

УДК 316.334.2

**Д.А. Пономарева****D.A. Ponomareva**

Пермский национальный исследовательский политехнический университет,  
г. Пермь, Российская Федерация

Perm National Research Polytechnic University, Perm, Russian Federation

## **ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

### **FACTORS FOR THE DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES**

Важнейшими составляющими современного российского предпринимательства являются малое и среднее предпринимательство, так как в обеспечении экономического роста и стабильности страны в целом играют далеко не последнюю роль. В условиях социально-экономической, политической нестабильности особенно актуально изучение факторов развития предприятий данного сектора для регулирования и поддержки предпринимательской деятельности, а также для своевременного реагирования и адаптации к изменениям, происходящим в социально-экономической среде. В статье рассматриваются особенности внутренней и внешней предпринимательской среды, анализируются проявления внешних и внутренних факторов, влияющих на развитие малых и средних предприятий, на основе вторичного анализа массива данных ФОМ.

**Ключевые слова:** малое предпринимательство, среднее предпринимательство, предпринимательская среда, факторы развития, бизнес.

The most important components of modern Russian entrepreneurship are small and medium-sized enterprises, as they play an important role in ensuring economic growth and stability of the country as a whole. In the conditions of socio-economic, political instability, it is especially relevant to study the factors of development of enterprises in this sector to regulate and support entrepreneurial activity, as well as for timely response and adaptation to changes occurring in the socio-economic environment. The article considers the features of internal and external entrepreneurial environment, analyzes the manifestations of external and internal factors affecting the development of small and medium-sized enterprises.

**Keywords:** small enterprises, medium-sized enterprises, business environment, development factors, business.

В общей структуре предпринимательской деятельности малое и среднее предпринимательство занимают значимое место. Отличительным является то, что преимуществами предприятий данного сектора в контексте национальной экономики можно назвать то, что посредством деятельности таких предприятий создаются дополнительные рабочие места в большом количестве, поддержива-

ется конкуренция на национальном уровне рынка, рынок, в свою очередь, обеспечивается товарами и услугами, на которые повышен спрос, повышается окупаемость инвестиций, сохраняется возможность оперативного влияния на изменение структуры национальной экономики, а также своевременного реагирования на изменения конъюнктуры современного рынка и адаптацию к ним.

Нельзя не учитывать тот факт, что предпринимательство в России – относительно новый феномен, становление и развитие которого опосредовано различными особенностями, среди которых основной является то, что в нашей стране долгое время образ предпринимателя и в целом его деятельность не рассматривались в рамках легитимности, следовательно, на уровне государства не было создано ни правовых, ни экономических условий, которые способствовали бы развитию предпринимательства [1].

Однако в настоящее время на развитие предпринимательства, особенно на национальном уровне, направляется огромное количество различных ресурсов и мер. Так, одним из их проявлений является утверждение стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 г. (утв. распоряжением Правительства РФ от 2 июня 2016 г. № 1083-р) [2].

При классификации предприятий принято ориентироваться по трем показателям предпринимательской деятельности: критерий численности, критерий выручки, а также критерий участия в уставном капитале малых и средних предприятий некоторых видов учредителей, суммарная доля участия в уставном капитале – не более 25 %.

Так, микропредприятие – предприятие, выделяемое среди малых предприятий, с численностью сотрудников не более 15 человек, с годовым доходом не более 120 млн руб.

Следовательно, малым предприятием будет называться предприятие с численностью до 100 человек включительно и с годовым доходом не более 800 млн руб.

В свою очередь, среднее предприятие – предприятие, с численным составом сотрудников от 101 до 250 человек включительно, а годовой доход такого предприятия не должен превышать 2 млрд руб. [3].

По данным единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства, на данный момент в России 6 329 644 микропредприятий, 213 214 малых предприятий и 18 724 средних предприятий [4].

Основными сферами экономической деятельности по численности работников в рамках малых предприятий основными сферами являются оптовая и розничная торговля, обрабатывающие производства и строительство, в рамках

микропредприятий к перечисленному списку сфер также можно отнести профессиональную, научную и техническую деятельность, а при определении сфер занятости в рамках средних предприятий, помимо выше обозначенных сфер, стоит отметить распространенность сельского, лесного хозяйства, охоты, рыболовства [5].

