

МЕХАНИЗМЫ ПОДДЕРЖКИ ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО КАПИТАЛИЗМА

БОГОУТДИНОВ БОРИС БОРИСОВИЧ,

кандидат экономических наук, руководитель,
ООО «Консалтинговая компания «2Б Диалог», г. Москва,
e-mail: borisbash@mail.ru

Основными проблемами развития института частного предпринимательства в России являются неэффективность мер поддержки государства и отсутствие компетенций у самих предпринимателей. В настоящей статье автор анализирует действующие механизмы развития малого и среднего бизнеса, которые при эффективной реализации предвещают увеличение доли самозанятых граждан, налоговых поступлений в бюджет и улучшение качества жизни. Целью статьи является выработка прикладных методов и механизмов для развития института предпринимательства, перед которым стоит задача формирования современного высокоразвитого общества. Рассмотрены механизмы поддержки малых предпринимателей Китая, а также проблемы механизмов поисковых фондов и миттельштанд. Практическая значимость заключается в анализе действующих механизмов поддержки малого и среднего бизнеса с целью выработки новых механизмов трансформации российской экономики.

Ключевые слова: экономический рост; малый и средний бизнес; стратегия планирования; институт предпринимательства; малый бизнес Китая; рынок капитала.

MECHANISMS TO SUPPORT PRIVATE ENTERPRISE IN THE SYSTEM OF STATE CAPITALISM

BOGOUTDINOV BORIS, B.,

Candidate of Economic Sciences (PhD),
CEO Consulting company «2B Dialog», Moscow,
e-mail: borisbash@mail.ru

Some of the main problems in developing the institute of private enterprise in Russia are ineffectiveness of government support and lack of competence among the entrepreneurs themselves. In the paper the author analyzes the existing mechanisms of business development for small and medium-sized businesses, which in case of effective implementation will drive up the share of self-employment, tax revenue and quality of life. The aim of the paper is to develop methods and tools for development of private enterprise institute pursuing the task of forming a highly developed modern society. The mechanisms of support for small entrepreneurs in China, as well as problems of search funds and mittelshtands mechanisms were considered. The practical significance lies in the analysis of the existing enabling mechanism for small and medium-sized businesses with the purpose of development of new mechanisms of transformation of economic systems in Russia.

Keywords: *economic growth; small and medium business; strategy planning; entrepreneurship; small business in China; capital market.*

JEL: *M2, M52, O16, D60.*

Введение

В условиях, когда государство ставит приоритетом развитие института частного предпринимательства, востребованность экономически эффективных механизмов поддержки и формирования бизнес-среды особенно заметна. Инициаторы формирования институтов предпринимательства в развитых и развивающихся странах видят в субъектах малого и среднего бизнеса драйверы развития инновационной экономики, однако не замечают инвестиционной привлекательности традиционных отраслей, которые формируют значительную долю ВВП развитых и развивающихся стран.

Законодательная система России, в частности регулирования и поддержки предпринимательства, разрознена и неэффективна, в силу того, что акты, направленные на защиту прав предпринимателей, не работают, а система поддержки находится только на пути становления. Инструменты, созданные для стимулирования предпринимательской инициативы в России, носят краткосрочный характер (например, налоговые каникулы для начинающих предпринимателей и мораторий на плановые проверки составляют всего 3 года; патентная система налогообложения обременяет начинающих предпринимателей рисками и дополнительными затратами, связанными с приобретением патентов; прозрачность стандартов РСБУ (российские стандарты бухгалтерской отчетности) по сравнению с МСФО¹ (международные стандарты финансовой отчетности) на низком уровне), т.к. отражают количественные, а не качественные показатели развития экономики отдельных компаний. Минимальный горизонт планирования по реформированию и развитию института предпринимательства должен составлять не менее 10-15 лет (Acs, Armington and Zhang, 2007. P. 370-375). Из-за непредсказуемости государственной политики и давления государственных органов на малый и средний бизнес (далее – МСБ) официальная статистика отражает всплеск и падение предпринимательской активности в краткосрочной перспективе, не отражая реальную экономику предприятий малого и среднего бизнеса. Другим фактором, оказывающим негативное влияние на развитие предпринимательства, является отсутствие необходимых навыков в области управления и финансов, а также отсутствие планирования бизнес-процессов у малого бизнеса.

