

РЕШАЮЩАЯ РОЛЬ МАЛОГО БИЗНЕСА В ЭКОНОМИКЕ США

THE CRITICAL ROLE OF SMALL BUSINESSES IN THE US ECONOMY

P. Gribachev

Summary. The relevance of the article is due to the fact that the development of small business is associated with the commercialization of innovations, cooperation between small and large enterprises, the development of business infrastructure and self-government, and this affects the development of the country's economy and science. The purpose of the article is to analyze the features of the development of small business in the United States, on the basis of statistical data, to substantiate the critical role of this sector of the economy. The systematization and generalization of scientific literature were used as research methods. It is shown that a comprehensively balanced development of small and medium-sized enterprises should be carried out in a well-thought-out strategic direction, creating dynamic enterprises and new jobs, developing physical and institutional infrastructure, restructuring the regional economy, introducing new industries. The decisive role of small business in the US economy with an increase in the efficiency of economic entities, the growth of business culture, and the formation of a positive image of an entrepreneur.

Keywords: small business strategy, economic development, regulatory policy, jobs, competitive advantage.

Грибачев Павел Александрович
Генеральный директор, ООО «Евротранс»
bill83@inbox.ru

Аннотация. Актуальность статьи обусловлена тем, что развитие малого бизнеса связано с коммерциализацией инноваций, кооперацией малых и крупных предприятий, развитием бизнес-инфраструктуры и самоуправления, а это влияет на развитие экономики и науки страны. Целью статьи является анализ особенностей развития малого бизнеса США, на основе статистических данных обоснование важнейшей роли данного сектора экономики, определение основных направлений государственной поддержки малого бизнеса в США с целью адаптации их для России. В качестве методов исследования использовались систематизация и обобщение научной литературы. Показано, что всесторонне сбалансированное развитие малых и средних предприятий должно осуществляться в хорошо продуманном стратегическом направлении, создавая динамичные предприятия и новые рабочие места, развивая физическую и институциональную инфраструктуру, реструктурируя экономику регионов, внедряя новые производства. Решающая роль малого бизнеса в экономике США с повышением эффективности субъектов экономики, ростом деловой культуры, формированием положительного имиджа предпринимателя. Определены основные направления государственной поддержки малого бизнеса в США с целью адаптации их для России: категоризация типов предпринимателей, акцентирование на типе предпринимательства при оказании государственной поддержки, бизнес — инкубаторы, широкая система гарантии кредитов, популяризация данного вида деятельности.

Ключевые слова: стратегия малого бизнеса, экономическое развитие, регуляторная политика, рабочие места, конкурентное преимущество.

Сектор малого бизнеса, благодаря своему участию в создании валового внутреннего продукта (ВВП), создании новых рабочих мест и сокращении числа безработных, относится к стратегическим секторам экономики. Предприятия из анализируемого сектора стимулируют развитие экономики, а их количество и потенциал могут быть одним из показателей оценки экономического роста. Функционирование малого бизнеса в экономике также является проявлением предпринимательства общества. Организации в современном мире являются доминирующей формой коллективной жизни. Примерами организаций являются предприятия из сектора МСП, которые создаются, сливаются, растут и распадаются [1]. Их функционирование из-за растущей сложности и турбулентности среды подвержено неопределенности [3].

Изменчивость и сложность экономических процессов вызывает естественную потребность в поиске новых решений, позволяющих предприятиям получить

конкурентное преимущество. Это не только источник вдохновения для экономики и науки управления, но и приглашение к дискуссии о том, как обеспечить успех предприятий]. Завоевание благоприятной конкурентной позиции на рынке является, с одной стороны, существенной необходимостью, а с другой — трудностью в функционировании предприятий [2].

В России малый бизнес недостаточно развит, его роль невысока, что может быть причиной низкой эффективности и инновационности российской экономики, поэтому важно изучать успешный опыт развитых стран, прежде всего, США. На рисунке 1 представлено сравнение основных показателей вклада малого бизнеса России и США.

Содействие развитию малого бизнеса является одной из важнейших задач развития экономики, ведь основные цели развития страны — создание новых рабочих мест, укрепление среднего класса, ускорение роста ВВП,