В целом зачастую предприятия малого и среднего бизнеса и результаты их деятельности относят к факторам, обеспечивающим экономический рост и стабильность, именно поэтому изучение и дальнейшее формирование предпринимательской среды малого и среднего бизнеса в современных условиях актуально и важно как с экономической, так и с политической точки зрения.

Предпринимательскую среду в целом можно обозначить как совокупность факторов, посредством которых формируется предпринимательство, а также создаются условия, способствующие его экономическому развитию. На способность предпринимательства развиваться, осуществлять деятельность и на степень активности этой деятельности оказывает влияние эффективность функционирования предпринимательской среды.

В целом совокупность благоприятно сложившихся экономической, политической, правовой, социальной-экономической ситуаций, которые в комплексе обеспечивают экономическую свободу, комфорт и доступность реализации предпринимательской деятельности, можно обозначать как предпринимательскую среду [6].

Различают внешнюю и внутреннюю предпринимательскую среду, внешняя – это внешние факторы и условия, которые влияют на развитие предпринимательства и деятельность предпринимателя, но оказывают влияние независимо от воли самих предпринимателей. А внутренняя среда формируется из контекста деятельности и посредством действий самого предпринимателя.

Факторы как внешней, так и внутренней среды оказывают непосредственное влияние на предпринимательскую деятельность. К факторам внешней среды можно отнести политические, экономические, социально-культурные и технологические изменения, например, уровень инфляции, внедрение санкций и ответные меры на них, курс национальной валюты, законодательная деятельность государства, положение страны на геополитическом уровне, непредвиденные стихийные бедствия, катастрофы, то есть все то, что произойдет независимо от деятельности фирмы.

К внутренним факторам можно отнести организационную структуру, систему ценностей организации, стиль управления, систему организации, состав

работников, профессиональный уровень рабочих и служащих, их мотивацию, состояние здоровья сотрудников и др.

В целом своевременное изучение факторов внешней и внутренней среды и их влияния на развитие предприятий позволяет сориентироваться и грамотно адаптироваться к новым вызовам, которые в дальнейшем могут возникнуть в условиях социально-экономической нестабильности, а также позволяет более детально изучить аспекты развития предприятий с целью последующего его регулирования.

С 2021 г. ФОМ проводит исследование, включающее ежеквартальный опрос около 700 участников Лонгитюда Малого Бизнеса ФОМ – респондентов, найденных в ходе общероссийских репрезентативных опросов, оказавшихся предпринимателями (ООО или ИП) и согласившихся регулярно отвечать на вопросы о себе и своем бизнесе на протяжении 10 лет [7].

Автором был проведен вторичный анализ массива исследования ФОМ.

В последней волне исследования в третьем квартале 2023 г. в исследовании приняли участие 751 респондент, большинство из которых – представители микропредприятий (68 %), почти четверть опрошенных не смогли определить уровень предприятия (23 %), также были опрошены представители малых (8 %) и средних (1 %) предприятий. Стоит отметить, что большинство участников опроса – мужчины (74 %), чуть больше четверти опрошенных (26 %) – женщины, что в целом подтверждает тенденцию того, что мужчины чаще являются предпринимателями, чем женщины.

Почти половина опрошенных (48 %) отметили, что доход от их бизнеса не изменился по сравнению с прошлым кварталом, чуть больше четверти респондентов (26 %) заявили о том, что доход стал выше, и почти равная доля опрошенных (24 %) отметили, что доход стал ниже, большая доля респондентов с изменившимся доходом в качестве причин изменений отмечают сезонный характер бизнеса (41 %), также чуть больше трети респондентов с меняющимся доходом (36 %) заявляют о том, что изменилась общая экономическая ситуация (спрос, деловая активность и т.д.), о том, что произошли внутренние изменения в собственном бизнесе заявили 14 % респондентов с изменившимся уровнем дохода.

