— общий низкий технический уровень и слабая технологическая оснащенность в сочетании с достаточным инновационным потенциалом;

— низкий управленческий уровень, недостаток знаний, опыта и культуры рыночных отношений;

— неразвитость системы самоорганизации и инфраструктуры поддержки малого предпринимательства;

— работа в условиях отсутствия полной и достоверной информации о состоянии и конъюнктуре рынка, неразвитость системы информационных и консультационных обучающих услуг.

Уже давно назрела необходимость доработки либо принятия нового закона о малом бизнесе, но если он будет носить, как и раньше, декларативный характер, то такой закон не приведет к существенному улучшению ситуации. И прежде чем править либо писать закон, необходимо дать текущую оценку развитию — отдельно — малого и среднего предпринимательства, так как, по нашему мнению, малое и среднее предпринимательство — довольно разные понятия, и объединять их в одну группу предприятий, а также отразить это в законе вряд ли правильно. Учитывая, что малое предприятие — это инициатива самозанятости населения, для него важны вопросы вхождения в рынок, преодоления административных барьеров, в число которых входят взятки, бесконечные проверки, проблемы получения кредита, аренды помещений и т.д. Что касается среднего звена экономики, то для него необходима глобальная модернизация, техническое перевооружение, важны вопросы консолидации, встраивания в какие-то благополучные структуры, а также для средних предприятий большее значение имеет привлекательность для иностранных стратегических инвесторов. Таким образом, малое и среднее предпринимательство — это разные сферы деятельности, и для них надо прописывать разные законы: от определения до поддержки со стороны государства. При этом не стоит забывать огромного положительного опыта, накопленного в зарубежных странах.

Что касается принадлежности предприятий к малым и средним, необходимо учитывать следующие положения (рис. 2):

1) в рамках совокупности малых предприятий предлагается выделить группу микропредприятий (предприятия семейного типа). В качестве критерия для микропредприятий предлагается использовать число работающих, фактическое значение — до 10 человек, а для малого предприятия фактическое значение численности до 100 человек;

2) на микропредприятиях управленческие и производственно-технологические функции замыкаются на одном человеке — собственнике, тогда как на малом предприятии, как правило, имеются работники небольшого труда;

3) собственная доля в уставном капитале малого предприятия должна быть не менее 80%, что во

