ТРИМ
Центр межотраслевой экспертизы «Третий Рим»

Аналитический обзор

МСП: ГИБЕЛЬ ИЛИ МЕТАМОРФОЗА?

Платформы и малый бизнес в США, Германии и Великобритании, 2013–2023 гг.

Ноябрь 2026 года

Софья Фельбуш,
Сергей Алферов

Москва

Преамбула

Быстрое развитие онлайн-торговли и крупных цифровых платформ породило опасения, что малый и средний бизнес (МСП) будет вытеснен. В аналитическом обзоре на данных США, Германии и Великобритании за 2013–2023 гг. проверяется тезис о сокращении сектора МСП под влиянием платформ. Проанализирована динамика числа предприятий, занятости и доли МСП в общей занятости. Отдельно рассмотрены розничная и онлайн-торговля, где влияние платформ проявляется напрямую.

Цель работы – оценить, как меняются положение и структура малого бизнеса при развитии платформенной экономики. Анализ показывает, что представление о гибели МСП не подтверждается: малый бизнес не исчезает, но меняется его устройство.

Методологической основой являются данные национальных статистических служб США, Германии и Великобритании, Eurostat, отчетность Amazon, а также результаты научных исследований влияния электронной торговли на малый бизнес.

Резюме

1. **Доля МСП в занятости начала снижаться до появления маркетплейсов.** Это видно по данным США с 1978 г. В 2013–2023 гг., когда платформы активно развивались, снижение не было особенно быстрым на фоне предыдущих десятилетий. В США и Германии доля МСП упала из-за опережающего роста крупного бизнеса, а в Великобритании выросла.
2. **Статистика США, Германии и Великобритании не подтверждает абсолютного сокращения сектора МСП.** За десятилетие многократного роста выручки Amazon ни в одной из них нет устойчивого снижения ни числа МСП, ни занятости в них. Единственное снижение числа фирм (в Германии) приходится на годы изменения методики учета.
3. В магазинной рознице США, где малый бизнес конкурирует с платформами, число малых фирм сократилось на несколько процентов, а занятость практически не изменилась. Это **эрозия, а не вытеснение**. При этом и в экономике в целом, и в онлайн-торговле число малых фирм за тот же период выросло.
4. **Развитие платформ сопровождается поляризацией онлайн-торговли.** Число онлайн-фирм растет кратно во всех размерных группах, но подавляющее большинство по-прежнему составляют микропредприятия. В то же время все большая доля занятости приходится на крупные компании.
5. **В розничной торговле США рост платформ не сопровождался ускорением выбытия фирм.** При относительно стабильном числе МСП шло постоянное движение: одни фирмы уходили, другие появлялись.

Содержание

Преамбула **2**

Резюме **3**

Методологические пояснения **5**

Платформы и малый бизнес: проверка тезиса о гибели МСП **7**

1. Доля МСП в занятости: снижение началось до платформ 7
2. Число МСП и занятость в них: абсолютного сокращения нет 8
3. Розница США: эрозия, а не вытеснение 9
4. Онлайн-торговля: измельчение малого бизнеса 12

Заключение **14**

Приложение. Страновые кейсы **15**

1. США 15
2. Германия 21
3. Великобритания 26

Методологические пояснения

1. **Критерии проверки.** Тезис о гибели МСП проверяется в трех аспектах:
   1) Относительный: малый бизнес теряет вес в экономике – доля МСП в занятости снижается, крупный бизнес растет быстрее.
   2) Абсолютный: сокращается количество субъектов МСП и занятость в них.
   3) Отраслевой: малый бизнес вытесняется там, где конкуренция с платформами прямая, например в розничной торговле.

