

*Епифанова Татьяна Владимировна*, кандидат юридических наук, доцент кафедры Гражданского права, Ростовского Государственного Экономического Университета «РИНХ», т.: 89282290784, e-mail: [rostovshell@mail.ru](mailto:rostovshell@mail.ru).

## КРИТЕРИИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА (рецензирована)

*В статье рассмотрены количественные, качественные и дополнительные критерии разграничения предприятий на субъекты малого и среднего предпринимательства в России и за рубежом, раскрываются причины необходимости такого разграничения. Основная задача исследования – выделить недостатки присущие количественным и качественным подходам разграничения предприятий на субъекты малого и среднего предпринимательства.*

*Ключевые слова:* малое и среднее предпринимательство, количественные и качественные критерии.

*Epifanova Tatiana Vladimirovna*, Candidate of Judicial Sciences, associate professor of the Department of Civil Law, Rostov State Economic University "RIE", tel.: 89282290784, e-mail: [rostovshell@mail.ru](mailto:rostovshell@mail.ru).

## CRITERIA FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE (reviewed)

*The article deals with the quantitative and qualitative criteria of differentiation of companies to small and medium businesses in Russia and abroad, the reasons for the necessity of such distinction have been disclosed. The main objective of the study – to identify disadvantages inherent in the quantitative and qualitative approaches of distinguishing enterprises into small and medium businesses.*

*Keywords:* small and medium-sized businesses, both quantitative and qualitative criteria.

Говоря о малом и среднем предпринимательстве, необходимо рассмотреть вопрос об их соотношении. Как в России, так и за рубежом, объединение этих понятий, является обычной практикой.

На наш взгляд, данное обобщение, не является научным. МСП с политико-экономической точки зрения – это совершенно разные формы хозяйственной деятельности. Важно, что в малом бизнесе нет разделения капитала на собственность и ее функции: здесь собственник, управляющий и работник является одним лицом. На данный критерий, на наш взгляд, и необходимо ориентироваться при определении субъектов МСП.

Отличие малого и среднего бизнеса от крупного, отображенные в классической экономической теории, заключаются в размерах предприятия. К основным особенностям МСП можно отнести:

- неразделимость в отношении собственности и управления: руководителем является учредитель или владелец основной части капитала;
- неразделимость объекта управления: экономический субъект управляет одним предприятием;
- количество работников предприятия позволяет прямой эмоционально-психологический контакт руководителя фирмы с каждым его сотрудником.

В таблице 1 представлены характерные особенности присущие предприятиям МСП.

Таблица 1 - Характерные особенности МСП

	Малое предпринимательство	Среднее предпринимательство
Цели и задачи	определяются рынком, с учетом интуиции и импровизации предпринимателя	адаптирование к требованиям рынка, долгосрочное планирование с учетом интуиции предпринимателя и изобретательства
Финансы	семья, банк	семья, банк, акции
Управление (менеджмент)	- личное, - прямое, - авторитарное	- через менеджеров (наемные), - консультации с партнерами, - привлечение внешних экспертов.
Отношения с персоналом	- персонал – «большая семья», - высокая степень мотивации	- хозяин, а все остальные наемные работники, - небольшая степень мотивации

Все работники среднего бизнеса могут быть распределены на две группы. В первую группу входит сам предприниматель, а во вторую работники, осуществляющие деятельность на основе трудового договора.

В целом, из всего сказанного следует, что в отличие от малого, среднее предпринимательство, всецело основано на наемном труде и его деятельность существенно не отличается от деятельности крупного предприятия. Так как собственник и управляющий данных предприятий являются разными субъектами, то с научной точки зрения, более точным будет сочетание среднего и крупного бизнеса.

Акционирование более крупных, по сравнению с мельчайшими производствами, открыло дорогу среднему предпринимательству. Не участвуя в производстве и даже не занимаясь управлением компанией, собственники средних предприятий обладали значительными активами, которые позволяли им получать хороший доход от вложенных средств. Основным заработком этого слоя общества постепенно становились дивиденды по акциям.