¹ Сравнительный анализ целей финансовой (бухгалтерской) отчетности по РСБУ и МСФО иллюстрирует отсутствие четкой цели, которой служит финансовая отчетность по стандартам РСБУ, а именно тем, что по МСФО «целью финансовой отчетности является представление информации о финансовом положении, финансовых результатах и движении денежных средств предприятия, которая будет полезна широкому кругу пользователей при принятии ими экономических решений. Финансовая отчетность также показывает результаты управления ресурсами, доверенными руководству предприятия». Тогда как РСБУ видит другие цели: «Бухгалтерская отчетность должна давать достоверное и полное представление о финансовом положении организации, финансовых результатах ее деятельности и изменениях в ее финансовом положении». Таким образом, целью МСФО является информирование существующих и потенциальных инвесторов, тогда как перед российскими стандартами РСБУ стоит фискальная задача, с целью надзора государственными органами.

Для того, чтобы охарактеризовать закрытость и низкую достоверность официальной статистики, необходимо привести результаты сравнительного анализа ФСГС РФ с результатами количественного анализа², представленными по данным 2013 года на основании показателя рентабельности продаж 6 видов деятельности³.

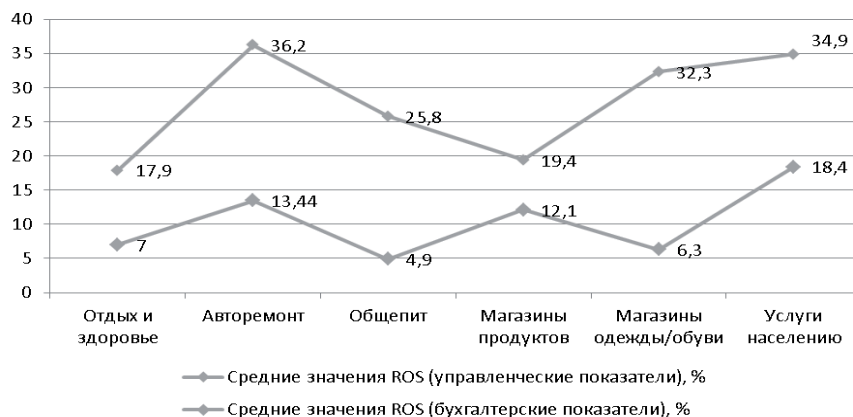


Рис. 1. Сравнительный анализ среднего значения рентабельности бизнеса по данным бухгалтерской и управленческой отчетности за 2013 год

Источник: данные автора, Росстата РФ⁴.

Представленные на рис. 1 результаты сравнительного анализа экономической эффективности компаний малого и среднего бизнеса отражают преобладание теневого сектора экономики. Это связано с наличием ряда административных и налоговых барьеров и не позволяет сказать, что настоящий институт преследует своей целью организацию системы свободного предпринимательства. Рентабельность субъектов малого предпринимательства по результатам статистических данных, полученных автором, находится в диапазоне 18–35%, тогда как максимальные значения в некоторых отраслях достигают 65%⁵! Данные официальной статистики ФСГС РФ отражают диаметрально противоположную ситуацию, т.к. значения рентабельности находятся в диапазоне 5–18%.

² С 2013 года автор проводит количественный анализ деловой активности и инвестиционной привлекательности малого и среднего бизнеса России, используя методику на основании рыночных мультипликаторов и показателей рентабельности. «Мультипликатор (сравнительный коэффициент) позволяет мыслить о стоимости акций не как о котировках ценных бумаг, а как о котировках финансовых и натуральных показателей компании (выручка и чистая прибыль)». (Чиркова, 2009. С. 16) Например, в используемых автором наборах мультипликаторов *P/E* и *EV/S*, характеризуется окупаемость и доходность бизнеса *X* по отношению к исследуемой области значений (всей отрасли). Использование относительных показателей (в закрытой информационной среде затруднительно использовать абсолютные показатели) позволяет объективно оценивать компании малого и среднего бизнеса с точки зрения их доходности. Другим положительным аспектом в части объективности результатов исследования и репрезентативности выборочной совокупности является сформированный рынок купли-продажи готового бизнеса, ежегодный объем которого составляет примерно 5-7 тыс. единиц и достигает примерно 0,87-0,9 млрд долл. (оценка автора по результатам 2014 года, курс доллара на 31.12.2014 г.), основная доля (примерно 90%) приходится на микро- и малые предприятия, примерно 10% – на средние предприятия легкой промышленности, товаров/услуг.

³ В рамках настоящей работы автор приводит результаты сравнительного анализа за 2013 год в связи с тем, что статистические данные за 2014 год и 1 полугодие 2015 года на сайте ФСГС РФ отсутствовали на момент написания настоящей статьи.