Большинство респондентов (52 %) отмечают, что ставят текущие задачи перед своим бизнесом, тогда как другая часть респондентов (45 %) отказываются от постановки задач перед своим бизнесом. Отметим, что с увеличением размера предприятия растет доля тех, кто ставит цели перед ведением бизнеса (табл. 1.).

Таблица 1

Постановка задач перед ведением бизнеса респондентами из разных типов предприятий, в % от опрошенных, выделенных по типу предприятия (сост. автором на основании анализа данных [7])

Текущие задачи перед ведением бизнеса...	Микропредприятие, %	Малое предприятие, %	Среднее предприятие, %
...ставил(а)	49,2	74,0	77,8
...не ставил(а)	48,4	26,0	22,2
Затрудняюсь ответить	2,4	0,0	0,0
Всего	100,0	100,0	100,0

Прим.: статистическая значимость по критерию хи-квадрат составляет 0,008.

Отвечая на вопрос о бизнес-стратегии предприятия, большинство респондентов (61 %) отмечают такую стратегию своего бизнеса, как «сохранение», можно предположить, что на данный момент у таких предприятий нет глобальных проблем, которые заставляли бы их выживать, но и дополнительных ресурсов, которые можно было бы направить на развитие предприятия и его дальнейший рост тоже нет, 1/5 опрошенных (21 %) скорее всего находятся в затруднительном положении, осуществляя предпринимательскую деятельность, так как в качестве стратегии отмечают «выживание», тогда как стратегию «рост» отметили 17 % респондентов. Это объясняется при проверке влияния фактора материального положения респондентов, так, удалось выяснить, что с ростом материального положения сокращается доля респондентов, описывающих стратегию своего бизнеса как «выживание» (32 % опрошенных с низким материальным положением, 20 % респондентов со средним и 15 % опрошенных с высоким материальным положением), наблюдается и обратная зависимость, когда с ростом материального положения растет доля респондентов, отмечающих в качестве стратегии своего предприятия «рост» (11 % опрошенных с низким материальным положением, 16 % респондентов со средним и 24 % опрошенных с высоким материальным положением).

Почти половина опрошенных (45 %) отмечают, что занимаются бизнесом, чтобы прокормить себя и семью, что является показателем вынужденного предпринимательства, чуть больше четверти респондентов (26 %) отмечают, что занимаются бизнесом для самореализации, и чуть меньше четверти опрошенных (23 %) в качестве основного мотива ведения бизнеса отметили высокий доход. Примечательно, что женщины, а к тому же большинство женщин (55 %), чаще отмечают, что они занимаются бизнесом, чтобы прокормить себя

и семью, чем мужчины (41 %), которые (28 %), в свою очередь, чаще представительниц противоположного пола (22 %) занимаются бизнесом ради самореализации, а также мужчины (24 %) чаще отмечают мотив высокого дохода в отличие от женщин (20 %).

Также показателен и фактор типа предприятия – отметим, что для большей части владельцев микропредприятий (49 %) основным мотивом является необходимость прокормить себя и семью, большая часть представителей малых и средних предприятий в качестве основного мотива ведения бизнеса отметили самореализацию (40 и 62 % соответственно), отметим, что с ростом предприятия, доля респондентов, которые самореализуются, осуществляя предпринимательскую деятельность, увеличивается, здесь наблюдается и обратная зависимость, когда сокращается доля тех, кто осуществляет вынужденное предпринимательство, то есть отмечает, что ведение бизнеса обусловлено необходимостью прокормить себя и семью (табл. 2).

Таблица 2

Мотивы ведения бизнеса респондентов из разных типов предприятий, в % от опрошенных, выделенных по типу предприятия (сост. Автором на основании анализа данных [7])

Мотивы ведения бизнеса	Микропредприятие, %	Малое предприятие, %	Среднее предприятие, %
Самореализация	25,1	40,3	62,5
Высокий доход	20,8	29,0	25,0
Чтобы прокормить себя и семью	48,7	25,8	12,5
Затрудняюсь ответить	5,3	4,8	0,0
Всего	100,0	100,0	100,0

Прим.: статистическая значимость по критерию хи-квадрат составляет 0,006.