Необходимо отметить, что некоторые ученые, особенно западные, все-таки достаточно четко разделяют предпринимательство на малое, среднее и крупное. Согласно позиции Э. Фрелиха, Й. Пихлера, Х. Пляйтнера, «разница между малыми, средними и крупными предприятиями на первый взгляд очевидна. Однако при беглом знакомстве с литературой выясняется, что на этот счет существует множество мнений и возможностей разграничения. Могут привлекаться как количественные, так и качественные параметры»[1].

Прежде всего, хотелось бы отметить, что разграничение предпринимательства на малое и среднее, необходимо по следующим причинам:

1. Для целей государственной поддержки МСП, т.е. группировка схожих хозяйствующих субъектов, имеющих однотипные проблемы, с целью оказания помощи;

2. Для наблюдения за субъектами МСП и сбора статистических данных.

Однако, вышеуказанные причины противоречат друг другу. Например, при сборе данных для оказания государственной поддержки, необходимо более детализировано и точно, подходить к сбору информации. Для этого могут применяться несколько этапов уточнений: по размеру выручки, по сроку деятельности компании, по величине уставного капитала, по количеству работников предприятия и т.д. При сборе данных с целью проведения статистического анализа и наблюдения за МСП, данных могут быть не столь обширные. Это связано с сокращением сложностей и затрат при проведении учета данного сектора.

Исходя из этого, при определении критериев МСП должен быть разумный компромисс между желанием дать точные количественные критерии МСП и администрированием данного процесса.

Нахождение такого компромисса имеет особую актуальность для России в связи с весьма неоднородным экономическим развитием субъектов Федерации, а, следовательно, и разного уровня развития МСП.

При помощи количественных показателей определяется лишь разделение на средний (преимущественно в виде ЗАО и ООО), малый (преимущественно хозяйственные товарищества и кооперативы) и мелкий бизнес (преимущественно без образования юридического лица), а не его статус.

На основе количественного подхода, при разграничении малых и средних предприятий, чаще всего опираются на такие доступные для анализа количественные показатели, как число занятых, объем продаж (оборот) и балансовая стоимость активов.

При этом известны определения, основанные только на использовании одного из этих критериев, например, определение ЕС микро, малого, среднего и крупного предприятия начала 90-х гг.

Хотя вышеперечисленные показатели являются наиболее распространенными, существует достаточно много теорий относительно количественных параметров изменения этих критериев, как на территории одной и той же страны, так и в разных странах. Это объясняется как различным уровнем развития экономики в разных странах и регионах, так и широким спектром задач, для которых используются формальные определения.

«Политика предпринимательства» на сегодняшний день является одной из главных задач деятельности Европейской Комиссии, так как она хорошо осознает важность данного сектора. Так, 6 мая 2003 г. Европейская Комиссия приняла новые критерии выделения микро, малого и среднего бизнеса. Новые стандарты были введены в действие с 1 января 2005 г. (таб. 2).

Таблица 2 - Определение ЕС микро, малого и среднего предприятия

Предприятие	Численность занятых, чел.	Годовой оборот, млн. евро	Балансовая стоимость, млн. евро
Микро	1-9	менее 2	менее 2
Малое	10-49	менее 10	менее 10
Среднее	50-249	менее 50	менее 43

Основным преимуществом количественных определений является несложность их применения. Такие параметры, как оборот или численность работников, как правило, легкодоступны исследователям.

К недостаткам можно отнести отсутствие организованной теоретической базы, устанавливающей критерии выбора показателя, а также границ его отклонения. Ввиду этого, существуют существенные затруднения при проведении сравнительного анализа.

Наиболее общими критерием отнесения предприятия к субъектам малого бизнеса, является количество персонала, размер уставного капитала, величина активов и объем оборота (прибыли, дохода).

Также необходимо отметить, что на Западе, при установлении предельных значений вышеупомянутых показателей учитываются следующие факторы:

- критерии устанавливаются для тех субъектов предпринимательства, которым государство планирует оказывать различного рода помощь. Данная помощь, как правило, является дифференцированной в зависимости от типа бизнеса. Из этих соображений, в первую очередь, выделяют микропредприятия и предприятия малого бизнеса, как типы предпринимательства, в большей степени требующие поддержки;

- в рекомендательной документации дается более подробная характеристика и уточнение критериев отнесения, относительно разработки и реализации программ поддержки, предоставления льгот и т.п.;

- при разработке программ развития предпринимательства могут устанавливаться количественные критерии, отличные от принятых законодательством или используемых статистикой.

