

**Шарафутдинова Л.Р., студентка 2-го курса
БашГУ, г. Уфа
Научный руководитель – Кабирова С. З., асс. кафедры
«Социология труда и экономика предпринимательства».
БашГУ, 2013**

Малый бизнес: причины роста и критерии выделения

Если понятие крупный бизнес-это понятие в основном экономическое. Законодательство как зарубежных стран, так и российское специально не выделяет понятие "крупный бизнес". Малый бизнес определяется как экономически, так и юридически. Как показывает опыт стран с высокоразвитой экономикой, он является важнейшей составляющей рыночного хозяйства. В современных условиях роль малого бизнеса в рыночной экономике растет.

В самом общем виде под малым бизнесом понимается предпринимательская деятельность, осуществляемая субъектами рыночной экономики при определенных, установленных законом, государственными органами и другими представительными организациями критериях (показателях), конституирующих сущность данного понятия.

Функции малого бизнеса:

Экономические функции малого бизнеса:

- Придает рыночной системе необходимую гибкость (активизация структурных сдвигов, процессов разгосударствления и приватизации).
- Формирует конкурентную среду (региональные и местные рынки, ограничивает монополии и толкает их на рационализацию своего производства путем создания дочерних предприятий).
- Ускоряет НТП (организация мелкосерийного и опытного производства, поиск разработок и внедрение новых идей). По данным Института

стратегического анализа и развития предпринимательства, малые фирмы США производят в четыре раза больше новинок в расчете на одного занятого, чем крупные предприятия, а затраты на одного занятого у них вдвое ниже. К примеру, концерн General Electric связан более чем с 200 исследовательскими компаниями, которые в основном работают на него. Ежегодный объем капиталовложений венчурных фондов США оценивается в 3-4 млрд. долл.

- Мобилизует сырьевые, людские и финансовые ресурсы.
- Обеспечивает рост налоговых поступлений.

Социальные функции малого бизнеса:

- Обеспечивает рост занятости.
- Снижает социальную напряженность.
- Стабилизирует уровень доходов населения.

Но все перечисленные достоинства малого бизнеса проявляются отнюдь не автоматически. Проблема состоит в том, что небольшие предприятия как правило подвержены гораздо большему риску чем крупные фирмы.

Преимущества и слабости малого бизнеса

Таблица 6

Сильные стороны малого бизнеса	Слабые стороны малого бизнеса
Гибкость	Высокорискованный характер
Более высокая рентабельность по сравнению с крупным бизнесом	Интуитивный характер и неспециализированное управление

Использование незанятых ресурсов на неформальных рынках	Ограниченный доступ к высококачественным ресурсам
Зависимость от поддержки крупных фирм и государства.	Недостаток финансовых ресурсов, сложный доступ к информации и достижениям НИОКР

Малый бизнес неустойчив. Половина предприятий гибнет в первый срок своего существования, но тут же их место занимают вновь возникающие фирмы. Особенно высок уровень банкротства фирм в первые три года.

Малый бизнес сильно зависит от конъюнктуры. Небольшие размеры не позволяют создать внутри фирмы современные структуры и эффективное специализированное управление. Для большинства мелких фирм характерно единство собственности и управление. Большинство отношений внутри фирмы и партнерами по бизнесу строится на основе неформальных связей. Небольшие фирмы часто обращаются к неформальным рынкам ресурсов, финансируют бизнес с помощью кредитов частных лиц, используют собственные средства и средств друзей и близких. Не редкость в малом бизнесе и использование неформального и даже теневого рынка труда (привлечение нелегальных эмигрантов, несовершеннолетних и т.д.). Конкурентные преимущества и рентабельность производства обеспечивается за счет неявных издержек, в основе которых часто лежит высокая (выше чем на крупных предприятиях) интенсификации труда и продолжительность рабочего дня, низкая по сравнению с крупным бизнесом оплата ресурсов. Все это и определяет крайне неустойчивый и высоко рисковый характер малого бизнеса. Одним словом, главное отличие малого предпринимательства состоит в том, что независимо от страновой принадлежности, оно в большинстве случаев является типичным

интуитивным бизнесом. Без активной поддержки крупного бизнеса и государства малый бизнес является источником экономических и социальных рисков. Поэтому законодательство развитых стран выделяет малый бизнес в особую категорию и занимается активной поддержкой малого бизнеса.