Также затрагивая внутреннюю среду деятельности малых предприятий, по полученным данным отметим, что 4 из 10 опрошенных предпринимателей (43 %) не арендуют рабочие площади, остальные арендуют, и почти равная доля опрошенных (42 %) отмечает, что аренда на расходы на аренду рабочих площадей не изменилась, тогда как 15 % респондентов отмечают ее увеличение.

Также стоит отметить, что большинство респондентов (68 %) не использует онлайн-продажи при осуществлении бизнеса, об использовании данного

ресурса заявляет почти треть опрошенных (31 %). Кроме этого, большинство респондентов (57 %) отмечает, что не используют Интернет-решения для продвижения своих товаров и услуг, тогда как 42 % респондентов используют Интернет-решения для продвижения своего бизнеса, аналогичная ситуация наблюдается при организации рабочих процессов и регулирования дистанционных аспектов работы с помощью Интернет-средств, об отказе в использовании заявляет большая часть опрошенных (55 %), тогда как 44 % опрошенных используют данный ресурс. К пользованию электронного документооборота в отношениях с заказчиками и поставщиками прибегает большинство опрошенных респондентов (69 %), тогда как чуть меньше трети опрошенных (30 %) отмечают, что не пользуются данным инструментом для ведения бизнеса.

Так, удалось рассмотреть несколько показателей внутренней среды предпринимательской деятельности, от дохода и мотивации предпринимателей до используемых ими Интернет-ресурсов. Наличие того или иного показателя, его использование и внедрение в деятельность предприятия будут оказывать влияние на предприятие в целом и его дальнейшее развитие.

Далее будут рассмотрены несколько показателей, связанных с проявлениями внешней средой малых и средних предприятий, и то, как, по мнению респондентов, они оказывают влияние на бизнес.

Так, в 2021 г. половина опрошенных респондентов (51 %) отметила, что пандемия коронавируса повлияла на их бизнес, в то же время почти равная доля опрошенных (47 %) отметила, что пандемия не оказала влияния. Также колебания и неустойчивое положение курса рубля, наблюдаемое в 2023 г., по мнению большинства респондентов (56 %), принесли лишь вред их бизнесу, однако 36 % респондентов уверены, что на их бизнес это никак не повлияло, пользу от таких изменений национальной валюты отметили лишь 4 % опрошенных.

В настоящий момент опасения респондентов вызывают санкции, большинство респондентов (65 %) отмечает, что их бизнес зависит от поставок зарубежных материалов, товаров, комплектующих, треть респондентов (34 %) заявляет об обратном.

Также большинство респондентов (62 %) отметило, что на ведение бизнеса также повлияли санкции, введенные в связи со специальной военной операцией, треть опрошенных (34 %) отметила, что на их бизнес введенные санкции не повлияли.

Основными негативными последствиями для бизнеса, которые повлекли за собой санкции, респонденты отмечают уменьшение числа заказов, клиентов (43 %), проблемы с поставками (38 %) и рост издержек бизнеса (36 %) (рис. 1).



Рис. 1. Негативные последствия санкций для бизнеса (в % от числа ответивших)

Анализируя деятельность государства и мер, которые оно предлагает, направленных на поддержку малого и среднего бизнеса в России, можно сказать, что это также является фактором внешней среды. Однако осведомленность о мерах, предоставляемых государством для помощи малому бизнесу, разделили респондентов на две почти равные группы – на тех, кто знает о мерах (48 %), и тех, кому ничего неизвестно об этом (46 %). Анализируя влияние уровня образования респондентов, удалось определить, что с увеличением уровня образования растет доля респондентов, осведомленных о государственных мерах поддержки (знают о мерах 32 % респондентов с образованием



средним общим и ниже, 38 % – со средним специальным, и 52 % – с незаконченным высшим и высшим образованием), соответственно, с повышением уровня образования сокращается доля тех, кто ничего не знает о мерах, предоставляемых государством (63 % респондентов – с образованием средним общим и ниже, 55 % – со средним специальным, и 42 % – с незаконченным высшим и высшим образованием).