Отсутствие четких норм в основных критериях сектора МСП позволяет без внесения изменений в законодательство разрабатывать специальные подкритерии для выделения различных типов МСП, как на уровне страны, так и на более низких уровнях. Пересмотр критериев осуществляется в зависимости от приоритетов и задач проводимой государственной политики, при этом законодательство не запрещает такую гибкость. Почти во всех странах используются «плавающие критерии».

Необходимо отметить, что положительной оценки при данном подходе заслуживает, то, что учитывается элемент управления компанией. На малом предприятии, собственник лично руководит производством, в среднем – частично, а управление крупным предприятием осуществляется наемными менеджерами. Особого внимания заслуживает разграничение малого и среднего предпринимательства. При этом в качестве дополнительных критериев могут использоваться:

- независимость предприятия, т.е. его самостоятельность;
- способность предпринимателя к достижению собственных результатов;
- объединение предпринимателя, инвестора и управляющего в одном лице;
- наличие у предпринимателя тактического мышления и стратегии краткосрочных решений и т.д.

В связи с трудностями измерения качественных критериев, экономисты, статистики используют количественные критерии, с помощью которых производят разграничение малых, средних и крупных предприятий.

Все количественные критерии могут быть представлены двумя группами:

1. формальные (юридические и экономические критерии);
2. неформальные (культура предпринимательства).

Если формальная группа описывает бизнес с точки зрения наличия в нем тех или иных элементов и взаимосвязей между ними, то неформальные критерии характеризуют основные особенности функционирования, цели их создания и развития. Поскольку цели, преследуемые предпринимателями при создании бизнеса или его развитии, требуют изучения, структурное описание носит более объективный характер, а функциональное более субъективный.

Среди качественных критериев, присущих малому предпринимательству, в том числе и в международной практике, следует выделить:

- неразрывность в правах собственности и непосредственного управления предприятием. Собственник, как правило, самостоятельно управляет предприятием, подвергая себя риску и неся полную ответственность не только за инвестированный капитал, но и за принимаемые решения;

- прозрачность малого предприятия, малый размер которого позволяют владельцу быть в курсе всего происходящего в компании. Предприниматель не только знает производство и его особенности, но и поддерживает контакт с каждым работником, знает его интересы и трудности, что создает более действенные условия при мотивации труда;

- особые отношения предпринимателя с партнерами-поставщиками ресурсов и покупателями готовой продукции, а также личностный характер отношений с сотрудниками предприятия;

- относительно малые рынки ресурсов и сбыта. Тем самым, малые компании не могут оказывать большое влияние на уровень цен, а также на объем реализованного товара в рамках отрасли, что вынуждает их применять стратегии приспособления к внешней среде. Однако, бывают исключения. Некоторым компаниям столь удачно занимают свою рыночную нишу, что практически становятся в ее пределах монополистами;

- семейное ведение дела. На малых предприятиях, базовый капитал зачастую создается за счет семейных сбережений, сам бизнес наследуется членами семьи, а работниками нередко бывают родственниками;

- малым компаниям присущ особый характер финансирования. Если крупные фирмы формируют необходимые финансовые ресурсы через фондовые биржи, то малое предприятие может рассчитывать только на небольшие кредиты банков, собственные средства, а также на средства взятые займы у друзей, родственников и т.п.).

Далее выделим ряд качественных особенностей, отличающий российский малый бизнес от малого бизнеса большинства западных стран. Наиболее важными из них являются:

- сочетание в рамках одного малого предприятия нескольких видов деятельности. Деятельность малых предприятий невозможна при ориентировании на однопродуктовую модель развития;

- готовность к максимальной самостоятельности, в то время как в основном зарубежные малые предприятия функционируют на условиях франчайзинга и т.д.;

- небольшая технологическая оснащенность, несмотря на значительный инновационный потенциал;

- высококвалифицированные кадры, в связи с оттоком профессионалов из государственных структур экономики;

- нехватка опыта, знаний и культуры рыночных отношений;

- возможность адаптации к сложной экономической обстановке;

- малоразвитость системы самоорганизации и недостаточное развитие инфраструктуры поддержки субъектов малого бизнеса;
- готовность и желание успешно действующих предприятий малого бизнеса выйти за рамки местного рынка и занять новые ниши;
- деятельность в условиях недостатка информации о состоянии и конъюнктуре рынка, в связи с отсутствием достаточных информационных услуг, консультационных и обучающих.

