

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Ю. А. Короленко
Научный руководитель: О. А. Ковалевич

Брестский государственный технический университет
Республика Беларусь, г. Брест, ул. Московская, 267
kavalevka@mail.ru

В статье проанализированы основные критерии отнесения предприятий к малому и среднему бизнесу, приведено сравнение с крупными предприятиями. В разных странах критерии отнесения различны. Сложность определения критериев заключается и в том, что они не могут быть равнозначны для всех отраслей экономики.

Ключевые слова: малое и среднее предпринимательство, численность работников, объем годового оборота.

FEATURES OF THE FUNCTIONING AND DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES

Yu. A. Korolenko
Scientific supervisor: O. A. Kovalevich

Brest State Technical University
Republic of Belarus, Brest, Moskovskaya str., 267
kavalevka@mail.ru

The article analyzes the main criteria for classifying enterprises as small and medium-sized businesses, and provides a comparison with large enterprises. The criteria for attribution vary from country to country. The difficulty of defining criteria lies in the fact that they cannot be equivalent for all sectors of the economy.

Keywords: small and medium-sized enterprises, number of employees, annual turnover.

Предпринимательством считается любая самостоятельная систематически совершаемая коммерческая активность. Это значит, что предпринимательская деятельность направлена на получение прибыли за продажу товаров, работ, услуг, предоставление имущества в пользование и так далее. Независимо от того, как ведется работа, она должна быть зарегистрирована в соответствии с законодательством.

Предпринимателям необходимо понимать разницу между всеми формами ведения бизнеса, чтобы правильно организовать свою деятельность. Каждая из форм имеет свои уникальные черты и особенности. Однако любое предприятие становится участником рыночных отношений. Предприятия всегда зависят от изменений на рынке своих товаров, от объемов продаж. Они должны подстраиваться под рыночные тренды и изменения конъюнктуры, чтобы оставаться востребованными со стороны потребителей. Все это важно для предприятия, независимо от его размера, количества клиентов, годового оборота. Таким образом, к общим чертам, характерным для всех предпринимательских структур, можно отнести:

1. Правовой аспект ведения деятельности: вести предпринимательскую деятельность без учета организационных и юридических норм запрещается.

2. Экономический аспект ведения деятельности: главная цель любой коммерческой организации – получение прибыли (систематическое). Предприятия должны участвовать в экономике страны, на территории которой находятся, участвовать в развитии экономики (в том числе используя новые технологии, инновации и др.).

Размеры предприятия определяют множество уникальных критериев его функционирования. Небольшие фирмы государство, как правило, поддерживает, снижая налоги и другие обязательные платежи, к большим – предъявляет больше требований, поскольку они приносят намного больший доход.

Основные различия между всеми типами ведения предпринимательской деятельности представлены в табл. 1.

Таблица 1 – Основные различия между малым, средним и крупным предпринимательством [1]

Признак	Малое предпринимательство	Среднее предпринимательство	Крупное предпринимательство
Широта охвата	Одно предприятие	Сеть фирм в городе или стране	Сеть фирм, филиалов в разных городах страны, за рубежом
Способность быстрой адаптации к рыночным условиям	Легко подстраивается под изменения	Медленно адаптируется к меняющимся рыночным условиям	Может сам являться причиной изменения рыночных трендов
Количество работников	До 100 сотрудников	100-250 сотрудников	Более 251 сотрудник
Получение внешнего финансирования (кредита)	Трудности в получении любой суммы	Трудности в получении займов на большие суммы	Трудности в получении кредитов отсутствуют

В табл. 1 не указан еще один основной критерий различия – годовой доход предприятия или годовой оборот. В некоторых странах данный критерий на законодательном уровне используется для отнесения компании в малый, средний или крупный бизнес.

Малый бизнес на сегодняшний день является самым распространенным. Его проще организовать, к нему меньше требований со стороны учета и функционирования в целом. Постепенно размеры предприятия могут увеличиваться (до среднего) за счет роста годового оборота и привлечения большего количества ресурсов, в том числе трудовых.

Вопреки распространенному мнению, к малому предпринимательству относятся не только ИП, но и небольшие компании, в штате которых находится около 50 человек. Критерии и требования к субъектам малого предпринимательства зависят от национального законодательства страны, в которой зарегистрирован субъект хозяйствования, и меняются от страны к стране. Тем не менее, можно выделить основные особенности, характерные для малого предпринимательства [1]:

1. Ограниченный список видов деятельности, которыми могут заниматься субъекты малого предпринимательства. Как правило, малый бизнес характерен для таких сфер экономики, как бытовые услуги населению, магазины, туристические агентства, небольшие производства и небольшие стоматологические клиники, частные учебные заведения, специализирующиеся на курсах и др.

2. Отсутствие регистрации в качестве субъекта малого предпринимательства и необходимости подтверждать статус специальными документами. Статус субъекта малого бизнеса определяется годовым оборотом, средним количеством работников за год, долевым соотношением к уставному капиталу и прочее (в зависимости от страны регистрации).

3. Географически небольшая область обслуживания клиентов. Также можно говорить и о небольшой площади помещения, занимаемой самим предприятием.

4. Упрощенное ведение учета и послабления в требованиях ведения бизнеса, минимальное количество проверок со стороны государственных органов. Контролирующие органы

могут предоставлять небольшим компаниям и ИП надзорные каникулы или снижать частоту проведения проверяющих мероприятий.

Наиболее распространенные организационно-правовые формы малого предпринимательства – общества, партнерства, кооперативы, хозяйства (крестьянские и фермерские), индивидуальные предприниматели.