Но все же большинство опрошенных (62 %) не слышали о мерах поддержки малого бизнеса в связи с частичной мобилизацией, об обратном заявила треть участников исследования (34 %). Однако большая часть респондентов (47 %) заявляет о том, что такие меры скорее полезны для ведения бизнеса, бесполезными такие меры называют чуть больше трети опрошенных (37 %).

Несмотря на то, что в целом респонденты отмечают, что предлагаемые государством меры могут быть полезными для бизнеса, большинство опрошенных (69 %) вообще не собирается прибегать к обращению за какими-либо мерами поддержки, а о том, что уже обращались или собираются обратиться за мерами поддержки, отметили лишь по 12 % респондентов.

Показательным является следующий момент: оценивая государственную поддержку малого бизнеса как достаточную или недостаточную, большая часть опрошенных (41 %) отмечает, что государство скорее не оказывает поддержки вообще, тогда как четверть опрошенных (25 %) оценивает поддержку государства как скорее недостаточную, и лишь 14 % респондентов оценивают поддержку государства как скорее достаточную. Проверая влияние фактора материального положения на данный показатель, удалось определить, что с увеличением материального положения растет доля респондентов, оценивающих поддержку от государства как достаточную (9 % опрошенных с низким материальным положением, 13 % респондентов – со средним, и 20 % опрошенных с высоким материальным положением), также наблюдается, что с увеличением материального положения сокращается доля тех, кто отмечает, что государство вообще не оказывает поддержки (51 % опрошенных с низким материальным положением, 39 % респондентов – со средним, и 35 % опрошенных с высоким материальным положением). Это говорит о том, что более состоятельные респонденты в целом более лояльно относятся к мерам, которые предпринимает государство для поддержки малого бизнеса.

Что касается конкретизации мер поддержки малого бизнеса, которые может реализовывать государство и которые приносят либо могут принести пользу бизнесу в будущем, то в качестве основных мер респонденты выделяют

налоговые льготы, специальные налоговые режимы (63 %), льготное кредитование (47 %), возможность участия в госзаказе, госзакупках (32 %) (рис. 2).



Рис. 2. Меры государственной поддержки малого бизнеса, которые приносят пользу бизнесу (в % от числа ответивших)

При сравнительной оценке условий для ведения бизнеса, по сравнению с прошлым кварталом, 2/3 респондентов (66 %) отметили, что условия не изменились, по мнению четверти опрошенных (25 %) – условия ухудшились, улучшения условий ведения бизнеса отметили лишь 8 % респондентов.

Ситуация в экономике в целом, по мнению респондентов на момент последнего опроса, следующая: большая доля респондентов (44 %) считает, что экономическая ситуация за последний квартал ухудшилась, однако по сравнению с этим же показателем за 2021 г., данная группа респондентов сократилась. Пик количества респондентов, отмечающих ухудшение ситуации, прихо-

дится на начало 2022 г., вероятно, это обуславливается рядом перемен, происходивших в тот момент как на мировой геополитической арене, так и в нашей стране (табл. 3).

Таблица 3

Динамика оценки ситуации в экономике в целом по волнам опроса, в % от опрошенных (сост. автором на основании анализа данных [7])

Экономическая ситуация	Волна 1 2021, %	Волна 2 2021, %	Волна 3 2021, %	Волна 4 2022, %	Волна 5 2022, %	Волна 6 2022, %	Волна 7 2022, %	Волна 8 2023, %	Волна 9 2023, %	Волна 10
Улучшилась	7,7	12,2	7,3	4,6	13,0	7,2	8,7	11,1	12,0	10,4
Ухудшилась	60,2	51,2	57,7	65,7	54,6	57,9	44,1	38,9	42,5	44,6
Не изменилась	24,3	29,0	26,3	19,9	22,6	26,8	37,8	39,8	36,3	36,6
Затрудняюсь ответить	7,8	7,5	8,7	9,9	9,7	8,2	9,4	10,2	9,3	8,4
Всего	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Вообще, по мнению большинства опрошенных (58 %), на данный момент скорее неподходящее время для начинания ведения бизнеса, тогда как почти треть респондентов (29 %) заявляет, что время вполне подходит для открытия собственного бизнеса.

