

**Библиографический список**

1. Слуга Н.А. Парадоксы миграционного движения населения в глобальных городах / География мирового развития / под ред. Л.М. Синцера. М.: Товарищество научных изданий КМК, 2010. Вып. 2. С. 143-158.
2. *Migration Statistics 2008 (Annual Report)*. A joint publication by ONS, Home Office and DWP. 2009.
3. *Population and Migration. Regional Trends 36* (London, 2001) pp. 37 – 50.
4. *Population and Migration. Regional Trends 38 TSO* (London, 2004) pp. 37 – 53).
5. *Population and Migration. Regional Trends 39* (London, 2006) pp. 95 – 109.
6. *Population and Migration. Regional trends 40* (London, 2008) pp. 83 – 97.
7. <http://www.statistics.gov.uk/cci/article.asp?ID=2601> (Regional Characteristics of foreign-born people living in the United Kingdom)
8. [http://www.statistics.gov.uk/downloads/theme\\_social/Social\\_Trends39/Social\\_Trends\\_39.pdf](http://www.statistics.gov.uk/downloads/theme_social/Social_Trends39/Social_Trends_39.pdf)

*L. Y. Kochetkova*

**MIGRATION IN GREATER LONDON (1991-2009)**

The article studies different migration characteristics of the region from the inter-regional and international perspective: inflows and outflows of the population, levels of migration and net migration between London and the other regions and constituent countries of the UK as well as between London and foreign countries. It also highlights the demographic characteristics of London which can be attributed to the migration patterns typical of the region.

**Key words:** inter-regional and international migration; inflows and outflows of the population; levels of migration; net migration; London.

УДК 796.5

**М.Д. Гагарский**

**СРЕДНЕЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ РЕГИОНА**

Пермский государственный национальный исследовательский университет,  
614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15; e-mail: seg@psu.ru

В статье рассматриваются подходы к изучению и определению размеров предприятий различных отраслей хозяйства страны. Особое внимание уделено анализу развития средних предприятий в России и за рубежом. Автор обоснованно считает, что средние предприятия, среднее предпринимательство является вполне самостоятельным слоем предприятий, имеющим большое социально-экономическое значение для экономики городов и регионов России.

**Ключевые слова:** бизнес; корпорация; малое и среднее предпринимательство; малые предприятия; субъект хозяйствования; фирма.

В этой области экономических знаний существует немало легенд и мифов, построенных на субъективном восприятии мира, на шатком эмпирическом знании. В 1990-е гг. рядом политиков и экономистов России была, в частности, подхвачена идея, разработанная некоторыми западными учеными, о ведущей роли малого бизнеса в экономиках высокоразвитых стран. Это был ответ сторонникам глобализации, интернационализации, транснационализации экономики мира, ибо рос средний класс, менялась материально-техническая база бизнеса и условия его деятельности.

Однако развивался не только малый бизнес и в экономике мира, в целом в обществе происходили и другие процессы: крупные экономики крупнели, ТНК развивались, богатых не становилось меньше, разрыв в уровне развития высокоразвитых стран и развивающихся сокращался крайне медленно и т.п. Практически в любом учебнике по мировой экономике отмечено, что только транснациональные корпорации (без средних, крупных и крупнейших предприятий!!!) дают до трети промышленной продукции, торгового оборота, до четверти ВВП, занятых в мировой экономике. При этом в целом в глобальной экономике в последние годы резко повысилась роль ТНК (транснациональных корпораций). Ныне их более 65 тыс., они имеют более 850 тыс. филиалов: до 30-35 % в торговле и до 25 % в производстве [4]. И почему-то, если отдельно выделить ТНК, крупнейшие, крупные, средние по размерам компании, ну никак после суммирования их основных экономических показателей не получается широко озвученная в различных источниках цифра, что на мелкий бизнес, малое предпринимательство в развитых странах приходится 60-70 %, а в некоторых развитых странах до 80 % ВВП, занятых хозяйстве и т.п.