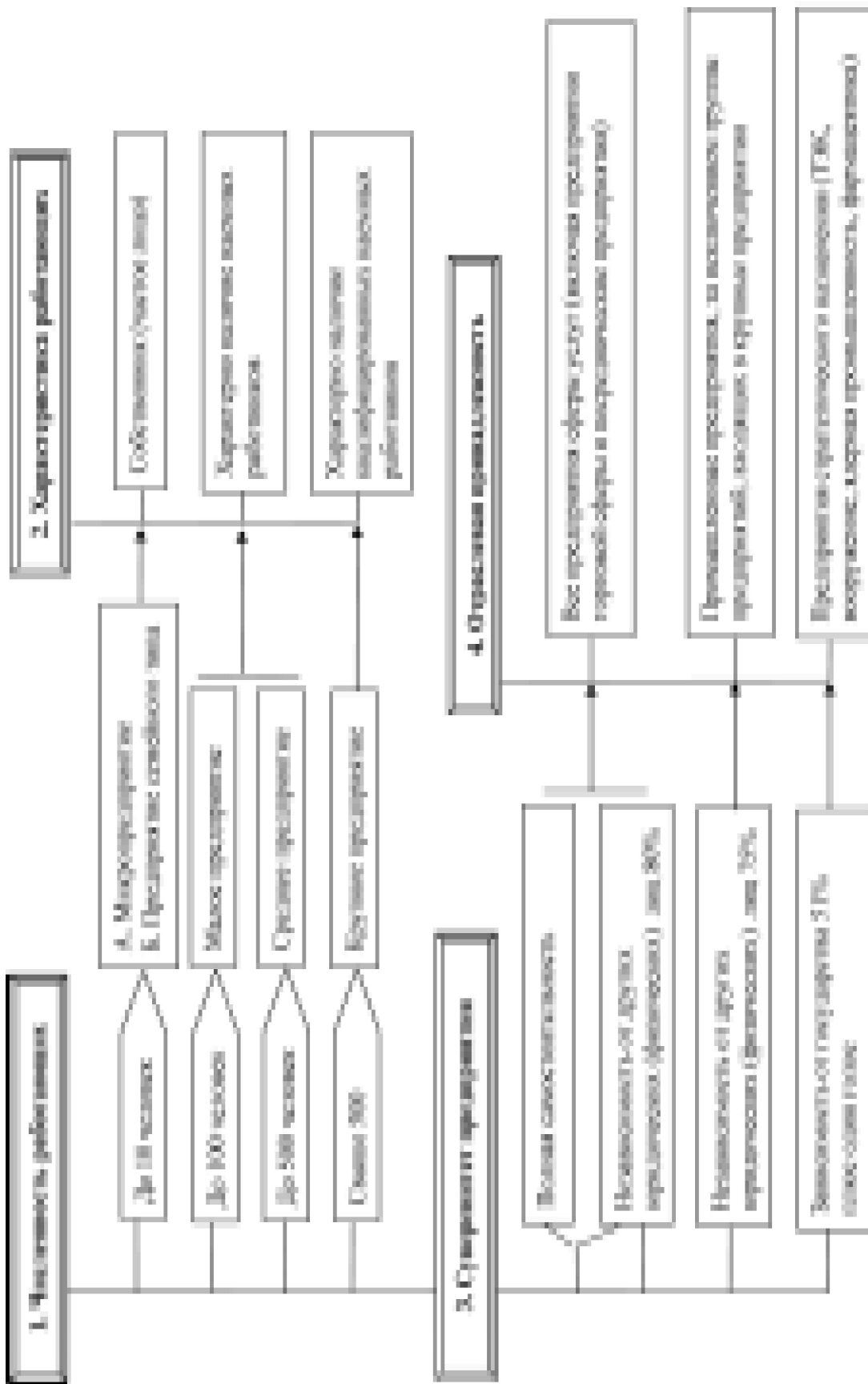


Рис. 2. Классификация бизнес-структур

многим и определяет высокую степень хозяйственной самостоятельности малых предприятий;

4) подавляющую часть предприятий сферы услуг целесообразно относить к группе малых предприятий.

При этом рекомендуется классифицировать предприятия на основании их отчетных данных, а в случае осуществления нескольких видов деятельности использовать такой критерий, как максимальная прибыль, определять размер предприятия согласно доле рынка. Это позволит исключить олигархический бизнес и оценивать финансовые результаты деятельности предприятия, используя следующие показатели: балансовая стоимость активов, объем реализации, причем при использовании этих показателей следует исходить из эффективности работы малого предприятия.

В случае превышения предельного показателя по результатам финансового года предприятие не должно терять право отнесения к малому либо среднему сразу же. Ему следует дать еще шанс проработать хотя бы год, т.к. плановые показатели деятельности не всегда могут совпасть с фактическими результатами. И это, на наш взгляд, будет более правильным, т.к. эта процедура не уведет в теневую экономику большое количество малых предприятий и тем самым не лишит бюджет значительной части дохода. При этом налоговые поступления должны увеличиваться не от повышения налоговой ставки, а от улучшения «климата» для ведения предпринимательской деятельности.

Сегодня, пусть пока и декларативно, государство признало: развитие малого и среднего бизнеса является важным фактором эффективной экономики. Ведь даже самая благоприятная для нас конъюнктура на мировых сырьевых рынках способна обеспечить России лишь 3—4% ежегодного прироста ВВП. Объективно требуется 7—8%. Очевидно, что недостающие 3—4% должен как раз дать малый и средний бизнес.

Анализ экономической литературы, различных отчетов, статистических материалов позволяет сделать выводы о том, что в настоящее время развитие малого бизнеса в России сдерживают также такие факторы, как несовершенство законодательной базы, недоступность финансовых ресурсов, налоговый прессинг, неразвитость новых финансовых технологий, отсутствие имущественной поддержки, а также административные барьеры. Это уже традиционно повторяющиеся из года в год причины.

Малый бизнес России, несмотря на огромный потенциал, все еще не стал стратегическим фактором социально-экономического возрождения страны, что является прямым следствием недальновидности политики, проводимой федеральными и региональными властями.

