Кривда Сергей Викторович
аспирант, экономический факультет,
Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова
skrivda@mail.ru

Сильные и слабые стороны малого бизнеса

особенности малых предприятий как субъектов экономической деятельности

Аннотация

Опыт развитых стран показывает, что развитие малого предпринимательства является одним из необходимых условий успешного развития национальной экономики. В статье рассматриваются основные отличительные особенности малых предприятий, их недостатки и преимущества, по сравнению с предприятиями крупного бизнеса.

Ключевые слова: малый бизнес, сфера услуг, розничная торговля, микропредприятия, налоговые льготы, индивидуальные предприниматели

Отличительной особенностью отечественной экономики является то, что большинство малых предприятий (МП) сосредоточено в сфере продажи товаров или предоставления услуг населению. В то же время их доля в научно-технической сфере крайне мала (около 1%).

Существует масса критериев классификации предприятий в зависимости от их размера. Такими критериями могут быть: стоимость активов, стоимость собственного капитала, величина выручки, величина прибыли, количество работников.

Критерии малых предприятий

В соответствии с российским законодательством для субъектов малого бизнеса установлены следующие критерии малых предприятий:

1) средняя численность работников за предшествующий календарный год для малых предприятий не должна превышать ста человек включительно; среди МП выделяются микропредприятия – до пятнадцати человек (1);

2) выручка от реализации товаров (работ, услуг) без учета налога на добавленную стоимость за предшествующий календарный год не должна превышать 400 млн рублей для малых предприятий и 60 млн рублей для микропредприятий (2).

Согласно представленным Росстатом и ФНС России данным, в настоящее время в Российской Федерации осуществляют деятельность 5 587 871 субъект малого предпринимательства, в том числе:

– 1 374 777 микропредприятий;
– 227 744 малых предприятий;
– 3 985 350 индивидуальных предпринимателей (4).

Крупный бизнес тяготеет к открытым (ОАО) или закрытым (ЗАО) акционерным обществам. Для малого бизнеса более характерна организация деятельности в форме обществ с ограниченной ответственностью (ООО), обществ с дополнительной ответственностью, хозяйственных товариществ, производственных кооперативов. Малый бизнес чаще всего функционирует без образования юридического лица, под юридическим статусом индивидуального предпринимателя или крестьянского хозяйства.

Малые предприятия имеют свои характерные особенности, оказывающие влияние на способы организации и ведения бизнеса, структуру управления предприятием, структуру сделок по купле-продаже такого бизнеса, на качество информационного обеспечения участников рынка капиталов, на методы (иногда довольно специфические), применяемые при их оценке, на сопровождающие малый бизнес риски и т.д.

Возможности малого и крупного бизнеса

Рассмотрим основные различия среднестатистических предприятий малого бизнеса в сравнении с крупными корпорациями.

Одной из основных отличий МП от крупных предприятий является степень и характер вовлеченности собственника (инвестора) в дела компании. Непосредственное участие собственников в делах МП является обычной практикой. Здесь он является действующим предпринимателем (бизнесменом), а организационно-правовая форма предприятия – способ ведения его предпринимательской деятельности (бизнеса)

В крупных компаниях собственник – часто лишь инвестор, не ведущий предпринимательскую деятельность на профессиональной основе. С одной стороны, его высокая личная заинтересованность положительно влияет на результативность бизнеса, с другой – собственники, особенно в начале своей деятельности, обычно не обладают достаточными профессиональными знаниями и навыками, необходимыми для успешного управления предприятием.

Такая вовлеченность в дела предприятия вызывает и некоторые особенности отношения собственника к бизнесу, связанным с ним выгодами и рисками. Особенностью МП в части принятия управленческих решений инвестиционного характера является преобладание эмоционального фактора над беспристрастным предварительным расчетом эффективности таких решений (нередко такой расчет вообще отсутствует).

Возможности по привлечению высококвалифицированных специалистов

малый бизнес чаще всего функционирует без образования юридического лица, под юридическим статусом индивидуального предпринимателя или крестьянского хозяйства

в большинстве случаев также уступают возможностям крупных корпораций. Отсюда неразвитость системы управления и высокие риски, связанные с его качеством. К тому же, такие предприятия зачастую являются в высокой степени зависимыми от ключевых и трудно заменимых лиц, обладающих определенными знаниями, компетенциями, связями, репутацией.

Доступ к капиталу у малых предприятий достаточно ограничен. Данные компании в силу своих особенностей не могут полноценно использовать многие инструменты рынка капиталов. Вследствие этого стоимость привлечения дополнительного финансирования для малых предприятий априори выше, чем для крупных корпораций, обладающих всем спектром возможностей и инструментов получения необходимых фондов.

Низкая ликвидность на рынке капиталов также является причиной высокой стоимости привлечения собственного капитала и фактором, обуславливающим наличие так называемых скидок на ликвидность, оказывающих сильное влияние на величину стоимости собственного капитала частных компаний.

Низкая капитализация и известность компании на рынке снижают ее привлекательность для инвесторов. Отсюда еще одна причина высокой стоимости привлечения капитала для подобных предприятий.