   Для вывода о сокращении сектора решающее значение имеет абсолютная динамика. Доля МСП может снижаться, даже если число фирм и занятость в них растут, но медленнее, чем в крупном бизнесе. При этом устойчивые показатели сектора, в свою очередь, не исключают потерь отдельных фирм и отраслей. Отдельно рассматривается структура самой онлайн-торговли, в которой работают платформы и их продавцы.
2. **Прокси-показатель платформизации.** Используется выручка Amazon, который является крупнейшим в мире интернет-ретейлером по выручке и ведущим маркетплейсом во многих странах. Ограничение: выручка в номинальном выражении и она включает облачные сервисы, подписки и рекламу, поэтому завышает рост маркетплейса, особенно в США.
3. **Выбор стран.** Сбор данных основывался на трех условиях. Во-первых, Amazon должен быть ведущим маркетплейсом в стране, поэтому из рассмотрения были исключены Китай и другие азиатские страны, где лидируют Alibaba, JD.com и др. Во-вторых, нужна отдельно раскрытая выручка компании по стране. Это условие выполняется только для США, Германии, Великобритании и Японии (остальные данные агрегируются в категорию Rest of world[1]). В-третьих, необходимо наличие ежегодных рядов числа МСП и занятости по единой методике за анализируемый период (2013–2023 гг.). Далее этот период называется «платформенным десятилетием». Япония по третьему условию не подходит: статистика МСП там строится по экономическим переписям раз в несколько лет.
4. **Определения МСП и сопоставимость.** Статистика трех стран относит к МСП разные группы предприятий (Таблица 1), поэтому страны не сравниваются между собой по уровням – только по внутренней динамике. Это относится и к долям онлайн-продаж: в США в розничный оборот входят автомобили и топливо, в Германии – нет, в Великобритании – только топливо. В Германии ряд данных о числе МСП имеет три разрыва (2015 г. – исключены частные арендодатели; 2019 г. – размерные классы по всем наемным работникам, а не только по социально застрахованным; 2020 г. – порог оборота повышен с 17,5 до 22 тыс. евро), а занятость по сопоставимой методике доступна с 2019 г. Отраслевые данные по онлайн-торговле охватывают всю дистанционную торговлю, а не только продавцов маркетплейсов; в рядах Eurostat есть разрывы, данные за 2024 г. предварительные.

[1] Стандарты отчетности обязывают раскрывать информацию только по стране регистрации и тем зарубежным странам, доля которых существенна.

5. **Ограничения выводов.** Совпадение динамики не доказывает ни наличия, ни отсутствия причинной связи. Используемые ряды показывают чистые изменения численности и не раскрывают одновременное выбытие одних фирм и вход других. Исключение – розничная торговля в США, по которой дополнительно анализируются валовые потоки входа и выбытия фирм. Данных о доходах, выживаемости и зависимости микропродавцов от платформ в официальной статистике нет. Проверка по магазинной рознице выполнена только для США.

Таблица 1

Критерии учета МСП в статистике США, Германии и Великобритании

Страна	Критерии учета МСП
США	Фирмы с 1–499 наемными работниками. Ограничение по обороту не применяется; бизнес без наемных работников не учитывается
Германия	Предприятия с числом наемных работников менее 250 и оборотом не более 50 млн евро (определение ЕС). Бизнес без наемных работников учитывается, если его налогооблагаемый оборот превышает порог включения в реестр (17 500 евро, с 2020 г. – 22 000 евро)
Великобритания	Предприятия с численностью менее 250 занятых, включая работающих собственников. Ограничение по обороту не применяется. Число фирм учитывает бизнес без наемных работников, если он зарегистрирован как плательщик НДС или работодатель. Оценка занятости включает также незарегистрированный бизнес и самозанятых

Источник: U.S. Census Bureau (BDS), Statistisches Bundesamt / IfM Bonn, ONS (Nomis), Department for Business and Trade (BPE 2025).