Сами же малые предприятия в борьбе за выжи-

вание научились самостоятельно приспосабливаться к сложностям рынка. Так, для повышения своей жизнеспособности МП активно диверсифицируют хозяйственную и инвестиционную деятельность. Более чем половина МП неторгового профиля помимо основной деятельности занимается еще и торговлей как несложной, но относительно прибыльной деятельностью с быстрым сроком оборачиваемости капиталов. А торговые капиталы все чаще устремляются в производство, хотя и в самых простых его формах. Так, в частности, планируется создать в России сеть «бизнес-инкубаторов» для малого предпринимательства. Речь идет о передаче представителям малого бизнеса в аренду на льготных условиях полностью оборудованных помещений под офисы. «Инкубаторы» будут предоставляться «малышам» на конкурсной основе, а льготные арендные условия (30—50% от рыночной стоимости аренды) сохранятся на срок до двух лет. Впервые представители Минэкономразвития выдвинули идею создания таких инкубаторов летом 2003 года, и уже в 2004 году были запущены пилотные «инкубаторы» однако, пока еще количество «бизнес-инкубаторов» явно не достаточно, но при этом можно надеяться, что в обозримой перспективе ситуация в этой области существенно улучшится.

## Литература

1. **Ишутин Р.В., Светульников С.Г.** Основы теории предпринимательства: Учебник для экон. спец. вузов. — М.: Российская Академия предпринимательства, 2005. — 384 с.
2. **Мазоль С.И.** Экономика малого бизнеса: Учеб. пособие. — Мн.: Кн. Дом, 2004. — 272 с.
3. **Развитие** малого предпринимательства: отечественный и зарубежный опыт / В.Е. Лялин, В.И. Ляшенко, К.В. Павлов, В.В. Хахулин. — М.: Экономистъ, 2006. — 254 с.
4. **Стратегический менеджмент** малых и средних предприятий: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 061100 «Менеджмент организаций» и 060800 «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)»: Пер. с англ. / Ф. Аналоуи, А. Карамии. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. — 400 с.
5. **Финансовый менеджмент: теория и практика:** Учебник / Под ред. Е.С. Стояновой. — 5-е изд., перераб. и доп. — М.: Изд-во «Перспектива», 2004. — 656 с.
6. **Черников Г.П.** Экономика Франции: Традиции и новейшие тенденции. — М.: Рос. полит. энцикл., (РОССПЭН), 2002. — 416 с.
7. **Экономика США** / Под ред. В.Б. Супяна. — М.: Изд. дом «Питер», 2003. — 650 с.
8. **Экономико-правовые механизмы** поддержки и развития субъектов малого предпринимательства в странах Америки и Азии: Учеб. пособие / Под науч. ред. д-ра техн. наук В.Е. Лялина, канд. экон. наук В.И. Ляшенко, д-ра экон. наук К.В. Павлова. —

- Изд-во Кольского НЦ РАН, 2005. — 243 с. 9. **Блинов А.** Условия регулирования малого бизнеса // Экономист. — 1999. — № 2. — с.75—78. 10. **Бухвальд Е., Виленский А.** Развитие и поддержка малого бизнеса (опыт Венгрии и уроки для России) // Вопр. экономики. — 2002. — № 7. — С. 109—118. 11. **Егоров Е.** Малый бизнес — инструмент решения социальных задач // Проблемы теории и практики управления. — 2004. — № 4. — С. 47—50. 12. **Иванова Н.Ю.** Малая экономика в суперсистеме рыночного хозяйства России // Вестн. Финансовой академии. — 2003. — № 3. — С. 24—30. 13. **Колесников А., Колесникова Л.** Малый и средний бизнес: эволюция понятий и проблема определения // Вопр. экономики. — 1996. — № 7. — С. 46—58. 14. **Малому** бизнесу понижают планку // Рос. газ. — 15.03.2005. — № 8. — С. 2. 15. **Потенциал** малого бизнеса: как использовать его? Ключевые проблемы предпринимательского сообщества с 5-ой Всероссийской конференции «Ускоренное развитие малого предпринимательства как фактор устойчивого развития экономики» // Знание — сила. — 2004. — № 4. — С. 10—15. 16. **Поткина И.В.** Современное состояние «business history» (истории предпринимательства) за рубежом // Экономическая история. Обозрение / Под ред. Л.И. Бородкина. М.: — 2001. — Вып. 6. — С. 142—155. 17. **Широнин В.М.** Малое и среднее предпринимательство как предмет общественного диалога и государственной политики. <http://lab.obninsk.ru/public/anh-sem-2004/sh02.gif>. 18. **Transition:** The first ten years analysis and lessons for Eastern Europe and the former Soviet Union / The World Bank. — N.Y., 2000.