Малые предприятия более мобильны, чем крупные корпорации. Они быстрее и гибче реагируют на изменение рыночной ситуации. Невысокая капиталоемкость малого бизнеса позволяет с наименьшими потерями перепрофилировать или ликвидировать предприятие.

Труднодоступность капитала предопределяют и невысокие возможности МП в рекламе и продвижении своей продукции. А сложности в привлечении высококвалифицированных профессионалов негативно влияет на результативность такой деятельности.

…стоимость привлечения дополнительного финансирования для малых предприятий априори выше, чем для крупных корпораций, обладающих всем спектром возможностей и инструментов получения необходимых фондов

Жизненный цикл и диверсификация

Возраст малых компаний сравнительно невелик. Недостаточность исторических данных о результатах деятельности по причине их отсутствия затрудняет прогноз дальнейшего развития ситуации, что воспринимается оценщиками как дополнительный фактор неопределенности (риска).

Низкая средняя продолжительность жизни МП может быть обусловлена не только высокими рисками. В некоторых видах бизнеса (например, в ресторанном) срок жизни предприятия может быть связан не только с низкой устойчивостью бизнеса или высокой конкурентной средой, но и самой логикой развития такого бизнеса, предполагающей периодическую смену его концепции или ликвидацию бизнеса. Нередко на срок жизни

предприятия оказывают и неэкономические мотивы предпринимателя, что особенно характерно для микропредприятий, которые в случае наступления определенных личных обстоятельств предпринимателя, бывает проще ликвидировать, чем продать как действующий бизнес.

Низкая продуктовая и географическая диверсификация негативно влияет на устойчивость таких компаний к колебаниям рынка и кризисным явлениям. Это часто является причиной недолгой живучести малых компаний.

Низкая отраслевая диверсификация, характерная для малых компаний, согласно теории рынка капиталов, увеличивает риски инвесторов, то есть владельцев МП. Но с другой стороны узкая специализация обеспечивает более внимательный подход к клиенту и способствует лучшему пониманию и удовлетворению потребительского спроса.

Малые предприятия, как правило, не являются лидерами рынка и не способны поэтому извлекать все выгоды от доминирования. Слабые рыночные позиции ставят такие компании в невыгодное положение относительно конкурентов.

Характерной чертой малых компаний является также невысокая клиентская диверсификация. Зависимость от небольшого числа основных поставщиков или покупателей делает данные предприятия весьма уязвимыми от их намерений в отношении дальнейшего сотрудничества, а также зависимыми от состояния дел партнеров по бизнесу.

Информационная прозрачность

Важнейшим фактором, оказывающим влияние на восприятие и доверие к фирме, является информационная прозрачность компании, достоверность, глубина и доступность финансовой и прочей информации, необходимой инвесторам для принятия соответствующих экономических решений. Низкое качество данных затрудняет принятие решений не только инвесторам, но и менеджменту предприятий, не обладающему зачастую всей полнотой качественной информации, необходимой для эффективного управления.

…узкая специализация обеспечивает более внимательный подход к клиенту и способствует лучшему пониманию и удовлетворению потребительского спроса

Для структуры собственности МП в России характерна ситуация, когда имущество, используемое юридическим лицом, не стоит у него на балансе, являясь собственностью владельца данного юридического лица. В структуре капитала такой компании может быть значительна доля заемного капитала, предоставленного ее собственником. Структура сделки купли-продажи подобного предприятия предполагает отдельную продажу юридического лица, используемых предприятием и принадлежащих собственнику средств производства и существующих долгов перед его собственником.

В отличие от крупных предприятий, МП нередко организуются без образования юридического лица: индивиду-

альные предприниматели, крестьянские хозяйства, простые товарищества, как правило, имеющие возможность осуществления упрощенной регистрации и ведения отчетности, использования различных налоговых льгот и послаблений. Это является положительным фактором, улучшающим как финансовые результаты, так и общую конкурентоспособность, по сравнению с крупными корпорациями.

Рассмотренные выше особенности малых предприятий делают средний и малый бизнес, с одной стороны, рискованным, а с другой – перспективным и привлекательным объектом вложения капитала.

Литература

1. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 27.12.2009) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».
2. Постановление Правительства РФ от 22.07.08 № 556 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства»
3. Огиер Т., Рагман Д., Спайсер Л., Настоящая стоимость капитала: Практическое руководство по принятию решений. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2007.
4. Тезисы выступления директора Департамента развития малого и среднего предпринимательства А.В. Шарова на II ежегодном деловом форуме «Развитие малого и среднего бизнеса». (Электронный ресурс). – Режим доступа: http://www.economy.gov.ru/minec/about/structure/depmb/doc20100518_07.
5. Хитчнер Дж. Стоимость капитала. – М.: Омега-Л, 2008.

РП

Sergey V. Krivda
Postgraduate Student, Department of Economics,
Lomonosov Moscow State University

Features of Small Enterprises as Economic Subjects

Abstract

Experience of the developed countries shows, that small business development is one of the necessary conditions for a successful development of national economies. The article discusses the basic features of small enterprises, their advantages and disadvantages as compared to large business enterprises.

Keywords: small business, human services, retail trade, micro-enterprises, tax incentives, individual entrepreneurs