⁴ Пояснение: Отдых и здоровье – компании, занимающиеся организацией отдыха и развлечений, культуры и спорта; авторемонт – компании, предоставляющие услуги технического обслуживания и ремонта автотранспортных средств; общепит – компании, осуществляющие деятельность по организации общественного питания; магазины продуктов – компании, занимающиеся розничной продажей продуктов питания; магазины одежды/обуви – компании, занимающиеся розничной продажей одежды и обуви; услуги населению – компании, предоставляющие услуги населению по следующим видам деятельности: дошкольное образование, парикмахерские салоны и салоны красоты, мини-отели/хостелы.

⁵ См.: Малый и средний бизнес России: перспективы и проблемы развития. Исследование деловой активности малого и среднего бизнеса по итогам 2013 года. (http://2bdgroup.com/pdf/maliy_i_sredniy_biznes_v_rossii.pdf - Дата обращения: 09.11.2015).

Однако в первом и во втором случае представлены отрицательные значения рентабельности, что говорит об экономической неэффективности некоторых бизнес-единиц, которые не были учтены автором в процессе анализа.

Искусственное развитие системы импортозамещения не приведет к положительным результатам в связи с тем, что у отечественных предпринимателей находятся в обороте неконкурентоспособные товары/услуги по сравнению с иностранными аналогами, для успешной реализации требуется развитие внутреннего рынка капитала и возможность производства продукции, ориентированной на экспорт, на что потребуется примерно от 3 до 7 лет.

Развитие института предпринимательства: опыт Китая

Так как Китай является второй экономикой мира, автор анализирует меры, принимаемые правительством в вопросах развития малого и среднего предпринимательства, и их эффективность, выражающуюся в качественных и количественных показателях развития экономики.

Непроизводственный индекс деловой активности (purchasing manager index - PMI) Китайского бизнеса в декабре 2015 года составил 54,4 пункта (см. рис. 2), что свидетельствует о росте активности со стороны предпринимателей непроизводственного сектора.

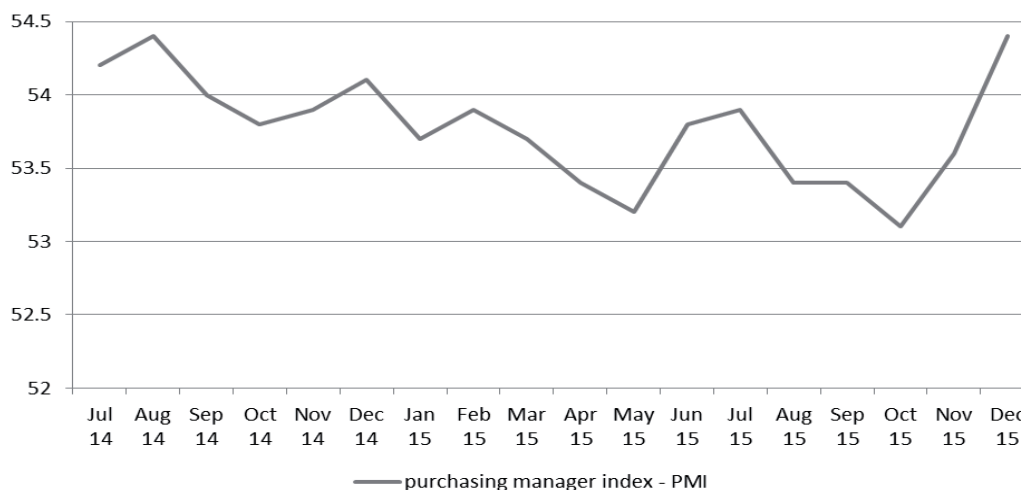


Рис. 2. Индекс деловой активности предпринимателей непроизводственного сектора

Источник: данные Национального Бюро статистики Китая.
(http://www.stats.gov.cn/english/PressRelease/201601/t20160105_1300092.html -
Дата обращения: 30.07.2015).

Настоящий уровень обеспечивает свободу предпринимательства и повышение мобильности финансового и человеческого капитала. Основным идеологом поддержки и развития малого бизнеса является созданный Государственным советом Китая на базе Национальной комиссии по развитию и реформированию (The National Development and Reform Commission) Китайский центр координации и кооперации бизнеса (The China Center for Business Cooperation and Coordination). Национальная комиссия по развитию и реформированию является ярким примером модернизации госплана,

придерживающегося плановой экономики до начала 1990-х годов, с дальнейшей трансформацией в социалистическую рыночную экономику⁶.