Малые предприятия не могут быть по своей сути более экономически эффективными чем крупные, ведь действуют объективные экономические законы, но они обладают рядом преимуществ перед крупными в определенных условиях. Часто они имеют большое социальное значение, успешно решая проблему занятости населения. Одновременно, малые предприятия порой юридически самостоятельные, но образуют так называемые маркетинговые сети, где «малыши» подчинены более мощным экономическим структурам, а в случае экономического кризиса они же быстрее разоряются.

В США 100 крупнейших корпораций дают треть промышленной продукции, а количество занятых составляет 14 % от всех работающих в промышленности [11]. Те же соотношения характеризуют агробизнес. Крупные корпорации составляют основу предпринимательства США, в них занято около 25 % рабочей силы и на них приходится около 90 % предпринимательской выручки [11], причем большая часть приходится на 100 крупнейших корпораций.

При этом отметим, что крупные корпорации характерны, в основном, только для мощных экономик таких стран как США, Япония, ФРГ, Франция, Великобритания, Италия, Китай, в последние годы проявляют себя в этом отношении Южная Корея, ЮАР, Бразилия и др., но единичны крупнейшие ТНК в малых высокоразвитых странах – Швейцарии (продовольственная корпорация «Нестле», банки), Нидерланды («Филипс», транспортная инфраструктура) и некоторых других. В них (кроме Люксембурга) преобладает средний и малый бизнес, но который прямо связан с крупным. Если суммировать малый и средний бизнес, скажем по вкладу в экономику по единым, допустим, «западным» критериям, а не по числу предприятий, тогда мы, в России и Пермском крае, как раз выйдем на цифру примерно 50 - 60 % (оценка) вклада малого и среднего бизнеса в ВВП.

По нашему глубокому убеждению средние предприятия – это самостоятельный пласт предприятий по размерам, специализации, технологиям, размещению.

В России есть ряд городов, где малый бизнес обеспечивает значительную часть местного бюджета (в Москве, например, по данным Росстата до 40 %). Малый бизнес, а в ряде случаев и средний, имеет прежде всего социальное «звучание». Это обеспечение населения работой, наполнение бюджета регионов, сохранение хозяйственного разнообразия, навыков и культуры производства стран и регионов.

Средние предприятия являются градообразующей базой малых и средних городов. В качестве монопоселений в Пермском крае рассматриваются 15 городов и поселков городского типа. Возможно, их будет выделено больше. Хозяйственную основу в них формируют именно средние предприятия.

В России традиционно сильны крупные экономические субъекты, на малое предпринимательство в сравнении с развитыми странами мира приходится невысокая доля – 12-14 % ВВП. При этом во многих регионах страны вклад малого бизнеса в экономику мало ощущается. По крайней мере, об этом говорят экономические и общественно-информационные источники РФ. Не одинаковое внимание уделяется предприятиям с различной концентрацией производства в средствах распространения информации. Так, в системе Интернет крупные предприятия упоминаются на 1,6 млн страниц, малые – на 6,8 млн, средние – на 0,3 млн.

Но цифры порой лукавы. В современной научной литературе, общественно-экономических, социологических изданиях, программах политических партий и движений, приводятся примеры того, что малый бизнес, малые предприятия преобладают в экономике высокоразвитых стран, забывая о том, что они еще более преобладают в экономике слаборазвитых стран. Существенен вопрос соот-

ношения малого, среднего и крупного бизнеса. В Канаде 2 % занятых – предприниматели, 98 % – наемные работники, в Испании это соотношение 10 % и 90 %, в Турции – 40 % и 40 %.

Таблица 1

**Социально-классовый состав населения стран разного уровня экономического развития [1]**

Социальные слои	Канада	Япония	Испания	Турция
Предприниматели	2,2	3,5	7,5	1,3
Мелкие собственники	4,3	9,9	20,5	22,9
Помогающие члены семьи	0,5	7,7	1,9	37,9
Наемные работники	93,0	78,9	70,1	38,5

Критерии выделения малых, средних, крупных, крупнейших предприятий в России и в зарубежных странах различны, поэтому сравнения порой бессмысленны и выводы не объективны. Между тем многие крупные американские фермы по численности работников крайне невелики (до 10-15 наемных работников и владельцев предприятий), но отличаются собственной мощной материально-технической базой и инфраструктурой. Для них установлены условия, выполнение которых позволяет отнести юридическое или физическое лицо к той или иной группе субъектов предпринимательства.