Компании, относящиеся к среднему бизнесу, отличаются от малого бизнеса зоной охвата продаж. Такие предпринимательские структуры могут включать в себя несколько предприятий, создавая производственную или торговую сеть, которая способна обслуживать большую клиентскую аудиторию. Сетевые могут работать на территории одной области и не выходить на рынок соседней. К отличительным чертам, характерным для субъектов среднего предпринимательства, можно отнести [1, 2]:

1. Большой штат сотрудников по сравнению с малым бизнесом. Количество сотрудников для среднего предпринимательства, как правило, составляет от 101 до 250 человек.

2. Предприятия среднего бизнеса ориентированы на повышение качества реализуемого товара или качества предлагаемых услуг. Это связано с высокой конкуренцией на рынках сбыта и отсутствием поддержки предпринимательства со стороны государства в той мере, которая предоставляется малому бизнесу.

3. Медленная адаптация к меняющимся рыночным условиям. Это связано с отсутствием большого объема собственных ресурсов, таких как финансовые, трудовые (высококвалифицированные) и материальные, невозможностью конкурировать с крупным бизнесом на равных условиях.

4. Ограничения по объему годового оборота предприятия, при превышении которого в зависимости от резиденства субъект хозяйствования лишается части предоставляемых льгот со стороны государства, ему необходимо менять организационно-правовую форму собственности или выдвигаются другие условия.

Такая форма предпринимательства свойственна сетевым торговым компаниям, строительным фирмам, крупным медицинским центрам. В мировой экономике именно средние организации играют самую большую роль, принося государству примерно треть всех доходов. Следует отметить, что особых налоговых послаблений или других поддерживающих мероприятий по сравнению с малым бизнесом в отношении их не проводится [1].

Субъектами среднего бизнеса могут быть организации и ИП. К компаниям среднего бизнеса могут принадлежать: общества с ограниченной или дополнительной ответственностью, акционерные общества, хозяйственные партнерства, производственные кооперативы, потребительские кооперативы, крестьянские или фермерские хозяйства.

Крупным предприятием может называться компания, работающая не в рамках одного конкретного территориального рынка, а в нескольких регионах страны или на международном рынке. К таким предприятиям относятся компании, производящие существенную часть всех товаров или услуг в своей отрасли, у них всегда есть большое количество конечных потребителей. Объемы производства отражаются в количестве сотрудников, продажах, годовом обороте.

Одними из самых известных представителей крупного бизнеса являются фирмы Apple, Bosch, Samsung, Coca Cola, BMW. Большинство крупных предприятий – акционерные общества. Поскольку работать им приходится во многих странах, они должны придерживаться международного законодательства и учитывать нормы каждого конкретного рынка. Следует отметить, что акции таких компаний могут принадлежать не только частным лицам, но и государству.

Основой успеха для мелкого бизнеса являются сотрудники, в том числе занимающие руководящие должности и четкий заранее заготовленный план развития. Среднему предпринимательству необходимо научиться быстро реагировать на изменяющиеся экономические условия, а также наладить эффективный менеджмент в организации, особое внимание уделив руководящему составу. Крупному бизнесу необходимо активно использовать стратегическое планирование, иметь проработанную стратегию, которая позволит оставаться конкурентоспособным на длительный срок.

Если сравнивать все формы предпринимательства в части достоинств и недостатков, то в более выигрышном положении все же находятся крупные предприятия, поскольку их недостатки компенсируются большими продажами, оборотами и, соответственно, прибылью.

Список использованных источников

1. Бобков, О. Малый, средний и крупный бизнес: что это такое, определения, отличия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cleverence.ru/articles/biznes/malyu-sredniy-i-krupnyu-biznes-chto-eto-takoe-opredeleniya-otlichiya/>. – Дата доступа: 11.11.2023.

2. Балашевич, М. И. Тенденции развития малого и среднего бизнеса в глобальной экономике / М. И. Балашевич, Лю Сяомэй // Белорусский экономический журнал. – 2012. – № 2. – С. 123–132.

References

1. Bobkov, O. Malyj, srednij i krupnyj biznes: chto eto takoe, opredeleniya, otlichiya [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <https://www.cleverence.ru/articles/biznes/malyu-sredniy-i-krupnyu-biznes-chto-eto-takoe-opredeleniya-otlichiya/>. – Data dostupa: 11.11.2023.

2. Balashevich, M. I. Tendencii razvitiya malogo i srednego biznesa v global'noj ekonomike / M. I. Balashevich, Lyu Syaomej // Belorusskij ekonomicheskij zhurnal. – 2012. – № 2. – S. 123–132.

© Korolenko Yu.A., Kovalevich O.A., 2023

УДК 339.5

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ: ПУТИ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

А. М. Корс

Научный руководитель: С. Ф. Куган, к. э. н., доцент

Белорусский государственный экономический университет
Республика Беларусь, г. Минск, Партизанский просп., 26
Anya_kors@mail.ru

Наличие конкурентных преимуществ у каждого предприятия является основой их деятельности, это то, что отличает их от конкурентов. Чтобы превзойти конкурентов и, как следствие, установить конкурентное преимущество, предприятие должно не только постоянно оценивать и анализировать свои слабые и сильные стороны, выявлять возможные риски и потенциальные возможности, но и искать новые пути совершенствования своей деятельности для повышения уровня конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкурентные преимущества; конкуренция; конкурентоспособность; предприятие.

COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE ENTERPRISE: WAYS OF THEIR CREATION AND IMPROVEMENT

A. M. Kors

Scientific supervisor: S. F. Kugan, candidate of economic sciences, assistant professor

Belarusian State Economic University
Republic of Belarus, Minsk, Partizansky Avenue 26
Anya_kors@mail.ru