Основными функциями Китайского центра координации и кооперации бизнеса являются

- сбор и обработка информации для развития малого бизнеса;
- консультирование начинающих предпринимателей;
- обучение и организация торговых ярмарок с целью привлечения партнеров;
- ориентация малых предпринимателей на экспортную стратегию (*Кулик и Хунцзян, 2014. С. 201; Лукашков и Могин, 2008. С. 82*).

Эффективность сбора и обработки информации очевидна, т.к. власти создали государственную информационную службу Китая (*China SME Online – CSMEO*⁷), которая позволит сформировать концепцию современного общества, предусматривающую высокий уровень интеллектуального развития граждан и научно-технический прогресс, соответствующие уровню стран с развитой экономикой.

В экономиках многих стран существует выраженная проблема правопреемства и развития семейного бизнеса. Одной из таких систем поддержки малого и среднего бизнеса остается немецкий миттельштанд (*Богоутдинов, 2015. С. 1901-1903*). Процесс развития и экспансии новых рынков требует от руководителей компаний малого и среднего бизнеса гибкости принятия решений, повышения конкурентных преимуществ производимых товаров/услуг. По мнению автора, в существующих экономических реалиях малым предпринимателям остается лишь возможность объединения в отдельные ассоциации, учрежденные управляющими компаниями, которые сформируют конкурентную стратегию в борьбе за рынок с крупными компаниями за счет эффекта синергии. Такие ассоциации смогут закупать товары с существенным дисконтом, т.к. производители предпочитают масштабные каналы сбыта, каковыми являются крупные компании и ассоциации. Другим преимуществом ассоциаций является снижение издержек с сохранением уровня рентабельности в условиях кризиса за счет эффекта от масштаба. Таким образом, для успешного развития малых предприятий собственникам необходимо сформировать гибкую систему мотивации и нанимать профессиональных управляющих. Это позволит решить проблемы правопреемства МСБ за счет мотивации внутренних и внешних управляющих с возможностью приобретения доли или всего бизнеса у собственников в будущем.

Процесс экономической глобализации приводит к постепенному увеличению мировой конкурентоспособности, что оказывает значительное давление на местных производителей и в конечном счете заставляет малых предпринимателей консолидироваться в объединения. Основная задача, которая стоит сегодня перед руководством Китая – это переориентация с ресурсной экономики на экономику предпринимательства.

Это обусловлено следующими факторами:

- рост налоговых поступлений в бюджет государства;
- рост числа самозанятого населения из всей совокупности экономически активного населения;
- рост числа новой технологической продукции;
- рост патентов среди частных научных компаний;

⁶ Экономисты разделяют понятия «капитализм» и «социализм», подразумевая отсутствие системы планирования в первом случае и отсутствие рыночных отношений – во втором. В данном случае социалистическая рыночная экономика подразумевает сбалансированное использование механизмов планирования и рыночных отношений, что и охарактеризовало Китайское экономическое чудо. Оптимальность настоящей схемы объясняется тем фактом, что «невидимая рука» рынка со временем обретает «видимость» ввиду того обстоятельства, что отсутствие четкой системы планирования в условиях существующего рынка (жесткая конкуренция, низкие барьеры для входа в отраслях сервисной экономики и т.д.) приводит к банкротству компаний, не имеющих стратегических планов развития и должной профессиональной подготовки руководителей.

⁷ См.: (<http://www.sme.gov.cn> - Дата обращения: 15.08.2015).

- развитие стратегии, ориентированной на экспорт, для международной экспансии.

В отличие от стандартных критериев отнесения к категории МСБ большинства стран, закон «О содействии малому и среднему предпринимательству» Китая учитывает средний размер заработной платы персоналу и совокупную величину активов, не ограничиваясь совокупной величиной ежегодной выручки и числом персонала.

Для мотивации предпринимательской инициативы граждан правительство поддерживает программы обучения персонала (Кулик и Хунцзян, 2014. С. 201). Для формирования конкурентоспособной среды и ориентации местных предпринимателей на экспорт правительство организует торговые ярмарки, которые позволяют найти новых партнеров, новые каналы сбыта продукции, инструменты маркетинга, иностранные инвестиции.

Развитие института предпринимательства России: консенсус государства и частного сектора

Федеральная корпорация развития малого и среднего предпринимательства, которую правительство планировало создать к концу 2015 года на базе Агентства кредитных гарантий и банка МСП, ставит частное предпринимательство в зависимость государства, делая государство единственным инвестором и конструктором предпринимательской экосистемы России⁸. Аналогичная ситуация преобладает и в других развитых и развивающихся странах: в США (Управление по делам малого бизнеса⁹), в Южной Корее (чеболы - крупные корпорации, на базе которых создаются центры поддержки малого бизнеса: Samsung, Hyundai, Huawei и т.д.), в Китае (Китайский центр координации и кооперации бизнеса).