Это может быть численность занятых, стоимость используемых материальных ресурсов, время деятельности предприятия, объем производства и др. Например, в статистике ФРГ к малым предприятиям не относят сельскохозяйственные и лесохозяйственные предприятия, но они учитываются как предпринимательские фирмы в США.

В соответствии с действующим законодательством России, к субъектам малого предпринимательства относятся коммерческие предприятия, численность работников которых ограничена (в промышленности, строительстве, транспорте – 100 человек; в сельском хозяйстве, научно-технической сфере – 60 человек; в оптовой торговле и других отраслях торговли – 30 человек). К микропредприятиям относятся субъекты рынка с численностью работников до 15 чел. К средним предприятиям в России относят по законодательству предприятия от 100 до 250 чел. В большинстве высокоразвитых зарубежных стран в средних предприятиях должна быть численность работников 100-499 чел.).

Для определения категории предприятия часто используют лишь два показателя. Это средняя численность работников (в обязательном порядке) и один по выбору – выручка или балансовая стоимость активов. Не исключено, что определенные по этим показателям категории субъектов предпринимательства будут различаться. Тогда о принадлежности бизнеса к малому или среднему следует судить исходя из наибольшего по значению условия (ч. 3 ст. 4 Федерального закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ» № 209-ФЗ 06.07.07 г.). Поясним, о чем идет речь. Допустим, по средней численности организация (предприниматель) относится к сфере малого предпринимательства, а по выручке – к средним хозяйствующим субъектам (что бывает редко). Тогда организацию (предпринимателя) следует считать субъектом среднего предпринимательства.

Для анализа субъектов хозяйствования следует определиться с критериями их выделения.

Федеральным законом Российской Федерации «О развитии малого и среднего предпринимательства» от 24.07.2007г № 209-ФЗ, введенным в действие с 1 января 2008 года, установлены новые критерии отнесения хозяйствующих субъектов к категориям малого и среднего предпринимательства. Им введены также новые понятия: «среднее предприятие», «микропредприятие».

В соответствии со ст. 4 к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся: потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), а также физические лица, (далее – индивидуальные предприниматели), крестьянские (фермерские) хозяйства, соответствующие установленным законом условиям по структуре уставного капитала, средней численности работников, размеру выручки от реализации товаров (работ, услуг) и балансовой стоимости активов.

Существенно изменился критерий структуры уставного капитала. Ранее он был установлен по доле участия каждой перечисляемой категории акционеров – не более 25 %, а по новому закону «для юридических лиц – суммарная доля участия Российской Федерации, субъектов Российской Феде-

рации, муниципальных образований; иностранных юридических лиц, иностранных граждан, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов в уставном (складочном) капитале (паевом фонде) указанных юридических лиц не должна превышать двадцать пять процентов (за исключением активов акционерных инвестиционных фондов и закрытых паевых инвестиционных фондов), доля участия, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства, не должна превышать двадцать пять процентов».

Законом специально оговорено, что государственные и муниципальные унитарные предприятия не являются субъектами малого и среднего предпринимательства.

Независимо от вида экономической деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства, законом установлены следующие категории по средней численности работников:

- до 100 человек включительно – малые предприятия, из которых выделяются микропредприятия (до 15 человек);
- от 101 до 250 человек включительно – средние предприятия.

В соответствии с новым законом в 2008 г. к ранее наблюдаемой совокупности малых предприятий добавились предприятия потребительской кооперации, удовлетворяющие условиям по численности работников (ранее все некоммерческие организации к малым предприятиям не относились).