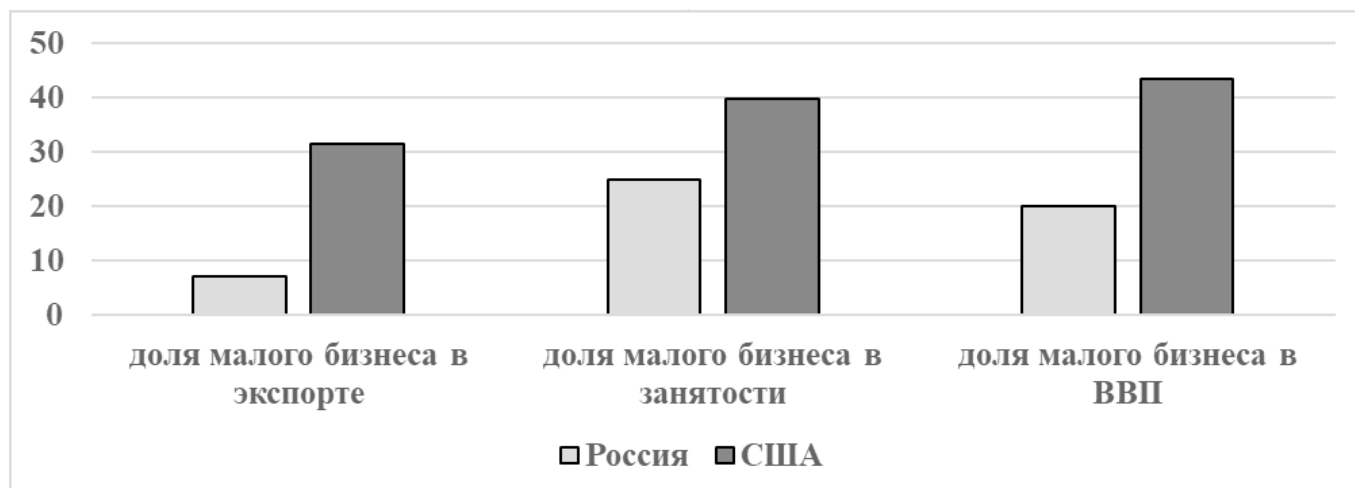


Рис. 1. Сравнение основных показателей вклада малого бизнеса России и США [4,5]

снижение региональной социальной -экономические диспропорции — не могут быть достигнуты без дальнейшего развития сети предприятий малого и среднего бизнеса. Необходимыми условиями для развития малого и среднего бизнеса являются знания, ресурсы и соответствующая среда, которая способствует росту и укреплению компаний. Что касается знаний, то упор следует делать на распространение деловой информации и доступность обучения и консультационных услуг. Хорошо организованная и необходимая государственная финансовая поддержка должна сыграть важную роль в повышении финансового потенциала малого бизнеса.

Малый бизнес представляет собой главную силу в экономике США. В этой стране насчитывается более двадцати семи миллионов малых предприятий. По данным Ассоциации малого бизнеса США (SBA), малые предприятия с числом сотрудников менее 500 человек составляют 99,9% всех предприятий США и 99,7% фирм с оплачиваемыми работниками. Из новых рабочих мест, созданных в период с 1995 по 2020 год, на малый бизнес пришлось 62% — 12,7 млн. по сравнению с 7,9 млн. на крупных предприятиях. Отчет SBA за 2019 год показал, что на малый бизнес приходится 44% экономической активности США [4].

В США насчитывается 32 540 953 миллиона малых предприятий, при этом 81 процент, или 26 485 532 фирмы, не имеют сотрудников (называются «фирмами, не являющимися работодателями»), а 19 процентов, или 6 055 421 фирм, имеют сотрудников по найму (называются «фирмами-работодателями»). Малый бизнес включает: 99,9% всех фирм, 99,7% фирм с наемными работниками, 97,4% экспортеров (280 496), 46,8% работников частного сектора (61 млн), 43,5% валового внутреннего продукта, 39,7% частного сектора фонд заработнойной

платы, 35,6% доходов частного сектора (13,3 трлн. долл. США), 31,6% известной стоимости экспорта (460 млрд. долл. США) [5].

Финансирование бизнеса происходит либо за счет внутреннего финансирования (семья, друзья или личные сбережения), либо за счет внешнего финансирования (банковские кредиты). Более трех четвертей (77%) предприятий использовали доходы от бизнеса в качестве основного источника финансирования в 2019 году по сравнению с 64% в 2016 году. Многие малые предприятия использовали ресурсы доступа к капиталу от SBA во время пандемии COVID-19. К концу 2020 года около 73% небольших фирм-работодателей получили финансовую помощь в рамках Программы защиты заработной платы (PPP — Paycheck Protection Program). В 2020 финансовом году 26,02% государственных закупок было направлено на малый бизнес, что немного меньше, чем 26,50% в 2019 финансовом году, а Управление общих служб (49,43%) выделило малым предприятиям наибольшую долю контрактов [5].

