

Бабочкина Кристина Александровна

магистр

ФГБОУ ВО «Чувашский государственный
университет им. И.Н. Ульянова»

г. Чебоксары, Россия

СУБЪЕКТЫ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: ПОНЯТИЕ, ВИДЫ, РОЛЬ В ЭКОНОМИКЕ

Аннотация: данная статья дает определение термина «субъекты малого предпринимательства» с точки зрения различных авторов, финансистов и экономистов. В статье изложена классификация субъектов малого предпринимательства, а также описана роль, значение субъектов малого предпринимательства в экономике государства.

Ключевые слова: субъект, малое предпринимательство, роль, понятие, виды, организация.

Роль малого бизнеса в экономике различных стран в настоящее время сложно переоценить. Помимо их вклада в занятость и доход, малые предприятия также являются двигателем роста и устойчивого развития. Т.В. Федосова поясняет, что существует сильная положительная корреляция между важностью юридических фирм в экономике и ростом ВВП на душу населения как в развитых, так и в развивающихся странах [16, с. 188].

Л.Н. Лыкова, И.С. Букина указывают, что деловые партнерства преобладают в большинстве стран. В таких странах, как США и Великобритания, малые предприятия играют важную роль в экономике, на них приходится примерно одна треть занятых в промышленности и меньший процент выпуска продукции [5, с. 56]. Согласно АО «МСП Банк» в Венгрии 70–80% составляют малые предприятия, где по меньшей мере 20% индивидуальных предпринимателей являются семейными предприятиями [13, с. 11]. С.П. Кюрджиев, А.А. Мамбетова утверждают, что малые предприятия составляют 99% всех предприятий Великобритании. Вместе они обеспечивают более половины всех рабочих мест в

Великобритании, в которых занято более 13 миллионов человек, и имеют совокупный годовой оборот в 1500 фунтов стерлингов [4, с. 84].

Важность малого бизнеса широко признается во многих африканских странах, таких как Того, Уганда, Гана, Кот-д'Ивуар, Нигерия, Кения, Малави, Буркина-Фасо и других. В странах третьего мира, таких как Зимбабве, где малые предприятия доминируют в экономически активных предприятиях, процветание малых и средних предприятий (далее – МСП) считается гораздо более важным, чем в странах первого мира. Давно обсуждается, что МСП имеют решающее значение для создания рабочих мест и экономического роста, особенно в таких странах, как Зимбабве, где высокий уровень безработицы оценивается до 70%. По оценкам, в Южной Африке 90% всех формальных предприятий являются малыми, средними или микропредприятиями [6, с. 59].

Исследования, проведенные Н.С. Нечухиной, показали, что в прошлом экономическая активность небольших фирм, таких как юридические фирмы, значительно возросла. Темпы роста занятости также были выше в небольших фирмах, чем в крупных организациях, что является дополнительным доказательством важности сектора малых предприятий [7, с. 11].

Согласно опросам, проведенным в США, 30% семейных и партнерских предприятий передаются следующему поколению, и только 13% из этих предприятий остаются в семейной собственности в течение трех поколений. С. Никитин отмечает, что в Австралии 11% малых предприятий остаются предприятиями третьего поколения, а 6% – предприятиями четвертого поколения. Причиной неудач правопреемства является в основном отсутствие планирования и подготовки [8, с. 7]. Основываясь на исследованиях Н.Ю. Трясцина, 85% новых предприятий выходят из строя в первые 5 лет работы. Из тех семейных предприятий, которые выживают, только 30% успешно передается второму поколению основателя-владельца. Этот показатель еще хуже в случае второго, третьего и четвертого – четвертого поколений [15, с. 37]. 12% из этих предприятий остаются в собственности третьего поколения, а 4% из них остаются за четвертым поколением в семье. Опросы, проведенные в Великобритании, показывают, что 30%

семейных предприятий будут предприятиями второго поколения, и 2/3 из них попадут в руки третьего поколения, а доля тех предприятий, которые выживут после третьего поколения, составляет 13%. Самые высокие показатели малых предприятий второго поколения наблюдаются в Бельгии (55%), Италии (48%), Финляндии (44%) и США (40%) [14, с. 219].