Ряд предприятий перешел из категории крупных и средних в малые по критерию средней численности работников (например, в оптовой торговле ранее порог численности был – до 50 человек, в розничной торговле – до 30 человек, по новому Закону – до 100 человек).

В 2009 г. добавился новый критерий по значениям выручки от реализации товаров (работ, услуг). В 2008 г. предельный уровень по данному показателю еще не был установлен.

Выручка от реализации товаров (работ, услуг) без учета налога на добавленную стоимость за предшествующий календарный год не должна превышать предельного значения, установленного постановлением Правительством Российской Федерации от 22 июля 2008 г. № 556 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства». Предельные значения выручки: микропредприятия – 60 млн рублей, малые предприятия – 400 млн рублей, средние предприятия – 1000 млн рублей.

В качестве субъектов малого предпринимательства в России в основном рассматриваются: коммерческие организации и потребительские кооперативы (за исключением государственных и муниципальных предприятий), индивидуальные предприниматели, крестьянские (фермерские) хозяйства. Для них установлены условия, выполнение которых позволяет отнести юридическое или физическое лицо к той или иной группе субъектов предпринимательства.

Необходимо различать малые предприятия и рассматривать их в узком и широком смысле. Это могут быть предприятия организационно и юридически оформленные, которые регистрируются в Статрегистре и отдельно существуют как малые предприятия и производства, которые не зарегистрированы как малые предприятия, но имеют экономические производственные параметры схожие с зарегистрированными. Таких незарегистрированных по той или иной причине малых предприятий в 3-4 раза больше, чем зарегистрированных. Если нам не признать эту объективную реальность, то окажется, что по численности ведущую роль играют крупные и средние предприятия с долей в общей численности около 80 %, что явно вызывает сомнения (всего в крае зафиксировано более 67 тыс. организаций, но к малым предприятиям относится несколько более 12 тыс.). Так, многие предприятия и учреждения зарегистрированные как некоммерческие явно ведут значительную коммерческую деятельность. В то же самое время многие фермерские хозяйства, судя по результатам Сельскохозяйственной (2006 г.) переписи, не ведут сельскохозяйственную деятельность.

По нашему мнению, каким-то образом в анализах малого бизнеса полнее должны учитываться личные подсобные хозяйства, многие из них имеют до нескольких гектаров земли и по существу являются товарными рыночными хозяйствами, так же как садоводческие и огороднические товарищества. Должна учитываться экономика домашних хозяйств, которая традиционно дает вклад до 10 % ВВП. Здравоохранение, система образования, культуры оказывают значительное количество услуг в системе среднего специального образования, в высшей школе также оказывают платные образовательные услуги. Так, среди 15 вузов Перми пять – по существу коммерческие учебные заведения (хотя в названии ВУЗа термин «некоммерческое» учебное заведение используется часто) да и в государственных вузах 20-30 % студентов обучаются платно (величина платы за обучение достигает 20-60 и более тыс. руб. за год). Кроме того, практикуется платное обучение в средних специальных учебных

заведениях. Большую роль в экономике играет так называемая «общинная экономика», коммерческая деятельность государственных и муниципальных предприятий.

В 1980-е гг. прошлого столетия функционировал так называемый колхозный рынок (внутридеревенский и внедеревенский), на котором статистические органы в качестве субъектов рассматривались колхозники, рабочие и служащие, имеющие личные подсобные хозяйства, вряд ли суть этих отношений на рынке сейчас существенно изменилась, ибо действовали рыночные законы (учитывались данные по 260 городам и 80 наименованиям товаров) [10]. Таким образом, круг малых и средних субъектов рынка может быть существенно расширен.

Критерии выделения малых и средних предприятий в России и зарубежных странах порой существенно менялись в современной эпохе. Так, в 1990-е годы в Великобритании средние предприятия должны были иметь не менее 1,5 млн фунтов основных производственных фондов.