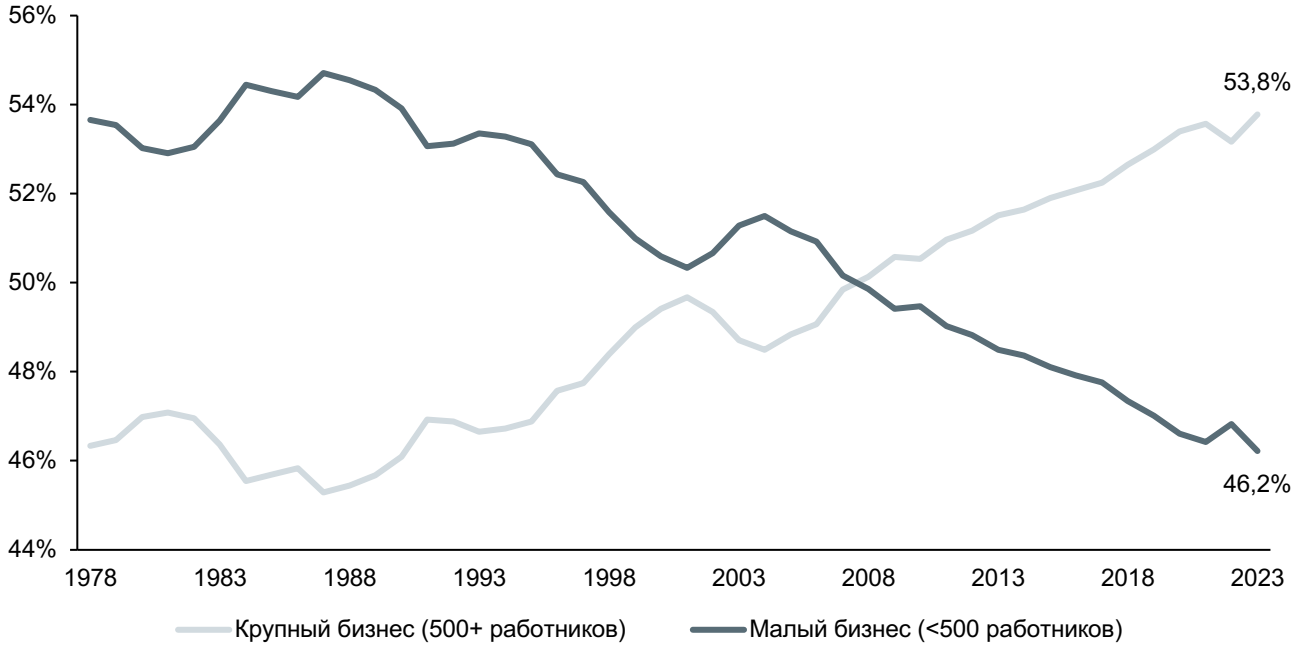
Платформы и малый бизнес: проверка тезиса о гибели МСП

1. Доля МСП в занятости: снижение началось до платформ

Доля МСП в занятости – единственный показатель, который в США и Германии движется так, как предсказывает тезис о гибели малого бизнеса (Таблица 2). Проверить, связано ли это снижение с платформами по времени, можно только по США: это единственная из трех стран, где занятость по размеру фирмы считают по единой методике с 1978 г. (График 1).

График 1

Занятость в малом и крупном бизнесе в США, 1978–2023 гг., % от общей занятости



Источник: U.S. Census Bureau, Business Dynamics Statistics (BDS), расчеты ТРИМ.

Доля МСП в занятости США уже к 2010 г. снизилась до 49,5% с 53,9% в 1990 г. **Самое быстрое снижение пришлось на 1990–2000 гг.** (-3,3 п.п.) – **период экспансии торговых сетей, а не маркетплейсов.** В 2000-е гг. оно замедлилось (-1,1 п.п.).

За платформенное десятилетие 2013–2023 гг. доля снизилась на 2,3 п.п., меньше, чем в 1990-е гг. **Ни в один из периодов снижение доли не означало сокращения сектора:** за 45 лет занятость в МСП выросла на 68%, число МСП – на 57%; доля снижалась, потому что крупный бизнес рос быстрее.

Схожая тенденция прослеживается **в Германии: крупный бизнес наращивал занятость быстрее малого, но занятость в малом не сокращалась** (Таблица 2). Если в США занятость в МСП росла медленнее, чем в крупных компаниях, то в Германии за доступный период 2019–2023 гг. она осталась примерно на прежнем уровне при росте в крупном бизнесе. По Германии нет сопоставимых данных о

занятости за более ранние годы, поэтому установить, когда началось снижение доли, невозможно.

В Великобритании доля МСП выросла: это единственная страна выборки, где малый бизнес рос быстрее крупного и по числу фирм, и по занятости.

Таблица 2

Доля МСП в занятости и темпы роста малого и крупного бизнеса, 2013–2023 гг.

Показатель	США	Германия[2]	Великобритания
Доля МСП в занятости, начало периода, %	48,5	54,7	59,3
Доля МСП в занятости, 2023 г., %	46,2	53,1	60,7
Изменение доли, п.п.	-2,3	-1,5	+1,4
Прирост занятости в МСП, %	+11,5	-0,9	+15,7
Прирост занятости в крупном бизнесе, %	+22,1	+5,4	+9,1
Прирост числа МСП, %	+10,4	-4,6	+25,8
Прирост числа крупных фирм, %	+13,4	+42,5[3]	+22,4

Источник: U.S. Census Bureau (BDS), Statistisches Bundesamt / IfM Bonn, ONS (Nomis), Department for Business and Trade (BPE 2025), расчеты ТРИМ.