В одних странах (Южная Корея) экосистема отсутствует как таковая, тогда как другие (США, Китай) создают предпосылки с целью предоставления возможностей малому бизнесу, в части готовой инфраструктуры, развитого рынка капитала (в т.ч. человеческого).

В настоящее время условия финансовых институтов неприемлемы для предпринимателей по нескольким причинам:

1. Высокая стоимость кредитов.
2. Недоступность поддержки (это связано с тем обстоятельством, что предприниматели не могут предложить банкам в залог имущество под обеспечение залога ввиду его отсутствия)¹⁰.
3. Снижение потребительского спроса на товары со стороны населения в условиях рецессии.
4. Сложность и длительность получения гарантий на заемные средства.

Регулирующие и надзорные ведомства не могут обеспечить должной защиты прав предпринимателей, судебная система тривиальна при участии в спорах между государством и частным сектором.

Для оптимизации поставленных задач, необходимо создание Агентства по развитию предпринимательства (далее – агентство) со значительной долей участия частного капитала (не менее 50% + 1 акция), контролируемое напрямую частным фондом (управляющей компанией). При этом необходимы экспертная поддержка бизнес-сообщества и контроль государственных надзорных органов в части защиты прав предпринимателей, программ обучения менеджмента компаний малого и

⁸ См.: Федеральный закон от 29 июня 2015 г. № 156-ФЗ "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации".

⁹ The US Small Business Administration. См.: (<https://www.sba.gov/> - Дата обращения: 11.08.2015).

¹⁰ В условиях текущей рецессии и проблем ликвидности в банковской сфере этот вопрос остается одним из злободневных.

среднего бизнеса, повышения квалификации. В качестве обеспечительной меры предлагается передача золотой акции управляющей компании государству в лице Акционерного общества «Российский Банк поддержки малого и среднего предпринимательства».

Этот механизм позволит создать публичную компанию с целью поддержки и развития бизнеса на внутреннем рынке и сохранить контроль со стороны государства и частных инвесторов в части эффективного расходования бюджетных и частных средств, выполнения разработанных программ, создания инвестиционного климата и политики предложения со стороны отечественных предпринимателей.

Основная задача агентства заключается в формировании системы частного предпринимательства и свободной конкурентоориентированной среды. Суть поставленной задачи состоит в развитии российской экономики на базе малого и среднего предпринимательства, в традиционных отраслях (товары и услуги), а также в области инноваций.

Повышение прозрачности рынка капитала и института предпринимательства уменьшит барьеры, связанные со входом в определенную отрасль, проблемы достаточности капитала на создание/развитие бизнеса, увеличит уровень креативности бизнеса, т.к. появятся новые возможности к самовыражению, увеличит долю женщин в малом и среднем бизнесе. Снижение уровня дискриминации в последнее десятилетие в России приводит еще к одному положительному социально-экономическому эффекту. По результатам маркетингового исследования PricewaterhouseCoopers, свыше 60% респондентов отмечают более высокую работоспособность и более высокий уровень лояльности к работе и работодателю у женщин, чем у мужчин. По мнению автора, снижение уровня дискриминации женщин-предпринимателей приведет к активному развитию конкурентной рыночной экономики внутри страны.

Необходимо создание комитета по делам малого и среднего бизнеса на базе Московской биржи с целью выхода малых предпринимателей на местные рынки капитала. Так как процедура подготовки выхода компаний на публичный рынок является затратной, необходимо упрощение процедуры регистрации эмитентов (малые и средние компании) с фиксированными организационными издержками. В табл. 1 представлен сравнительный анализ организационных издержек выхода компаний на российский и зарубежный рынок. Выход на Московскую биржу сопровождается организационными издержками в размере 2-4% стоимости размещения.

Таблица 1

Организационные издержки выхода на публичный рынок на российских и зарубежных площадках

Зарубежные площадки	Российская площадка
услуги андеррайтера – 5-7% стоимости размещения	услуги андеррайтера – 1-3% стоимости размещения
комиссионные сборы – 1-2% стоимости размещения	налоги – 0,2% стоимости размещения
PR-кампания и road show ¹¹ - до 1 млн. долл.	комиссионные сборы – до 10 тыс. долл.
	PR-кампания – примерно 10-50 тыс. долл.
Итого: 5-10% стоимости размещения	Итого: 2-4% стоимости размещения

Источник: (Лукашков и Могин, 2008. С. 82).