В странах ЕС были установлены следующие критерии малых и средних предприятий: средние предприятия должны были иметь не более 500 занятых и оборот около 40 млн долл., нижняя граница – 0,5 млн долл., кроме того, менее одной трети капитала могло принадлежать другому предприятию. В ЕС по величине предприятия классифицировались: а) микропредприятия с численностью занятых до 9 чел. (таких в ЕС насчитывалось до 14,5 млн ед.); б), малые – от 10 до 99 чел. (около одного млн предприятий); в) средние предприятия с числом занятых от 100 до 499 чел. (около 700 тыс.); г) крупные предприятия с числом занятых от 500 чел. и более (около 120 тыс.).

В работе А. Винькова и др. [2,3] на основе анализа ряда методик предложены критерии выделения предприятий среднего бизнеса – нижняя граница объема производства – 350 млн руб. и время существования не менее трех лет, это позволяет отсеять фирмы-однодневки, пирамиды и т.п. Кроме того, А. Виньков предлагает ввести критерий – получение чистой прибыли, хотя вероятно, что в определенные временные рамки прибыли может и не быть. О.Ю. Акимов [1] считает, что к числу малых и средних предприятий могут быть отнесены унитарные государственные предприятия и дочерние структуры.

Малые и средние предприятия по своим качественным характеристикам существенно различаются. Основные отличия: 1. Сделки средних предприятий гораздо крупнее, чем малых предприятий. 2. Средние предприятия часто действуют на большой территории от муниципального образования до страны, малые – в пределах сравнительно небольшого региона. 3. Решения по сделкам, контрактам на средних предприятиях, как правило, принимаются группой специалистов, в том числе собственников. 4. Законодательство должно относиться к средним и малым предприятиям по-разному, попытки их уравнять ведут к сворачиванию, прежде всего малого бизнеса. Так, ряд решений, принятых по внешней торговле на Федеральном и Муниципальном уровнях, привели к массовому сворачиванию «челночного бизнеса», малых рынков, киосковой, лоточной торговли. 5. Место в канале товародвижения у средних и малых предприятий различно – у малых предприятий ближе к конечному потребителю, у средних – в начале цепочки товародвижения. 6. Средние предприятия выполняют обычно несколько функций, малые – ограниченное число и т.д. 7. Факторы территориальной организации различны. 8. Коммерческие сделки среднего бизнеса оформляет документально, что может быть не характерно для малого и др.

Хотя понятие «среднее предприятие» неоднозначное, имеются предложения по использованию других критериев по выделению СП, опираясь, прежде всего, на выручку (от 400 млн руб. до 1000 млн руб.). Специалисты журнала «Эксперт Урал» полагают, что верхнюю границу выручки необходимо поднять до 8 млрд руб. Они считают, что средняя уральская (и западно-уральская компания) должна зарабатывать в среднем 1,25 млрд руб.

Все эти аргументы, на наш взгляд, позволяют говорить о глубоких различиях малого и среднего бизнеса, необходимости использования различных научных подходов в исследовании, управлении, финансировании, в законодательном, информационном обеспечении и др., а также расширенно толковать понятие «малый бизнес». В экономиках высокоразвитых стран получили развитие предприятия, субъекты хозяйствования разного уровня, социального, экономического, организационного и иного свойства. Для экономик Запада характерно скорее разнообразие фирм, предприятий, нежели преобладание какого-либо вида.

Проблема выбора – развивать преимущественно крупные или мелкие хозяйства – превращается в проблему поиска его оптимального размера и оптимального соотношения мелких, средних и крупных производств и того, на каких основах они будут развиваться.

Исследования бизнеса показывают, что в Италии средние фирмы дают 20 % продукции всех фирм страны, крупные – 45%. В Швеции доля выручки средних компаний составляет 39 %, крупных

– 44 %. В японской промышленности крупные фирмы обеспечивают 32 % производства, а средние – 25%. В США это соотношение и вовсе склонено в пользу крупного бизнеса: 53 % ВВП против 13% у среднего [9]. То есть в совокупности крупный и средний бизнес все же является ведущим. В Пермском крае деловая газета «Бизнес класс» (Business class), проанализировав деятельность 300 крупных и средних предприятий края, определила, что 65 % выручки дают первые двадцать предприятий (большинство из них крупные). Средний бизнес приобрел важное и самостоятельное значение, и по объемам производства он не только сопоставим с крупным бизнесом, но и имеет важное самостоятельное значение, доля его в общем производстве крупного и среднего бизнеса достигает 40-45 %. Он крайне поляризован (отчасти, как и мелкий бизнес) разнообразен, мобилен, но более устойчив, широко представлен различных отраслях хозяйства.

