

РОЛИ И ФУНКЦИИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Медведева Александра Константиновна

студент, Краснодарский филиал РЭУ имени Г.В. Плеханова РФ, г. Краснодар

Живтяк Мария Геннадьевна

студент, Краснодарский филиал РЭУ имени Г.В. Плеханова РФ, г. Краснодар

Насыбулина Вероника Павловна

научный руководитель, кафедра экономики и цифровых технологий, канд. экон. наук, доцент,
Краснодарский филиал РЭУ имени Г.В. Плеханова, РФ, г. Краснодар

Аннотация. В статье указано, что развитие малого и среднего бизнеса является одним из приоритетных направлений в экономической политике любого государства с развитой экономикой. Основные критерии определения малого бизнеса (численность работников и объем реализации предприятий) приведены в статье. Также рассмотрены функции малых и средних предприятий.

Ключевые слова: Малый бизнес, экономика, социальная функция, экономическая функция, инновационная и культурная функция, структурная функция.

Мы делим предприятия в зависимости от их размера на малые, средние и крупные. Для определения размера компании могут использоваться различные критерии. В литературе использовалось их деление на количественные и качественные критерии размера, при этом их сочетание рекомендуется для объективной оценки размера предприятия.

К качественным критериям относятся: Организационная структура компании; Позиция на рынке; Местонахождение компании; Отношения между собственностью и управлением и другими.

Наиболее часто используемые количественные критерии: Количество работников; Оборот; Имущество или капитал; Выгода.

Для классификации субъектов предпринимательства используется прибыль согласно финансовой отчетности и среднесписочная численность работников за прошедший год.

К малому предпринимательству относятся юридические лица, которые соответствуют критериям:

- Размер штата не превышает 100 сотрудников (включительно).
- Годовой доход от продажи товаров или услуг не превышает 800 миллионов рублей.
- Более 49% от уставного капитала или контрольного пакета акций не принадлежит крупному юридическому лицу.

В отдельную категорию выделяют микропредприятия. Это организации, в которых работает

до 15 сотрудников (включительно). Годовой доход от продажи товаров или оказания сервиса не должен превышать 200 миллионов рублей.

Маленькие компании обычно принадлежат начинающим предпринимателям и работают в одном помещении. Для них характерны следующие виды деятельности: магазин у дома, аптека, салон красоты, кафе или ресторан, развлекательный центр.

К среднему предпринимательству относятся субъекты, соответствующие критериям:

- Численность сотрудников не превышает 250 человек (включительно).
- Годовой доход от предпринимательства не превышает 2 миллиардов рублей.
- Более 49% не принадлежит крупному юридическому лицу.

Установленным критериям соответствуют компании, работающие по принципам сети. К типичным представителям относятся сетевые магазины, аптеки, салоны красоты, рестораны, действующие в пределах населенного пункта. К ним же относятся заводы с небольшим объемом производства.

Статус субъекта предпринимательства определяется на основе документов, которые он подает в ФНС. Принципы классификации одинаковы для всех юридических лиц, вне зависимости от сферы деятельности и формы собственности.

Экономика любого государства не может нормально развиваться без оптимального сочетания крупного, среднего и малого бизнеса. Это доказывает вся история экономического развития ведущих стран мира.

В трансформирующихся странах малые и средние предприятия считаются стабилизирующим фактором, способствующим решению экономических, политических и социальных проблем. Они способны выполнять многие задачи.

Малые и средние предприятия выполняют следующие функции:

- Социальная функция. Малые и средние предприятия дают каждому гражданину возможность свободно решать, стать ли наемным работником или основать собственную компанию. Они дают им возможность построить свою профессиональную жизнь или реализовать свои личные планы. Они являются стабилизатором демократии.
- Экономическая функция. Малые и средние предприятия способствуют поддержанию конкурентоспособности рынка, предоставляя участникам рынка свободный выбор. Они стабилизируют экономику государства и региона, т.е. гашение тенденций к рецессии или, наоборот, перегрева экономики. Они помогают эффективно распределять национальную экономическую базу, а их присутствие обеспечивает конкурентный контроль.
- Функция поставщика. Малые и средние предприятия стали поставщиками товаров и услуг. Не только для конечных потребителей, но и для компаний в таких важных отраслях, как автомобилестроение, машиностроение, электротехника. Они способны очень быстро адаптироваться к изменяющимся требованиям клиентов.
- Структурная функция. Благодаря своей гибкости они уменьшают региональные различия в возможностях трудоустройства, пенсиях, предложениях, услугах и транспорте. Они являются частью местного управления и могут реагировать на местные требования.
- Функция работодателя. Положительная функция этих предприятий в сохранении существующих рабочих мест и в создании рабочих мест. Эти предприятия также смогли поглотить количество рабочих, уволенных с крупных государственных предприятий в период преобразований. Они нанимают жителей даже в непривлекательных регионах. Они поглощают безработных в виде мелких предпринимателей. Тем самым они дают возможность преодолеть неоправданные социальные различия.
- Инновационная и культурная функция. Инновационная функция является очень важным направлением деятельности малых и средних предприятий. Инновации

характерны для тех компаний, которые находятся на начальных этапах жизненного цикла, т.е. производство медицинских изделий, телекоммуникации, биотехнологии. Они также способствуют росту культурного уровня жителей, обучая рабочих новым профессиям и развивая предпринимательские навыки.

В последние годы наблюдается резкий скачок роста малого бизнеса. В качестве примера привожу:

Канада - малые предприятия с менее чем 100 сотрудниками составляют 99% предприятий.

В связи со специфическим положением малых и средних предприятий акцент делается на развитие и поддержку малых и средних предприятий. «Однако необходимо подчеркнуть, что речь должна идти о поддержке конкурентоспособности и эффективном вовлечении малых и средних предприятий в кооперационные отношения»

К предпосылкам конкурентоспособности, в частности, относятся: качество и инновации продуктов, технологий и услуг, инновации в управлении процессами, партнерские отношения с поставщиками и клиентами, эффективная маркетинговая деятельность, совершенная информационная система, соблюдение стандартов качества, защита окружающей среды и этический кодекс. в бизнесе, применение обучения организации управления знаниями.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 24 июля 2007 г. N 209-ФЗ "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" (с изменениями и дополнениями)
2. 2. Лапуста М.Г. Малое предпринимательство: Учебник / Ю.Л. Старостин. - М.: ИНФРА - М, 2012.
3. 1. Шайдуллова А. И., Быкова Н. Н. Роль малого бизнеса в экономике России // Вестник НГИЭИ. 2015.
4. Малый бизнес в России. Топеев В.Б. LAMBERT Academic Publishing, 2014.