

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

*Александрова Полина Максимовна,
Магистрант, Управление финансами и
международным бизнесом
Московский педагогический
государственный университет Россия, г. Москва*

Аннотация:

В статье отражен анализ основных направлений и методик оценки состояния малого бизнеса в условиях глобализации. Определены процессы организации сбора статистических данных по малому бизнесу, их основных индикаторов сбора статистических данных. Проанализированы возможности использования данных мировых рейтингов в качестве инструмента для анализа состояния предпринимательской деятельности (международный опыт, рейтинги). По результатам анализа обобщены международные требования, определены основные направления и методы сбора статистической информации по малому бизнесу для оценки состояния малого бизнеса в экономике государства.

Ключевые слова: развитие малого бизнеса, глобализация

METHODS OF ASSESSING THE EFFECTIVENESS OF THE SMALL BUSINESS DEVELOPMENT IN THE GLOBALIZATION CONTEXT

Summary:

The article presents analysis of the main methods and approaches for the evaluation of the small business state in the globalization context. The procedures for the collection of statistics and its main indicators for the small businesses were established. The possibilities of using world ratings data as a tool for analysis of the entrepreneurial activity were viewed (international experience, ratings). As a

result of this analysis, the international requirements were consolidated, the main areas and methods for the collection of statistics of the small business performance in the state economy were defined.

Keywords: small business development, globalization.

В современных условиях малые и средние предприятия быстрее других участников рынка реагируют на происходящие изменения на потребительских рынках. Помимо этого, они способны в развивающихся отраслях генерировать новые решения и инновации.

Для малого и среднего бизнеса также существует возможность участия в импортных операциях и реализовывать свою продукцию на иностранных рынках является крайне важным аспектом, поскольку позволит увеличить объемы производства.

В развитых странах экспертами определяется в промышленном секторе соответствующие роли малым и средним предприятиям. Согласно статистическим данным в Японии и США доля малых и средних предприятий в 2020 году составляла 30%, в Италии данный показатель составлял 20-25%, В Нидерландах и Германии — 40%. Помимо этого, следует принять во внимание, что данная доля малых и средних предприятий в экспорте увеличится почти в двое, если учитывать их участие при производстве продукции крупных корпораций.

Интернациональная продажа и торговля технологиями является основной сферой, в которой задействованы малые и средние предприятия. Помимо этого, в металлургической, химической отраслях, а также в машиностроении малый бизнес принимает активное участие, поскольку является поставщиком ряда продукции для компаний.

Факторы конкурентоспособности у малого бизнеса:

- Более эффективное управление, чем у крупного бизнеса;
- Малые затраты;
- Более легкая смена типа бизнеса;

- Уменьшение количества барьеров для ухода с рынка.

Малые предприятия считаются инновационными, поскольку на руководство этих компаний больше влияют стимулы (например, самореализация).

Небольшие компании более конкурентоспособны и менее бюрократичны. Дополнительные меры по развитию малого бизнеса по всему миру, а также ряд серьезных изменений бизнес-среды запланированы до 2025 года:

- Устойчивое развитие станет предпосылкой для успешного развития бизнеса;
- Рабочие места в традиционном понимании постепенно исчезнут (Внештатная занятость, контрактники, специалисты, совместители станут новым регулированием на рынке труда, что повысит эффективность, результативность и бизнес с точки зрения предпринимателей, на 40% к 2020 году);
- Дешевле и легче можно будет организовать свой средний или малый бизнес;
- Активизируется сотрудничество между бизнесом, имеющим как крупные, так и малые размеры;
- Уменьшается у малого и среднего бизнеса показатель среднего размера.

Исходя из вышеизложенного, следует сделать вывод о важной роли, которую играют малые и средние компании в экономиках развитых стран. Работать с крупным бизнесом и активно развиваться малым и средним компаниями позволят ряд преимуществ, которые у них есть перед крупными предприятиями. Принятого в мировой практике единого определения у малого среднего бизнеса, несмотря на долгий путь развития, до сих пор не существует.

При этом используются экономические, правовые, административно-организационные методы, социально-психологические и культурно-

нравственные методы. Такие важные экономические категории играют ключевую роль в обеспечении правильного и целенаправленного ведения государственного экономического процесса, как налог, прибыль, заработная плата, процент, цена, кредит и т. д.

Отметим, что в реальном мире государственное регулирование экономики отдает предпочтение следующим основным моделям.

Модель американская. С этой моделью управление экономической деятельностью государства осуществляется самостоятельно. В то же время меры экономического регулирования сосредоточены на постоянном росте цепочки поставок и спроса внутри цепочки поставок. Государство предпринимает нужные шаги для разработки нормативных актов и создания здоровой рабочей среды, создания благоприятных условий для предпринимательства и реализации соответствующих мер регулирования.¹

Модель японская. Главная цель — осуществление централизованных контрольных мероприятий в процессе развития страны в такой сфере как социально-экономическая. Основное содержание, несмотря на уникальные особенности японской модели, заключается в повышении человеческого потенциала для реализации поставленных целей на основе глубокой приверженности государственному, рыночному, общественному и организационному управлению.

Модель немецкая. Принимаются меры по обеспечению эффективной социальной защиты граждан путем использования рыночных методов управления (конкурентных принципов) в управлении экономикой страны.²

Модель шведская. Обеспечивает более активный государственный контроль над социально-экономическим развитием страны. В этом случае основой экономики государства станут стратегические дорожные карты,

¹OECD. Entrepreneurship at a Glance 2017. Paris: OECD Publ., 2017. doi: https://dx.doi.org/10.1787/entrepreneur_aag-2017-en.