Аналогичным образом М.В. Николаева отмечает, что самые высокие показатели семейного бизнеса третьего поколения наблюдаются в Германии (34%), Финляндии (24%), Великобритании (23%), Италии (22%) и США (20%). Опросы, проведенные в Великобритании, показывают, что 30% семейных предприятий будут предприятиями второго поколения и 2/3 из них попадут в руки третьего поколения, а доля тех предприятий, которые выживут после третьего поколения, составляет 13%. Самые высокие показатели малых предприятий второго поколения наблюдаются в Бельгии (55%), Италии (48%), Финляндии (44%) и США (40%) [9, с. 82].

Работа Н.С. Нечухиной, А.Ю. Попова, И. Кочара предлагает аргумент о том, что многие юридические фирмы хотят продолжать использовать свои собственные торговые навыки и могут быть не способны принимать более активное участие в администрировании, управлении и оформлении документов, требуемых технологической сложности [7, с. 13]. А.В. Одарченко определил, что юристы и независимые предприниматели имели меньший опыт в маркетинге и продажах. Это те области, которые современное теоретическое мышление считает обязательными для успеха небольших компаний на глобальном рынке [10, с. 25]. Исследования А.С. Панова показывают, что юридические фирмы, как правило, не обладают достаточным опытом в области маркетинга, финансового контроля или управления и часто не имеют достаточной мотивации для ускорения инновационного потенциала фирмы.

Важно отметить, что преемственность является финальной проверкой любого делового предприятия. Если предприятие переходит из единоличного бизнеса в партнерское, преемственность становится объединяющим интересом. Если предприятие будет передано в то время, когда оно прибыльно и в хорошем

состоянии, оно станет главной движущей силой для нового поколения [12, с. 8]. Согласно опросу Т.В. Федосовой, в котором участвовали канадские предприниматели-партнеры, основная проблема предпринимателей связана с правопреемством. Более того, другие факторы, такие как личные и семейные обстоятельства и изменение рыночных условий, влияют на решение о передаче [16, с. 189].

Согласно опросу, проведенному АО «МСП Банк», 61% руководителей юридических предприятий – партнерств не знают, какое будущее у предприятия. Что касается других несемейных предприятий, этот показатель составляет 71%, и только 16% из них готовы к передаче [17, с. 32]. Согласно исследованию, проведенному в Финляндии Л.Н. Лыковой, 61,1% партнеров сталкиваются с проблемами наследования из-за старости, 9,5% из-за того, что устали быть партнерами, 7,1% из-за того, что они больше не способны управлять предприятием с прибылью. Из 492 участвующих фирм 24,8% заявили, что их компании будут вовлечены в преемственность в ближайшем будущем, 9,3% говорят, что подобное изменение не наступило, 65,8% не разделяют их мнение [5, с. 71].

В России Президент В.В. Путин в Послании Федеральному Собранию говорил, что к 2025 году вклад малого и среднего бизнеса в ВВП «должен приблизиться к 40%». Параллельно с этим он поставил цель по росту числа занятых в МСП с 19 млн до 25 млн человек. Доля малого и среднего бизнеса в российской экономике составляет 21,9%. Соответствующие данные на своем сайте впервые опубликовал Росстат. Это оценка за 2017 год. Вклад малого и среднего бизнеса в ВВП Росстат опубликовал впервые. Ранее Росстат и Минэкономразвития проводили свой анализ доли МСП в валовой добавленной стоимости, однако не публиковали его результаты, говорилось в отчете Счетной палаты. Согласно этим данным, вклад малого и среднего бизнеса в экономику в 2014 году составлял 19%, в 2015-м – 19,9%, в 2016-м – 21,6% [6, с. 8].

В соответствии с Единым реестром субъектов малого и среднего предпринимательства в Чувашской Республике на 1 января 2019 г. фактически осуществляют деятельность 46,1 тыс. субъектов малого и среднего предпринимательства (далее – субъекты МСП), что составляет 98,5% к аналогичному показателю за

2017 г. (46,8 тыс. руб.). Оценочно количество субъектов МСП в 2019 г. составит 47,1 тыс. субъектов МСП [1, с. 7].



Рис. 1. Динамика оборота продукции и налоговых поступлений от малого и среднего предпринимательства

Оборот субъектов МСП в 2018 г., по оценке, составит 321,4 млрд. руб. и увеличится по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 6,0% (в 2019 г. оборот субъектов МСП оценочно составит 340,7 млн. руб., увеличившись по сравнению с 2018 г. на 6%).