¹¹ Подготовка компании-эмитента при выпуске ее ценных бумаг, ее цель – встреча с потенциальными инвесторами в ведущих городах мира (Германия, Франция, Великобритания, США).

Так как максимальный объем привлекаемых средств у малых компаний может составить 70-150 млн. рублей, величина организационных издержек может составлять 3-6 млн. рублей, что довольно обременительно для малых предпринимателей, учитывая нагрузку на сопровождение размещенных ценных бумаг. В связи с этим необходимо уменьшить нагрузку до 0,5-1% стоимости требуемого заемного капитала.

Формирование конкурентной предпринимательской среды является стратегической задачей, т.к. связано с повышением безопасности страны. Однако потенциал внутреннего рынка страны не может быть реализован без поддержки государственных органов власти.

Объединение усилий на уровне министерств экономического развития, промышленности и торговли, торгово-промышленной палаты позволит усилить конкурентоспособность компаний малого и среднего бизнеса на зарубежных рынках. Синергия полномочий представленных ведомств в рамках одного агентства позволит реализовать следующие возможности:

- 1) расширение доступа малого и среднего бизнеса к длинным деньгам (иностранному капиталу и капиталу, заимствованный на внутреннем рынке);
- 2) увеличение экспортных возможностей;
- 3) содействие притоку иностранных технологий;
- 4) модернизация отечественных технологий с целью повышения качества производимых товаров;
- 5) снижение зависимости от естественных монополий за счет прозрачности конкурентной системы;
- 6) защита прав предпринимателей;
- 7) стимулирование за счет налогового администрирования.

Это позволит решать задачи, возникающие перед бизнесом в части развития инфраструктуры, повышать качество управленческих способностей, учитывающих проблематику ведения предпринимательской деятельности в зависимости от территориальной принадлежности, специфики регионов и городов-миллионников с высокой концентрацией монополий и низким уровнем обеспеченности населения.

Автор предлагает изменить систему налогового стимулирования, в т.ч. концепцию Федерального Закона N 477-ФЗ «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации» (О внесении изменений в статью 346²⁰ и главу 26⁵ Налогового кодекса РФ). Вместо стандартных требований о предоставлении налоговых каникул вновь открывшимся индивидуальным предпринимателям и физическим лицам по упрощенной и патентной системам налогообложения на срок до 2 лет необходимо освобождение от налога на прибыль и налога на добавленную стоимость на срок до 5 лет для вновь открывающихся компаний (в т.ч. индивидуальных предпринимателей, обществ с ограниченной ответственностью), применяющих общую и упрощенную систему налогообложения, величина ежегодной выручки которых не превышает 2 млн. рублей.

В отличие от патентной системы, настоящий механизм позволяет снизить риски финансовых потерь начинающих предпринимателей, мотивировать их к дальнейшему развитию. К моменту окончания налоговых льгот предприниматели будут иметь сформированную финансово-хозяйственную базу для дальнейшего расширения. Существующая патентная система ограничивает возможности начинающих предпринимателей, не имеющих опыта управления денежными потоками, рисками и рынка сбыта.

Мобилизация навыков и ресурсов частных предпринимателей и инвесторов улучшит предельную производительность капитала. В настоящее время человеческий и финансовый капитал России необходимо отнести к малопродуктивному капиталу, связанному с несущественным увеличением

капитала на единицу дополнительных инвестиций. Таким образом, доходность инвестиций на вложенный капитал находится на низком уровне, активы страны в целом недооценены, а проценты по обслуживанию кредитов находятся на уровне рентабельности, что не позволяет компаниям остаться на уровне выше точки безубыточности.

Расширение возможностей малого бизнеса по приватизации государственной собственности приведет к росту благосостояния, будет способствовать развитию частного предпринимательства. Это обстоятельство позволит частному сектору продуктивно использовать активы. При этом использование модели быстрого перехода, как в случае с массовой приватизацией 1992-1994 гг., может привести к пагубным последствиям. На трансформацию действующей системы предпринимательства необходимо 10-15 лет для интеграции вновь разработанных механизмов в действующую экономическую систему.

Постепенное формирование института предпринимательства предопределяет устойчивый экономический рост в долгосрочной перспективе.

Концентрация малопроизводительного капитала, в т.ч. государственных активов, в руках продуктивных предпринимателей может привести к увеличению качества производимых товаров/услуг и научно-техническому прогрессу. Однако для решения задачи создания предпринимательской инфраструктуры независимо от географического положения необходимо обеспечить доступ бизнеса к частному капиталу, ставка доходности которого ниже, чем у финансовых институтов, и может выступать хорошей альтернативой банковским кредитам.