Малые фирмы дополняют крупные фирмы во многих отношениях. Они поставляют многие компоненты, необходимые крупным компаниям. Например, автопроизводители США зависят от более чем 1700 поставщиков, которые снабжают их деталями, необходимыми для производства их автомобилей. Хотя многие поставщики являются крупными, существуют сотни более мелких компаний, которые поставляют значительную часть из 8 000–12 000 деталей, входящих в каждый автомобиль. Небольшие фирмы также предоставляют крупным такие услуги, как бухгалтерские, юридические и страховые.

Многие мелкие фирмы предоставляют аутсорсинговые услуги крупным фирмам, то есть они на-



Рис. 2. Основные приоритетные меры, которые можно использовать для России (составлено автором)

нимаются для помощи в специальных проектах или выполнения определенных бизнес-функций. Крупная фирма, например, может нанять маленькую для обслуживания своих счетов или услуг по сбору платежей или для управления своими налогами и льготами. Крупная компания может заключить контракт с небольшой фирмой, занимающейся информационными технологиями, на управление своим веб-сайтом или наблюдение за обновлениями программного обеспечения [4].

Малые предприятия растут, потому что они привлекают инновации, привлекая таланты, которые привносят изобретения или новые решения в старые способы ведения бизнеса, которые более крупные корпорации не могут использовать с меньшей гибкостью. Вот почему сегодня крупные компании хотят приобретать малые предприятия для инновационной активности. Крупный бизнес и даже крупные государственные проекты зависят от малого бизнеса как субподрядчиков, поставщиков и клиентов.

Проведенный анализ показал, что в США в развитии малого бизнеса участвует государство, на рисунке 2 представлены основные приоритетные меры, которые можно использовать для России.

Мы выделяем три этапа, ведущие к быстрому наращиванию потенциала предприятия малого бизнеса, на основе анализа опыта развития малых и средних компаний в США с учетом использования внешних ресурсов, такие как:

- ♦ этап динамической специализации (компания делает выбор, ориентируясь на области потенциала мирового уровня, устанавливая специализацию и одновременно отказываясь от всех других видов деятельности). время, доверяя их

другим компаниям, которые специализируются на них на основе аутсорсинга и офшоринга);

- ♦ этап связности благодаря возможности подключения и координации (компания фокусируется на координации деятельности и процессов между многими сотрудничающими компаниями, осваивая методы свободная система подбора партнеров для создания более гибких и гибких сетей), часто такое сотрудничество напоминает виртуальную организацию);
- ♦ этап вспомогательного наращивания потенциала (компания переходит от координации существующих ресурсов к более продвинутым методам, повышающим наращивание потенциала в крупных корпоративных сетях).

С точки зрения возможностей развития малого бизнеса России уместными кажутся стратегии «перезагрузки» прошлого опыта США (когда на каком-то уровне забывание становится важнее приобретения новых знаний), избавления от затраченного интеллектуального капитала, «перезагрузки» отношений, т.е. неадекватные модели поведения и процедур, реконфигурация структуры и системы управления, создание основ знаний и обучение клиентов [6]. Ключом к успешным результатам обучения организации на всех уровнях является инициирование спонтанных процессов создания, объединения и обмена знаниями. Это требует создания соответствующей организационной, институциональной и социокультурной основы, а значит, и создания формы обучающейся организации, придающей меньшее значение проблемам эффективности, порядка и стабильности, а большее — надежности, адаптивным изменениям и гибкости [7].

Предприятия, основанные на знаниях, могут управлять знаниями, развивать и использовать интеллекту-

Таблица 1. Особенности предприятия, основанного на знаниях [2, 4, 8, 9]

Предприятие, основанное на знаниях	Характеристики
	фокусируется на разработке и применении технологий, информации и знаний; создает, использует и распространяет новые знания и навыки
	он отрицает стереотипы, постоянно подстраивает образ действий под текущую ситуацию, меняет внутренний мир организации
	инвестирует и постоянно развивает знания и интеллектуальный капитал, который является доминирующим ресурсом
	использует опыт для создания новых знаний, а затем контролирует приобретенные навыки; растущий и постоянно обновляемый опыт поддерживает новые концепции и эксперименты
	характеризуется высокой терпимостью к неопределенности и атмосферой творческого хаоса
	признает в качестве основных организационных ценностей: качество, обслуживание клиентов, разнообразие, инновации, отношения
	использует коллективное обучение и обмен знаниями, открыт для критики
	реализует тесное партнерство, основанное на доверии
	создает конкурентное преимущество на основе уникальных компетенций
	характеризуется высокой волатильностью и мобильностью участников организации благодаря ротации
	использует структуры с высокой динамикой изменения, поддерживающие обучение, с большой автономией сотрудников, поддерживаемой знаниями и профессионализмом

альный капитал, а также иметь возможность эффективно сотрудничать на благо себе и на благо других в рамках созданных творческих сетей предприятий-партнеров (например, Силиконовая долина). Наиболее важные черты предприятия, основанного на знаниях, которое является интеллектуальной и самообучающейся организацией, представлены в таблице 1.