Британское отклонение не объясняется особенностями учета. Оценка занятости включает незарегистрированный бизнес и работающих собственников, поэтому уровень доли МСП в Великобритании (около 60%) нельзя напрямую сравнивать с показателями США и Германии, где этот слой в статистику МСП не попадает (Таблица 1). На динамику это почти не влияет: число самозанятых за 2013–2023 гг. выросло лишь на 3%, и рост доли МСП обеспечен малыми фирмами с наемными работниками. Платформы также активно развивались: выручка Amazon увеличилась в 4,6 раза, доля онлайн-продаж в рознице – в 2,6 раза. **Рост платформ в Великобритании не сопровождался снижением доли МСП в занятости.**

2. Число МСП и занятость в них: абсолютного сокращения нет

Если платформы вытесняют малый бизнес, десятилетие многократного роста Amazon должно было отразиться в двух абсолютных показателях сектора – числе МСП и занятости в них. **Ни в одной из трех стран этого не произошло** (Таблица 3). В США и Великобритании выросли и число МСП, и занятость в них. Германия – единственная страна, где реестр показывает снижение числа МСП, но оно приходится на три года смены методики учета – 2015, 2019 и 2020 гг. Занятость в МСП Германии

[2] Для Германии данные о занятости доступны с 2019 г.: уровни и приросты по занятости – за 2019–2023 гг., приросты числа фирм – за 2013–2023 гг.
[3] Включает эффект переклассификации 2019 г., когда размерные классы стали определять по всем наемным работникам (методология, п. 4). Приросты и изменения долей рассчитаны по неокругленным данным.

за 2019–2023 гг. практически не изменилась (-0,9%) при росте в крупном бизнесе на 5,4%: это перераспределение, а не сокращение. Отделить на четырехлетнем ряду эффект платформ от пандемии и энергетического шока 2022 г. нельзя.

Таблица 3

Сектор МСП и выручка Amazon в США, Германии и Великобритании, 2013 и 2023 гг.

Показатель	США 2013	США 2023	Германия 2013	Германия 2023	Великобритания 2013	Великобритания 2023
Выручка Amazon в стране, млрд долл. США	44,5	395,6	10,5	37,6	7,3	33,6
Рост выручки Amazon, раз	8,9		3,6		4,6	
Число МСП, млн	5,0	5,6	3,6	3,4	2,2	2,7
Прирост числа МСП, %	+10,4		-4,6		+25,8	
Занятые в МСП, млн чел.	57,0	63,5	19,2	19,1	14,5	16,7
Прирост занятых в МСП, %	+11,5		-0,9[4]		+15,7	

Источник: Amazon.com, U.S. Census Bureau (BDS), Statistisches Bundesamt / IfM Bonn, ONS (Nomis), Department for Business and Trade (BPE 2025), расчеты ТРИМ.

Данные трех стран не подтверждают гипотезу о повсеместном абсолютном сокращении МСП. При этом они не исключают потерь в отдельных отраслях. Большая часть МСП работает в услугах, строительстве и профессиональной деятельности, где маркетплейсы с малым бизнесом не конкурируют.

Кроме того, общее число фирм может оставаться стабильным, когда одни предприятия выбывают, а другие выходят на рынок. Используемые ряды показывают чистые изменения, а не валовые потоки, и оценить по ним влияние платформ на закрытие действующих предприятий нельзя.

3. Розница США: эрозия, а не вытеснение

Розничная торговля – отрасль, где маркетплейс и малая фирма конкурируют за одного и того же покупателя. По ней доступны данные о фирмах разных размеров, поэтому именно здесь тезис о вытеснении МСП проходит содержательную проверку. По США статистика динамики бизнеса дает число фирм и занятость в розничной торговле по размеру фирмы. Исключив из этих данных дистанционную торговлю, можно оценить динамику магазинной розницы (Таблица 4).

[4] Для Германии данные о занятости доступны с 2019 г.: уровень приведен за 2019 г., прирост – за 2019–2023 гг.

Таблица 4

Малый бизнес (до 500 занятых) в розничной торговле США, 2013 и 2023 гг.