По некоторым источникам [2,3] в стране имеется 14912 компаний с выручкой не менее 300 млн руб. (около 10 млн долл. по рыночному курсу и почти 30 млн долл. (с учетом покупательной способности); из них примерно 13,4 тыс. – частные предприятия. Средний бизнес – главный производитель (более 70 % производства) в отраслях: машиностроение, пищевая, легкая, мебельная промышленность, стройиндустрия, химия и производство неметаллических материалов, образование и наука, сельское хозяйство, оптовая и розничная торговля.

Средний бизнес в России показывал в последние годы высокие темпы роста производства и продаж, а также накопления капитала, опережая при этом малый и крупный бизнес.

Доля средних компаний Урало-Западносибирского (включая Башкортостан, Пермский край, Удмуртию) региона в общероссийском списке компаний составляют примерно 12 %, по объему производства – 13 %.

Некоторые предприятия показывают высокие темпы роста (30 % и более в год), для них и был придуман термин «газели». Термин введен американским экономистом Дэвидом Бэрчэм, который сумел показать, что решающий вклад в развитие экономики страны вносит ограниченное число (до 5%) небольших динамичных компаний, создающих до 80 % рабочих мест [8].

В этом регионе имеется около 1700 средних компаний. Каждая из которых в среднем зарабатывает, производит продукции на 1,25 млрд руб., что сопоставимо с объемом производства (практически равно) 23 крупнейшим финансово-промышленным группам России. При этом многие средние компании, в том числе и «газели» выросли из мелкого бизнеса. Мелкий бизнес по существу «инкубатор» для среднего бизнеса, в том числе и для «газелей». В Пермском крае насчитывается примерно 220-250 предприятий с выручкой более 400 млн руб., по параметрам (в том числе «западной» статистики), удовлетворяющим всем критериям среднего предприятия. Но, согласно краевой официальной статистики, в промышленности края имеется 4,4 тыс. крупных и средних предприятий обрабатывающей промышленности, в строительстве – 72 предприятия, в оптовой торговле – 411 ед., в розничной торговле – около 800 (в Перми 520). Они относятся прежде всего к машиностроению, пищевой промышленности, строительной индустрии, включая промышленность строительных материалов, лесопромышленного комплекса, оптовой и отчасти розничной торговли.

К наиболее значимым можно отнести ОАО «Метафракс»: компания производит более 25 % российского, или около 3 % мирового метанола, объем производства составляет 6,3 млрд руб. Немного ему уступает ОАО «Камский кабельный завод», который держит от 15 до 30 % производства разных видов кабеля. Быстро развивается ЗАО «Новомет – Пермь», производящий погружные насосные установки. Среди ведущих средних компаний, имеющих равные размеры, специалисты отмечают ООО «Верра-Моторс Пермь» (автодилер), ООО «Экс-Авто» (автомобильный дилер), ООО «Пермский фанерный комбинат», ООО «Горнозаводскцемент» (один из немногих независимых производителей цемента), ООО «Квин» ( производство металлопроката и профнастила, кабеля), ООО «Мясокомбинат «Кунгурский», обеспечивающий около 30 % пермского рынка мясных продуктов, ООО «Фирма «Радиус – С». Одна из особенностей предприятий среднего бизнеса на Урале – небольшое число полностью самостоятельных структур, в том числе в Пермском крае.

Для территориального анализа городские округа и муниципальные районы нами были подразделены на пять групп исходя из численности имеющихся средних предприятий, удовлетворяющих всем критериям: 1. муниципальные образования, не имеющие средних предприятий; 2. имеющие 1-5 предприятий; 3. 6-10 средних предприятий; 4. 11-15 средних предприятий; 5. 16 и более предприятий.