Однако в целом почти половина респондентов заявляет о том, что в ближайшие полгода-год положение малого бизнеса в России ухудшится, чуть больше четверти (27 %) думают, что ситуация не изменится, а надежду на улучшение ситуации выражают лишь 11 % опрошенных.

Несмотря на скорее негативную оценку экономики в целом, неблагоприятность условий для открытия своего дела и отсутствие надежды на улучшение положения малого бизнеса, большинство опрошенных (92 %) не собирается закрывать свой бизнес [7].

Таким образом, развитие и деятельность малых и средних предприятий обуславливается факторами внешней и внутренней предпринимательской среды. Анализируя проявления внутренней среды, мы можем сравнить доход предприятия, причины его изменения, изучить стратегии и задачи предприя-

тий, мотивационную составляющую его владельцев и сотрудников, используемые предприятием ресурсы и многое другое. Что касается проявлений внешней среды в контексте деятельности предприятий, то зачастую в последнее время описываются такие аспекты, как влияние пандемии, колебания курса рубля, санкции, зависимость от зарубежных ресурсов и материалов. Все перечисленные аспекты так или иначе оказывают влияние на развитие малых и средних предприятий в целом, также влияние может оказывать государство посредством более активного внедрения и развития имеющихся мер по поддержке малого и среднего бизнеса, а также разработки новых, направленных на нивелирование негативных последствий, вызванных изменениями, происходящими в социально-экономической сфере.

### Список литературы

1. Аюпова Е.Д. Факторы развития предпринимательства в России на современном этапе [Электронный ресурс] // Студенческий научный форум: материалы IX Междунар. студ. науч. конф. – 2017. – URL: <https://scienceforum.ru/2017/article/2017039647> (дата обращения: 15.05.2024).

2. Распоряжение Правительства РФ от 2 июня 2016 г. № 1083-р «О Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в РФ на период до 2030 г. и плане мероприятий («дорожной карте») по ее реализации» [Электронный ресурс] // Информационно-правовой портал Гарант.ру. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71318202/> (дата обращения: 15.05.2024).

3. Ноев С.В. Понятие и общая характеристика субъектов малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Юридические науки. – 2008. – № 4. – С. 22–25.

4. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс] // Федеральная налоговая служба. – URL: <https://ofd.nalog.ru/index.html> (дата обращения: 15.05.2024).

5. Малое и среднее предпринимательство в России. 2022 // Росстат. – М., 2022. – 101 с.

6. Заводова Е.А., Разбиралова А.А. Внешняя и внутренняя среда предпринимательской деятельности // Успехи в химии и химической технологии. – 2014. – № 7 (156). – С. 103–105.

7. Лонгитюд малого бизнеса ФОМ [Электронный ресурс]. – URL: <https://smbiz.fom.ru/hub> (дата обращения: 15.05.2024).

### Сведения об авторах

Научный руководитель – **Селеткова Гюзель Ильясовна**, старший преподаватель кафедры социологии и политологии, Пермский национальный исследовательский политехнический университет, e-mail: guzal.ka@mail.ru

**Пономарева Дарья Алексеевна** – магистрант кафедры социологии и политологии гуманитарного факультета, Пермский национальный исследовательский политехнический университет, e-mail: pomarevadasha12@gmail.com

**Финансирование:** исследование не имело спонсорской поддержки.

**Конфликт интересов:** автор и научный руководитель заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Вклад автора: 100 %.

**Получена:** 20.05.2024

**Одобрена:** 24.05.2024

**Принята к публикации:** 29.05.2024

Просьба ссылаться на эту статью в русскоязычных источниках следующим образом: Пономарева, Д. А. Факторы развития малого и среднего предпринимательства / Д. А. Пономарева // *Master's Journal*. – 2024. – № 1. – Art. № 16.

Please cite this article in English as: Ponomareva D. A. Factors for the development of small and medium-sized enterprises. *Master's Journal*, 2024, no. 1. art. no. 16.