Объем налоговых поступлений от субъектов малого и среднего предпринимательства в бюджеты всех уровней в январе – ноябре 2018 г. расчетно составил 13,7 млрд. руб., или 110% к соответствующему периоду прошлого года. Объем налоговых поступлений от субъектов малого и среднего предпринимательства в бюджеты всех уровней в 2019 г. оценочно составит 15,1 млрд. руб., что на 10,0% больше уровня 2018 г. (13,7 млрд. руб.) [2, с. 18].

Государственное регулирование и поддержка малого предпринимательства в Российской Федерации осуществляется в соответствии с Федеральным законом от 24.07.2007 №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», издаваемыми в соответствии с ним иными федеральными законами, указами Президента Российской Федерации, постановлениями

Правительства Российской Федерации, а также иными законами и нормативно-правовыми актами субъектов Российской Федерации [11, с. 695].

Список литературы

1. Васеева А.А. Налогообложение малого предпринимательства в России: состояние и перспективы / А.А. Васеева // Экономика. – 2018. – №3. – С. 7–11.

2. Воскресенская Н.В. Учет и анализ в системе внутреннего контроля расчетов с бюджетом предприятий малого бизнеса: монография / Н.В. Воскресенская, Е.А. Еленевская. – Чебоксары, 2009. – 159 с.

3. Зверева Н.А. Налогообложение малого бизнеса / Н.А. Зверева // Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки: сборник статей по материалам XXVI Междунар. студ. науч.-практ. конф. – 2017. – №11(26). – С. 8–12.

4. Кюрджиев С.П. Механизм управления налоговыми обязательствами в системе формирования и использования финансовых ресурсов предприятия / С.П. Кюрджиев, А.А. Мамбетова // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. – 2018. – №2. – С.84–92.

5. Лыкова Л.Н. Налоговые системы зарубежных стран: учебник для бакалавриата и магистратуры / Л.Н. Лыкова, И.С. Букина – М.: Юрайт, 2015. – 438 с.

6. Любимцев Ю. Необходимость изменения ориентиров финансовой политики / Ю. Любимцев // Экономист. – 2019. – №1. – С. 8–9.

7. Нечеухина Н.С. Сравнительный анализ налогообложения субъектов малого предпринимательства / Н.С. Нечеухина, А.Ю. Попов, И. Кочар // Инструменты стимулирования экономического роста. – 2018. – №2 (54). – С. 11 – 17.

8. Никитин С. Налоговые льготы, стимулирующие предпринимательскую деятельность в развитых странах Запада / С. Никитин, А. Никитин, М. Степанова // Мировая экономика и международные отношения. – 2018. – №11. – С. 7–9.

9. Николаева М.В. УСН как инструмент развития малого бизнеса / М.В. Николаева // InternationalScientificJournalTheoretical&AppliedScience. – 2015. – №7(27). – С. 82 – 86.

10. Одарченко А.В. Проблемы развития малого бизнеса / А.В. Одарченко // Налоги и налогообложение. – 2014. – №3. – С. 25–32.

11. Оскирко О.В. Некоторые подходы к оценке выбора системы налогообложения в публичном управлении малым предприятием / О.В. Оскирко // Экономика и предпринимательство. – 2017. – №12–3 (41). – С. 695–698.
12. Панов А.С. Проблемы налогообложения малого предпринимательства / А.С. Панов // Современные научные исследования и инновации. – 2018. – №5. – С. 8–11.
13. Развитие малого и среднего предпринимательства. Зарубежный опыт. – М.: Аналитический центр, 2017. – 23 с.
14. Сидорова Н.П. Специальные налоговые режимы / Н.П. Сидорова, С.П. Сорокина // Вестник НГИЭИ. – 2018. – №7 (38). – С. 219–227.
15. Трясцина Н.Ю. Мониторинг эффективности и устойчивости развития предприятий / Н.Ю. Трясцина // Экономический анализ: теория и практика. – 2018. – №8 (65). – С. 37–39.
16. Федосова Т.В. Построение модели управления малым бизнесом через систему налогообложения / Т.В. Федосова // Известия ТРТУ. – 2016. – №1 (24). – С. 188–189.
17. Финансовое состояние и ожидания малого и среднего бизнеса в 2019 году. – М.: Аналитический центр, 2016. – 59 с.