Типы малого бизнеса

Малый бизнес неоднороден. В зависимости от конкурентной стратегии можно выделить два основных типа малых предприятий: жизнеобеспечивающее и быстрорастущее.

Жизнеобеспечивающее - малое предприятие, способное обеспечить владельцу приемлемый доход. Это как правило мельчайший бизнес с числом занятых 1-2 человека. Он является формой самозанятости или дополнительного заработка. Его часто называют также традиционным малым бизнесом.

Доля таких предприятий велика в странах с небольшими внутренними рынками.

Для сравнения в США - стране с большим внутренним рынком доля традиционного бизнеса 39% а, в таких странах как Италия и Япония, мелкие средние компании доминируют в ряде отраслей, особенно, таких как обрабатывающая промышленность. Велика доля традиционного бизнеса и в странах, где рыночная экономика недостаточно развита.

Традиционный бизнес преобладает в производственном и бытовом обслуживании, оптовой и розничной торговле. (парикмахерские, небольшие кафе, зубоучебные кабинеты, магазины.) Нишей традиционного малого бизнеса являются отрасли обслуживающие локальные потребности

Быстрорастущее малое предприятие - это малый бизнес придерживающийся стратегии высокого роста и стремящееся получить

высокую отдачу от вложений. Конечной целью такого предприятия является превращение в современное крупное эффективное предприятие. Эффективное функционирование быстрорастущего предприятия редко возможно без активной помощи государства и крупного бизнеса. Этот вид малого бизнеса активно развивается в сфере информационных услуг и инновационного бизнеса.

Так же как и в крупном бизнесе существуют серьезные страновые различия в структуре, сфере и темпах роста малого бизнеса.

Количественные критерии выделения малого бизнеса

Для определения особого статуса, в законодательстве стран с развитой рыночной экономикой выделяют количественные критерии выделения малого бизнеса и определяют основные направления поддержки малого бизнеса. Малый бизнес не поддается простому определению.

В большинстве экономически развитых стран важными количественными критериями выделения малого бизнеса являются следующие показатели:

- Численность занятых Так в США к малым и средним компаниям относят фирмы с числом занятых до 500 человек в обрабатывающей промышленности, в оптовой торговле до 100 человек, в розничной торговле и других отраслях до 50 человек. В Японии число занятых на предприятии, также является основным показателем, с помощью которого определяется принадлежность к этой категории. Оно должно быть менее 1000 человек в горнодобывающих отраслях, менее 300 человек - для всех других видов промышленности, транспорта, связи и строительства, менее 100 человек - в оптовой торговле и менее 50 человек - в розничной торговле и сфере услуг.
- Размеры собственного капитала или совокупных активов;

- Положение на рынке. Этот критерий менее количественно определен, чем предыдущие два. Его используют в тех случаях, когда в рамках поддержки малого бизнеса государство поддерживает относительно крупные фирмы, играющие ключевые роли в экономике страны. Так в 1966 году Американская администрация малого бизнеса отнесла к категории малого бизнеса "Америкэн моторс". Это было сделано, для того, чтобы дать фирме возможность участвовать в торгах на получение правительственных подрядов. В то время компания "Америкэн моторс" считалась 63-м крупнейшим производителем, имела 32 тыс. работников и выручку от продаж в размере 991 млн. долл. Свое решение Администрация малого бизнеса оправдывала тем, что предприятие не доминировало в отрасли и по своему положению и поддержка ее могла сыграть ключевую роль в обеспечении устойчивости национального автомобилестроения .

Каждый из перечисленных критериев не универсален. имеет свои достоинства и недостатки. Но так как легче всего учесть численность работников, то этот критерий чаще всего используется в разных странах для определения статуса малого бизнеса.