

Алтынбаев Азат Расулевич
аспирант 3 года обучения
ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет»
Россия, г.Уфа
altyndop@yandex.ru
ORCID: 0000-0001-9463-9902

**Отличия факторов пространственного расположения субъектов
малого и среднего предпринимательства и иных субъектов
предпринимательства**

Для формирования механизмов пространственного размещения субъектов малого и среднего предпринимательства важно изучение факторов их пространственного размещения. В научной литературе приведено множество факторов пространственного размещения предпринимательства, в том числе и крупных промышленных предприятий, ТНК и т.п. При этом остается открытым вопрос: существуют ли отличия между факторами пространственного размещения малого и среднего и иного размера предпринимательства. Аргументировать наличие таких отличий позволило рассмотрение факторов пространственного размещения предпринимательства, описанных в научной литературе, а также факторов, возникающих в связи с государственной поддержкой малого и среднего предпринимательства. По итогам анализа сделаны выводы об отсутствии практического проявления этих отличий на сегодняшний день.

Ключевые слова: пространственное размещение предпринимательства, СМСП, государственная поддержка СМСП, факторы пространственного размещения

Altynbaev Azat Rasulevich
Postgraduate 3 years of study
Bashkir state university
Russia, Ufa
altyndop@yandex.ru

The Differences in the factors of the spatial location of small and medium-sized entrepreneurship and other subject of entrepreneurship

For the formation of mechanisms for the spatial distribution of small and medium-sized entrepreneurship, it is important to study the factors of their spatial distribution. The scientific literature contains many factors of the spatial distribution of entrepreneurship, including large industrial enterprises, TNCs, etc. At the same time, the question remains open: are there any differences between the factors of spatial distribution of small, medium and other size entrepreneurship. Arguing the presence of such differences allowed consideration of the factors of spatial distribution of entrepreneurship, described in the scientific literature, as well as factors arising in connection with the state support of small and medium-sized businesses. According to the results of the analysis, conclusions were drawn about the absence of practical manifestation of these differences to date.

Keywords: spatial allocation of enterprises, SMEs, government support for the SMEs, factors of spatial placement

Основываясь на сути самого определения субъектов малого и среднего предпринимательства, противопоставляя субъекты малого и среднего предпринимательства иным субъектам предпринимательства, главным отличием между ними мы видим, прежде всего, отличие в их размерах. Под размерами мы понимаем широкий набор параметров, по которым определяется принадлежность субъекта предпринимательства к категориям малых, средних или крупных. В разных странах эти параметры определяются правительствами этих стран с учетом специфики местного предпринимательства и его места в мировой экономике. Во всех странах эти параметры схожи по своей структуре и принципам, но отличаются по величинам пороговых значений.

К наиболее распространенным параметрам, применяемым практически в каждой стране, относятся среднесписочная численность работников и

доход предприятия, а также доля государства, крупных предприятий, иностранных юридических и физических лиц в уставном капитале предприятия.

Так в России, например, для микропредприятий установлены пороговые значения в размере не более 15 работников и не более 120 млн. рублей дохода. Для малых и средних предприятий установлены следующие пороговые значения: не более 100 работников и не более 800 млн. рублей, не более 250 работников и не более 2 млрд. рублей соответственно. [1] А в Великобритании для микро-, малых и средних предприятий установлены пороговые значения в размере не более 9, 49 и 249 работников соответственно[3]. В Швейцарии эти значения соответствуют 10, 50 и 250 работникам.

Размеры этих параметров устанавливаются правительствами стран и закрепляются законодательно в различных программах развития СМСП. Какие-либо критерии по специализации, виду деятельности, географии продаж и иные критерии отнесения субъектов предпринимательства к малым или средним в этих программах не устанавливаются. То есть, говоря об отличиях СМСП от иных субъектов предпринимательства, мы ограничиваемся только величинами вышеперечисленных пороговых значений, и не ограничиваемся иными характеристиками предпринимательства, в том числе и факторами пространственного размещения малого, среднего и крупного предпринимательства. В научной литературе представлено немало теорий пространственного размещения. Эти теории описывают пространственное размещение предпринимательства, производства, промышленных предприятий, сельскохозяйственного производства, ТНК, производственных сил без привязки к показателям численности работников и доходности предприятий. Из всех этих теорий можно вывести следующие факторы пространственного размещения предприятий: природные ресурсы, человеческие ресурсы, общие издержки