Эти особенности качественных критериев необходимо по возможности учитывать при определении критериев относящихся к количественным.

Возможно также дополнения качественных критериев некоторыми количественными показателями. Однако, данный метод основывается, как правило, на субъективные суждения, а также опыт, но, при этом делается акцент на отличия, которые «интуитивно» известны как характерные фирмам того или иного размера. Осуществляются также попытки установить размер «малого», «среднего» и «крупного» предприятия через анализ, по сути, «эффектов» или результат влияния размера на особенность деятельности фирмы. Данный подход освещен в работе Р. Бруксбэнка [2]. При анализе характера долгосрочного планирования малых фирм выделяются характерные черты, свойственные в стратегическом аспекте малым компаниям:

- 1) относительно малое число выпускаемых продуктов, технологий, услуг;
- 2) ограниченные ресурсы и мощности, в том числе капитал, человеческие ресурсы и т.д.;
- 3) слабо развитая система управления, несовершенные технологии для оценки и контроля положения компании на рынке;
- 4) система менеджмента не налаженная, неформальное отношение к обучающим программам;
- 5) основные управленческие должности занимают собственники предприятия или их родственниками.

Главным недостатком этого подхода является сложность использования на практике качественных определений, например, трудности в получении внутренней информации компании, с целью определения различных аспектов деятельности субъекта, а также достаточно широкий диапазон самих характеристик.

Что касается правовой базы деятельности малых предприятий в РФ, то с 1.01.2008 года вступил в силу Федеральный закон от 24 июля 2007 года №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»[3].

Одним из основных новшеств, закрепленных в Федеральном законе, является абсолютно новый подход к определению критериев отнесения к субъектам малого и среднего бизнеса в РФ. Так, с 1.01.2008 года критериями отнесения компаний к соответствующей категории стала средняя численность работников. Вид деятельности, предельная выручка от реализации или балансовая стоимость активов не учитываются.

Также необходимо заметить, что градация МСП, основанная на качественных характеристиках, подвергается все большей критике. Данный вопрос является очень актуальным, поскольку малое предпринимательство может рассчитывать на материальные льготы, на которые средний бизнес претендовать не в праве, исходя из законодательства многих стран. Выделим основные недостатки присущие количественному подходу.

В общем виде их сводят к следующим:

- гибкая динамика производства малого и среднего бизнеса: из малого переходят в средний и наоборот;
- объективная оценка условий предпринимательской деятельности в разных отраслях экономики несопоставима, что требует пересмотра понятия МСП для каждой конкретной отрасли и страны;
- в различных странах разные методики определения количественных критериев таких, как объем продаж, оборот, стоимость активов и т.п., что на практике может приводить к замене объекта сравнения при сравнении вклада данных субъектов в макропоказатели экономического развития;
- существенные отличия критериев относящихся к количественным, при определении малого предпринимательства.

### **Литература:**

1. Блинов А., Голаенко Н. Малый бизнес в России вчера, сегодня, завтра: учеб.-метод. пособие. Краснодар, 1996. С. 11.
2. Brooksbank R. Defining the small business: a new classification of company size / Entrepreneurship & Regional Development, Taylor&Francis Ltd. 1991. №3. P. 17-31.
3. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: федер. закон от 24 июля 2007 года №209-ФЗ: ред. от 01.07.2011. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

### **References:**

1. Blinov A., Golaenko N. *Small Business in Russia yesterday, today and tomorrow: handbook.* Krasnodar. 1996. P.11.
2. Brooksbank R. *Defining the small business: a new classification of company size / Entrepreneurship & Regional Development, Taylor & Francis Ltd. - 1991, N 3, p. 17 - 31.*
3. *On the development of small and medium enterprises in the Russian Federation The Federal Law of July 24, 2007 № 209-FL: amended on 01.07.2011.*