Малые предприятия с высоким уровнем образования персонала и руководства, создающие, накапливающие и распространяющие новые знания, можно охарактеризовать как предприятия, основанные на знаниях. Концентрация на непрерывном процессе приобретения, развития и применения знаний делает эти компании интеллектуальными и обучающимися организациями.

Новые технологии требуют сотрудничества с другими компаниями, потому что успех одного продукта часто зависит от вклада специалистов из разных областей. Поэтому предприятия малого бизнеса в первую очередь решают развивать методы блендинга (внутреннего и внешнего). Помимо решений, касающихся характера (метода, способа) развития, масштабов развития продукта и рынка, компания также должна определить масштабы вертикальной интеграции. Представляется, что предприятия малого бизнеса чаще выбирают вертикальные партнерства (выборочная интеграция) или сосредотачиваются исключительно на своей ключевой функции и работают в сети поставщиков и дистрибьюторов (виртуализация).

Стратегические решения предприятий малого бизнеса могут быть различными в зависимости от суще-

ствующих внешних и внутренних условий. Стратегии этих компаний в большей степени ориентированы на «проникновение» в ту или иную область знаний, и в процессе их создания во многом доминирует содержательный аспект, а не аспект тендеров или политики. В поведении они сосредоточены на быстром расширении своих собственных решений и часто принимают во внимание глобальный или, по крайней мере, международный масштаб. Кроме того, они делают большой упор на специализацию, с четкой сигнализацией окружению области собственных ключевых компетенций и способностей, и кооперацию путем заключения союзов и вхождения в сетевые системы.

Иными словами, к основным направлениям государственной поддержки малого бизнеса в США с целью адаптации их для России можно отнести: категоризацию типов предпринимателей, акцентирование на типе предпринимательства при оказании государственной поддержки, доступ к государственному заказу (к оборонному в том числе), широкое распространение бизнес — инкубаторов, расширенную систему гарантии кредитов, популяризацию данного вида деятельности.

Таким образом, показана важнейшая роль малого бизнеса в США, представленный в статье анализ успешного опыта США позволит решить проблемы формирования стратегии развития МСП, связанные с ограниченными возможностями государственной поддержки, децентрализацией управления средствами в регионы, оставлением централизованного контроля управления на национальном уровне, оценкой современных тенденций в иностранная финансовая и техническая помощь, применение новейших технологий и др.

ЛИТЕРАТУРА

1. Замалетдинова Р.Р. Малый бизнес в зарубежных странах // Вестник науки. 2020. № 5 (26). С. 19–21.
2. Шадченко Н.Ю. К вопросу о проблемах развития малого и среднего бизнеса в России на современном этапе // Базис. — 2018. — Т. 1. — № 3. — С. 5–8.
3. Зубова О.Г., Жаркова С.Л. Зарубежный опыт государственной поддержки малого и среднего предпринимательства // Вестник УРАО. 2020. № 3. С. 86–94.
4. Rowinski M. How Small Businesses Drive The American Economy. 2022. URL: <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2022/03/25/how-small-businesses-drive-the-american-economy/?sh=3e89a4f94169>
5. Frequently Asked Questions. URL: <https://cdn.advocacy.sba.gov/wp-content/uploads/2021/12/06095731/Small-Business-FAQ-Revised-December-2021.pdf>
6. Kirakosyan, M.A. Experience of Tax Incentives For Small Business Development And Its Results on The Example of The USA / M.A. Kirakosyan // Российская наука и образование сегодня: проблемы и перспективы. — 2020. — No 1(32). — P. 21–24. — EDN BRMBPT.
7. Налогообложение в США: характеристика и влияние на деятельность малого бизнеса / С.А. Филин, Л.А. Чайковская, А.Н. Айтымбетова [и др.] // Международный бухгалтерский учет. — 2021. — Т. 24. — № 2(476). — С. 166–185. — DOI 10.24891/ia.24.2.166. — EDN BBZUCU.
8. Ковалева, Т.К. Пандемия COVID19 и поддержка малого бизнеса в США: институциональные аспекты, инструменты и механизмы / Т.К. Ковалева // Финансовые рынки и банки. — 2020. — № 2. — С. 32–35. — EDN EAXOHV.
9. Нормова, Ю.В. Государственная поддержка малого бизнеса в США и Китае / Ю.В. Нормова // Научные исследования и разработки. Экономика. — 2019. — Т. 7. — № 1. — С. 58–62. — DOI 10.12737/article_5c598f3b175231.64128615. — EDN YYHDEL.

© Грибачев Павел Александрович (bill83@inbox.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»