В **первую** группу вошло 15 муниципальных образований, не имеющих средних предприятий: сельскохозяйственные районы – Березовский, Б.Сосновский, Еловский, Карагайский, Кишертский, Оханский, Сивинский, Чердынский, Уинский; лесные – Гайнский, Косинский, Кочевский, Кудымкарский, Юрлинский, Юсьвинский.

Во **вторую** вошли 11 районов. Лесные районы: Октябрьский, с разными отраслями: Гремячинский (полиграфическая промышленность, обработка камня), Ильинский (Чермозский машзавод), Кизеловский (легкая, лесная промышленность, ремонт машин), Нытвенский (металлургия и металлообработка, леспром, пищевая промышленность), Ординский (фабрика художественных изделий), Осинский (нефтедобыча, пищевая промышленность, транспорт), Очерский, (машиностроение), Суксунский (металлообработка, оптико-механическое производство, Частинский (сыроделие), Чернушинский (нефтедобыча, пищевая промышленность).

**Третью** составили 9 районов с относительно широким кругом предприятий: Александровский, Верещагинский, Горнозаводский, Губахинский, Добрянский, Красновишерский, Пермский, Соликамский, Чусовской.

**Четвертую** группу составили 6 муниципальных образования с широкой специализацией: Березниковский, Кудымкарский, Кунгурский городские округа, Лысьвенский, Краснокамский, Чайковский районы.

**Пятую** группу составил Пермский городской округ.

Вторая и третья группа включает много моногородов, где градообразующими предприятиями являются крупные, а большей частью – средние предприятия. Основу экономики Перми составляют крупные промышленные предприятия. Большим количеством средних предприятий обладает Ленинский район, также велика доля средних предприятий в объеме производимой продукции (до 70%) Свердловского района, сравнительно небольшой объем продукции дают средние предприятия Индустриального района (до 30 %).

Но в регионе имеется около 50 федеральных и региональных монополистов (12 Федерального и 37 краевого значения), производящих более 35 % определенного товара. Многие из них относятся к категории крупных. Они расположены в Перми (ООО «Пемнефтеоргсинтез», ООО «Лукойл-Пермь», ООО «Лукойл-Пермнефтепродукт», ОАО «Пермэнергосбыт», ООО «Пермрегионгаз», ЗАО «ТД Мотовилихинские заводы» и др.), Березниках (ОАО «Уралкалий», ОАО «Азот»), Соликамске (ОАО «Сильвинит»), Чайковском (ООО «Гаспромтрансгаз Чайковский»).

Неразработанность вопроса оптимального и эффективного соотношения малых, средних и крупных предприятий затрудняет их объективный анализ и хозяйственную деятельность и влияет на принятие рациональных экономических, социальных и политических решений. По нашему глубокому убеждению, малый, средний и крупный бизнесы – это самостоятельные слои субъектов хозяйствования со своими количественными и качественными признаками. Несмотря на то, что к выделению вышеназванных видов предприятий подходят с разными критериями, и порой эти сравнения необъективны, сами исследования необходимы, в том числе на основе сближения критериев и методик анализа среднего бизнеса.

Можно согласиться, что малый бизнес в России развит недостаточно, но вопрос соотношения малых, средних, крупных и крупнейших предприятий требует дополнительной проработки. К недостаткам нынешнего развития среднего бизнеса следует отнести: слабое развитие в среднем бизнесе высокотехнологичных отраслей; преобладающее развитие строительной индустрии и нефтегазосервиса, хотя, по-видимому, это необходимо на настоящий момент. Пермский край в этом отношении, хотя и по формальным критериям (количество предприятий), выглядит вполне позитивно, чего не скажешь о малом бизнесе. Пермь по числу малых предприятий на тысячу жителей уступает многим городам-миллионникам, в том числе в Приволжском Федеральном округе и Уральском экономическом районе. В целом, в мировой экономике соотношение крупных, средних и малых предприятий по объему производства и доле в ВВП примерно равное.