производства, наличие и восприятие инноваций, конкуренция, стадии «жизни» выпускаемого продукта, сравнительные преимущества, влияние НТП, качество инфраструктуры, среднее расстояние поездок покупателей к месту сбыта, особенности налоговой системы, внешняя торговля, государственные границы, занятость и уровень жизни населения, ценовой фактор, демпинговая политика, таможенные тарифы, транспортные издержки, плотностью населения, внутренняя агломерация, территориальное разделение труда, производительность производства, масштабы и близость рынков сбыта, наличие больших городов и теснота их расположения, фактор агломерации, техническая и пространственная концентрация производства, возможность использования специализированной ремонтной базы, другой инфраструктуры, фактор инерции размещения (влияния старых производственных мощностей на размещение новых), государственное регулирование производства, состояние окружающей среды, ущерб от загрязнения окружающей среды, ущерб, причиняемый рабочим, стратегия организации, производства, развития самих фирм, мультипликационный эффект, наличие в структуре экономики отраслей-лидеров, эффект кластеров, хозяйственные традиции, социально-правовой, внешнеэкономический, участие в размещении заказов для государственных нужд, функционально-территориальная структура региональной экономики, рисковый, инвестиционный, внутренний потенциал места, экономико-географическое положение места, конкурентоспособность фирмы, имидж места, человеческий (потребительский), технико-экономические параметры предприятий, личные качества предпринимателей, первичный капитал, инициатива и творческий потенциал, морально-этнические ограничения и нравственные ценности предпринимателей, совмещение личной выгоды с интересом территории[2].

Нет оснований разграничивать влияние этих факторов на тот или иной по размеру субъект предпринимательства, поскольку в масштабах мировой

экономики возможно существование очень разных вариаций предпринимательства и для каждого из них могут быть значимы любые из этих перечисленных факторов. Поэтому, такое большое количество факторов в различной степени влияет на пространственное размещение, как малого, так и среднего и крупного предпринимательства. Однако для СМСП кроме этих факторов могут иметь значение и факторы, возникающие в связи с институционализацией их интересов, поскольку во многих странах, в том числе и в России действуют программы развития СМСП, в рамках действия которых могут возникать дополнительные, влияющие на пространственное размещение СМСП, факторы.

В России, например, действует федеральный закон о развитии малого и среднего предпринимательства, где обозначены меры налоговой, грантовой, кредитной, имущественной и прочей поддержки предпринимательства. Однако среди этих мер нет таких, которые каким-либо образом влияли бы на пространственное размещение предпринимательства. Законы, регулирующие закупки государственных и полугосударственных компаний, также не оказывают влияние на пространственное размещение СМСП, хотя в определенной степени направлены на их поддержку и развитие.

Практика государственной поддержки СМСП в зарубежных странах во многом схожа с Российской практикой. Например, в Словакии, Чехии, Швейцарии, ЮАР, Южной Корее, Казахстане, Беларуси, Украине Великобритании и других странах распространено применение налоговых, грантовых, кредитных, имущественных мер поддержки СМСП. Некоторые страны с высокой пространственной дифференциацией социально-экономического положения населения применяют меры стимулирования развития СМСП в экономически и социально отсталых районах с целью выравнивания их положения с более развитыми районами. Это практически единственный случай, когда меры господдержки призваны оказывать влияние на пространственное размещение предпринимательства, однако,

нужно учитывать, что целью этих мер является, прежде всего, развитие отсталых районов посредством развития СМСП, а не оказание влияния на пространственное размещение предпринимательства.

Поэтому мы можем сделать вывод об отсутствии существенных факторов пространственного размещения СМСП, возникающих в связи с институционализацией их интересов. Из этого следует, что для каждого направления специализации предпринимательства, для каждого вида деятельности, и для каждого конкретного субъекта предпринимательства действует разный значимый для него набор факторов. При этом практически все общеизвестные факторы пространственного размещения предпринимательства могут влиять на пространственное размещение, как малого, так и среднего и крупного предпринимательства в зависимости от каждого конкретного случая.

Список источников и литературы:

1. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства URL: <https://ofd.nalog.ru> (дата обращения: 27.03.2019)
2. Кротов И. И. Развитие малого предпринимательства на основе государственных и муниципальных заказов (на примере регионов РФ): дис. ... канд. геогр. наук: 25.00.24. - М. Пермь, 2015.
3. Современное состояние системы государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в Великобритании URL: http://www.smerbank.com/files/analytical_center/analytical_reports/researches/Britania.pdf (дата обращения: 03.04.2019)

Выходные данные статьи:

АЛТЫНБАЕВ, Азат Расулевич. Отличия факторов пространственного расположения субъектов малого и среднего предпринимательства и иных субъектов предпринимательства. Журнал "У". Экономика. Управление. Финансы., [S.l.], n. 2, май 2019. ISSN 2500-2309. Доступно на: <<https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/205>>. Дата доступа