Принимаемых в настоящее время мер финансового стимулирования Агентством кредитных гарантий и другими финансовыми институтами не достаточно. Для развития системы свободного предпринимательства необходимы не только техническая и финансовая поддержка, но и экспертная поддержка в управлении, планировании, решении повседневных проблем предпринимателей.

Реализация меры поддержки субъектов предпринимательства через квотирование государственных закупок ограничивает малые производственные предприятия в возможности создания востребованных обществом товаров и услуг. Эффективным механизмом развития конкуренции является снижение требований в контрактной системе государственных закупок для малого бизнеса. Примером тому может служить отсутствие возможности участия субъектов предпринимательства в системе государственных закупок, где установлены минимальные значения по объемам выручки, прибыли и другим финансовым показателям компании за последние 3 года.

Ограничение участия в государственных закупках за счет фиксированных минимальных финансовых показателей не позволяет участвовать субъектам малого предпринимательства, при этом более крупные компании используют данное преимущество. Для стимулирования эффективности системы государственных закупок необходима отмена обеспечительных платежей для малых предприятий с объемом ежегодной выручки до 20 млн рублей. Это обстоятельство позволит стимулировать МСБ, уменьшить барьеры для входа и формировать конкурентную среду.

Заключение

Предлагаемые автором меры поддержки призваны уменьшить дискриминацию предпринимателей со стороны государственных органов власти и корпораций. Цель предложенных мер и методов заключается в упрощении процесса проверки компаний на должную добросовестность, увеличении доли малого и среднего бизнеса и доступа к заемному капиталу (иностранному и внутреннему) по льготным ставкам (6-10% годовых).

В отличие от программ проектного финансирования среднего и крупного бизнеса, где доля собственных средств обычно составляет 30-50%, у малых компаний должна быть возможность участия в таких программах при наличии 10-15% собственных средств от объема требуемого заемного капитала.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Богоутдинов Б. Б. (2015). Формирование предпринимательской среды: анализ доходности и методы управления // *Российское предпринимательство*, Т. 16, № 12, с. 1899-1912.

Кулик И. В. и Чжан Хунцзян (2014). Политика развития малого и среднего предпринимательства в Китае // *Электронное научное издание «Ученые заметки ТОГУ»*, Т. 5, № 4, с. 199-203.

Лукашков А. В. и Могин А. (2008). IPO от I до O: Пособие для финансовых директоров и инвестиционных аналитиков. 2-е изд., испр. и доп. М.: Альпина Бизнес Букс.

Мищенко В. А., Мозенков О. В. и Ван Кунью (2013). Особенности развития малого и среднего бизнеса в Китае // *Вестник НТУ «ХПИ»*, № 52(1052), с. 111-115.

Чиркова Е. В. (2009). Как оценить бизнес по аналогии: Пособие по использованию сравнительных рыночных коэффициентов. 2-е изд., испр. и доп. М.: Альпина Бизнес Букс.

Acar S. and Runco M. A. (2011). Creative abilities: Divergent thinking // In: M. D. Mumford (Ed.) // *Handbook of Organizational Creativity*. Oxford, UK: Elsevier, pp. 39-65.

Acs Z. J., Armington C. and Zhang T. (2007). The determinants of new-firm survival across regional economies: The role of human capital stock and knowledge spillover // *Papers in Regional Science*, no. 86(3), pp. 367-393.

Andersson S. and Tell J. (2009). The relationship between the manager and growth in small firms // *Journal of Small Business and Enterprise Development*, vol. 16, no. 4, pp. 586-598.

Berger A. N. and Udell G. F. (1998). The Economics of Small Business Finance: The Roles of Private Equity and Debt Markets in the Financial Growth Cycle // *Journal of Banking and Finance*, no. 22, pp. 613-673.

Bumgardner M., Buehlmann U., Schuler A. and Crissey J. (2011). Competitive actions of smaller firms in a declining market // *Journal of Small Business Management*, no. 49(4), pp. 578-598.

Copp C. B. and Ivy R. I. (2001). Networking trends of small tourism businesses in post-socialist Slovakia // *Journal of Small Business Management*, no. 39(4), pp. 345-353.

Daily C. M., McDougal P. P., Covin J. G. and Dalton D. R. (2002). Governance and strategic leadership in entrepreneurial firms // *Journal of Management*, no. 28, pp. 387-412.