²Gibson T., van der Vaart H.J. Defining SMEs: A Less Imperfect Way of Defining Small and Medium Enterprises in Developing Countries. Brookings Global Economy and Development, 2008. URL: https://www.brookings.edu/wpcontent/uploads/2016/06/09_development_gibson.pdf.

распределение и перераспределение доходов, повышение уровня жизни людей и другие подобные адресные меры.

В 2020 году в крупных компаниях работало почти 36% сотрудников, и они внесли наибольший вклад в ВВП (44,2%) и НИОКР (60%). Кроме того, экспортные показатели предприятий с числом занятых более 250 человек традиционно превышают показатели МСП (104 млн долларов против 376 млн долларов) с точки зрения эффекта масштаба. Однако сектор МСП традиционно был важным работодателем во французской экономике. По данным Европейской комиссии, в МСП работает более 10 миллионов человек. С 2010 по 2020 гг. прирост количества МСП достиг почти 30% - с 2 488 542 до 3 130 000 предприятий. Динамика уровня безработицы связана с данными о количестве МСБ с 2011 по 2020 годы: значительный рост уровня безработицы и снижение количества МСБ в связи с притоком беженцев из Сирии в 2015 году. В целом за последние 10 лет уровень безработицы снизился незначительно — на 0,8%.

В региональной структуре среднего и малого бизнеса наблюдается четкая неравномерная дифференциация в пользу столичного региона - лидирует регион Иль-де-Франс (Парижский регион), где сосредоточено 662 674 предприятия или 23% от общего числа предприятий. Следующие регионы: Рона-Альпы - 295 885 предприятий (10,2%); Прованс-Альпы-Лазурный Берег - 283 106 предприятий (9,86%); Аквитания - 148 959 предприятий (5,19%); Южные Пиренеи - 131 705 предприятий (4,59%)³.

За последнее десятилетие 20% МСП во Франции внедрили хотя бы одну продуктовую инновацию и около 21% — технологическая инновация. У крупных компаний эти показатели выше — 55% и 49% соответственно. Что касается инновационных продуктов и процессов, французские МСП не

³JDN — Les entreprises par région en France. URL: http://www.journaldunet.com/management/repere/entreprises_france_type.shtml (дата обращения: 20.04.2022).

отстают от среднего показателя по ЕС⁴. Нужно сказать, что современные показатели во многом являются результатом активной инновационной деятельности, начавшейся во Франции еще в конце XX века с подписания «Закона об инновациях и научных исследованиях №99-587 от 12 июля 1999 года», далее дополненного Законом №2006-450 от 18 апреля 2006 года о руководстве исследованиями. Благодаря хорошо сформированной и развитой правовой базе французские МСП активно сотрудничают друг с другом и с более крупными фирмами в проектах НИОКР бизнес-кластеров.

В последнее время в глазах иностранных бизнесменов Франция считалась туристическим и культурным центром, куда можно поехать лишь ненадолго и отдохнуть от активной работы. В большинстве случаев люди не думали начинать бизнес во Франции, чтобы переехать в Европу. Кстати, работать или учиться в одном из французских университетов можно было бесплатно.

Пандемия стала черным лебедем, ускорившим существующую тенденцию: переоценка жизни и создание «предпринимательского ренессанса». Согласно недавнему опросу владельцев малого бизнеса, главные вещи, в которых им было трудно ориентироваться, когда они только начинали свой бизнес, были следующими:

- Привлечение клиентов (50%)
- Продажи/развитие бизнеса (41%)
- Обеспечение финансирования (41%)
- Налоговая декларация (государственная или федеральная) (40%)
- Юридические требования (39%)
- Разработка и обслуживание веб-сайтов (34%)
- Бухгалтерский/финансовый учет (34%)

⁴KfW — SME Investment and Innovation – France, P. 29-30. URL: <https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Studien-und-Materialien/SME-Investment-and-Innovation-October-2015.pdf> (дата обращения: 28.04.2022)

Несколько лет назад ситуация резко изменилась, когда правительство Франции начало принимать меры по улучшению бизнес-среды в стране. В результате давление бюрократической машины ослабло, многие препятствия для создания новых компаний были устранены, многие предприниматели устремились во Францию. Это неудивительно. В стране стабильная экономика с низкими процентными ставками по кредитам, прозрачная правовая система и эффективный банковский сектор.

Главное преимущество Франции как площадки для коммерческой деятельности — стабильная экономика и четкие правила игры. Эти две вещи являются основой деловой привлекательности любой страны, особенно Франции, ведь экономика страны входит в список G-7 самых развитых стран мира. (Франция на шестом месте по объему ВВП) и ее законодательство считается одним из самых консервативных - не склонным к резким изменениям.

Список использованных источников

1. OECD. Entrepreneurship at a Glance 2017. Paris: OECD Publ., 2017. doi: https://dx.doi.org/10.1787/entrepreneur_aag-2017-en.
2. Gibson T., van der Vaart H.J. Defining SMEs: A Less Imperfect Way of Defining Small and Medium Enterprises in Developing Countries. Brookings Global Economy and Development, 2008. URL: https://www.brookings.edu/wpcontent/uploads/2016/06/09_development_gibson.pdf.
3. JDN — Les entreprises par région en France. URL: http://www.journaldunet.com/management/repere/entreprises_france_type.shtml (дата обращения: 20.04.2022).
4. KfW — SME Investment and Innovation – France, P. 29-30. URL: <https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Studien-und-Materialien/SME-Investment-and-Innovation-October-2015.pdf> (дата обращения: 28.04.2022)