В зарубежных высокоразвитых и большинстве среднеразвитых стран соотношение крупных, средних и малых предприятий по объему производства и доле в ВВП примерно одинаково и эти виды соотносятся примерно как 1:1:1, в России – как 5:3:2 соответственно. На это соотношение влияют различные факторы географического, экономического, политико-правового плана. Россия развивается в направлении оптимальных пропорций, хотя существует много объективных и субъективных факторов, которые сдерживают это развитие в последние годы.

Но наивностью веет от предположения, что именно малые предприятия могут совершить прорыв в области хозяйственного развития, инвестиций и нововведений. Срок жизни малых предприятий небольшой, материальная и финансовая базы слабые. Без среднего и крупного бизнеса не обойтись, если мы не хотим «скатиться» к «филиппинизации» экономики, со значительным теневым сектором, натуральным хозяйством и малотоварным производством, технологической отсталостью и т.п. чертами развивающихся стран. Несмотря на то, что к выделению вышеназванных видов предприятий

подходят с разными критериями и порой эти сравнения необъективны, сами исследования необходимы, в том числе на основе сближения критериев и методик.

Однако нам хотелось бы обратить внимание на научную и методическую сторону разработки статистических, плановых и предплановых документов федерального и регионального характера (законы, концепции, программы и др.). Хотя в заголовках упоминается среднее предпринимательство, например в Программе «Развитие малого и среднего предпринимательства в Пермском крае на 2008 - 2011 годы» [6], но в основном содержании программы средние предприятия практически не рассматриваются. Между тем, Росстат дает информацию по совокупности крупных и средних предприятий. Сразу возникает вопрос: в какой группе целесообразно рассматривать средние предприятия, средний бизнес, совместно с крупными хозяйственными единицами или малыми?

Средние предприятия следует рассматривать, в том числе и статистике, как вполне самостоятельный слой предприятий, являющийся основой социального, экономического и политического развития малых, средних городов, регионов. В целом можно заключить, что средние предприятия являются сегодня ядром устойчивого экономического и политического развития регионов.

#### Библиографический список

1. Акимов О. Ю. Малый и средний бизнес: эволюция понятий, рыночная среда и проблемы развития. М. 2003.
2. Виньков А., Гурова Т., Юданов А. Делать средний бизнес: исследование 13 тыс. средних российских компаний // Эксперт. 2008. № 10.
3. Коновалов А. Выше среднего // Эксперт-Урал. 2008. № 37.
4. Мировая экономика / под ред. А. Булатова. М.: Экономика, 2009.
5. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: Федеральный закон // Российская газета. 2007. 31 июля. (№164 (4427)).
6. О краевой целевой программе «Развитие малого и среднего предпринимательства в Пермском крае на 2008-2011 годы» / Бюллетень Законодательного собрания Пермского края. 2009. №1 Ч.2.
7. Российский статистический ежегодник. М., 2008.
8. Социально-экономическая статистика: словарь. М., 1982.
9. Страны и регионы мира. Экономико-политический справочник / под ред. А.С. Булатова. М. 2006.
10. Хайман Д.Н. Современная микроэкономика: анализ и применение / под ред. С.В. Валдайцева. М., 1992. Т. 1,2.
11. Экономическая география зарубежных стран / под ред. В. В. Вольского. М.: Высшая школа, 2004.
12. Экономическая теория. Микроэкономика. Мезоэкономика / под общ. ред. Г.П. Журавлевой. М.: Дашков, 2007.

*M.D. Gagarsky*

#### AVERAGE BUSINESS AS FACTOR OF DEVELOPMENT OF THE REGION

In article approaches to studying and definition of the sizes are considered The enterprises of various branches of an economy of the country. The special attention is given the analysis of development of the average enterprises in Russia and abroad. The author soundly considers that the average enterprises, average business is quite independent layer of the enterprises having the big social and economic value for urban economics and regions of Russia.

**Key words:** business; corporation; small and average business; small enterprises; the subject of managing; firm.