Day J., Reynolds P. and Lancaster G. (2006). Entrepreneurship and the small to medium-sized enterprise // *Management Decisions*, no. 44, pp. 581-597.

Erickson T. and Whited T. M. (2000). Measurement Error and the Relationship between Investment and q // *Journal of Political Economy*, no. 108(5), pp. 1027-1057.

Headd B. and Kirchoff B. (2009). The growth, decline and survival of small businesses: An exploratory study of life cycles // *Journal of Small Business Management*, no. 47(4), pp. 531-550.

House C. L. and Shapiro M. D. (2008). Temporary Investment Incentives: Theory With Evidence From Bonus Depreciation // *American Economic Review*, no. 93(3), pp. 437-768.

Martinez M. A. and Aldrich H. E. (2011). Networking strategies for entrepreneurs: balancing cohesion and diversity // *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, vol. 17, no. 1, pp. 7-38.

Stewart W. H. and Roth P. L. (2007). A meta-analysis of achievement motivation differences between entrepreneurs and managers // *Journal of Small Business Management*, no. 45, pp. 401-421.

REFERENCES

Acar S. and Runco M. A. (2011). Creative abilities: Divergent thinking. In: M. D. Mumford (Ed.). *Handbook of Organizational Creativity*. Oxford, UK: Elsevier. pp. 39-65.

Acs Z. J., Armington C. and Zhang T. (2007). The determinants of new-firm survival across regional economies: The role of human capital stock and knowledge spillover. *Papers in Regional Science*, no. 86(3), pp. 367-393.

Andersson S. and Tell J. (2009). The relationship between the manager and growth in small firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, vol. 16, no. 4, pp. 586-598.

Berger A. N. and Udell G. F. (1998). The Economics of Small Business Finance: The Roles of Private Equity and Debt Markets in the Financial Growth Cycle. *Journal of Banking and Finance*, no. 22, pp. 613-673.

Bogoutdinov B. B. (2015). Formation of entrepreneurial environment: analysis of profitability and methods of management. *Russian Journal of Entrepreneurship*, vol. 16, no. 12, pp. 1899-1912. (In Russian).

Bumgardner M., Buehlmann U., Schuler A. and Crissey J. (2011). Competitive actions of smaller firms in a declining market. *Journal of Small Business Management*, no. 49(4), pp. 578-598.

Chirkova E. V. (2009). How to evaluate a business by analogy: a Guide to the use of comparative market ratios. Moscow, Publ. House Alpina Business Books. (In Russian).

Copp C. B. and Ivy R. I. (2001). Networking trends of small tourism businesses in post-socialist Slovakia. *Journal of Small Business Management*, no. 39(4), pp. 345-353.

Daily C. M., McDougal P. P., Covin J. G. and Dalton D. R. (2002). Governance and strategic leadership in entrepreneurial firms. *Journal of Management*, no. 28, pp. 387-412.

Day J., Reynolds P. and Lancaster G. (2006). Entrepreneurship and the small to medium-sized enterprise. *Management Decisions*, no. 44, pp. 581-597.

Erickson T. and Whited T. M. (2000). Measurement Error and the Relationship between Investment and q. *Journal of Political Economy*, no. 108(5), pp. 1027-1057.

Headd B. and Kirchoff B. (2009). The growth, decline and survival of small businesses: An exploratory study of life cycles. *Journal of Small Business Management*, no. 47(4), pp. 531-550.

House C. L. and Shapiro M. D. (2008). Temporary Investment Incentives: Theory with Evidence from Bonus Depreciation. *American Economic Review*, no. 93(3), pp. 437-768.

Kulyk I. V. and Zhang Hongjiang (2014). Development policy for small and medium enterprises in China. *Electronic Scientific Journal «Scientists Notes PNU»*, vol. 5, no. 4, pp. 199-203. (In Russian).

Lyashkov A. V. and Magin A. (2008). IPO from I to O: a Guide for financial Directors and investment analysts. Moscow, Publ. House Alpina Business Books. (In Russian).

Martinez M. A. and Aldrich H. E. (2011). Networking strategies for entrepreneurs: balancing cohesion and diversity. International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, vol. 17, no. 1, pp. 7-38.

Mishchenko V. A., Mozenkov O. V. and Wang Kun Wu (2013). Features of development of small and medium business in China. Bulletin of NTU «KHPI», no. 52(1052), pp. 111-115. (In Russian).

Stewart W. H. and Roth P. L. (2007). A meta-analysis of achievement motivation differences between entrepreneurs and managers. Journal of Small Business Management, no. 45, pp. 401-421.