Показатель	2013	2023	Изменение
Розница в целом: число малых фирм, тыс.	587,5	578,2	-1,6%
Розница в целом: занятость в малых фирмах, млн чел.	5,4	5,5	+1,4%
Розница в целом: занятость в крупных фирмах, млн чел.	9,6	10,6	+10,3%
Розница в целом: доля малых фирм в занятости, %	35,8	33,9	-1,9 п.п.
Магазинная розница: число малых фирм, тыс.	562,6	534,4	-5,0%
Магазинная розница: занятость в малых фирмах, млн чел.	5,2	5,1	-0,4%
Для сравнения – вся экономика: число МСП, млн	5,0	5,6	+10,4%
Для сравнения – вся экономика: занятость в МСП, млн чел.	57,0	63,5	+11,5%

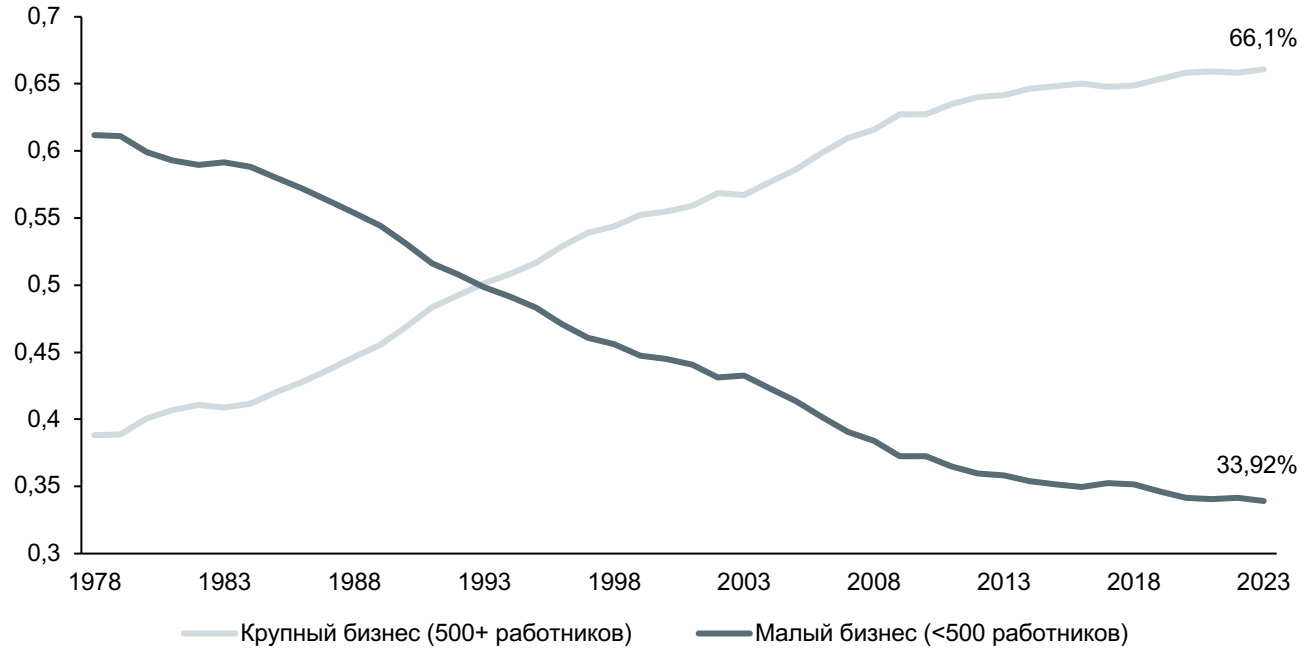
Источник: U.S. Census Bureau, Business Dynamics Statistics, расчеты ТРИМ.

За 2013–2023 гг. число малых фирм магазинной розницы сократилось на 5%, занятость в них не изменилась. За этот же период в экономике в целом число МСП выросло на 10%, занятость в них – на 12%. Если бы рассматриваемый сегмент рос теми же темпами, к 2023 г. фирм в нем было бы примерно на 16% больше, а занятых – на 12% больше, чем фактически. Это сравнение показывает отставание розницы от общеэкономической динамики, но не позволяет определить, какая его часть связана с платформами: на отрасль влияли также пандемия, экспансия торговых сетей, сдвиг потребления к услугам. Снижение числа фирм на 5% при сохранении занятости можно назвать эрозией сектора, а не его вытеснением: в нем продолжают работать более 530 тыс. малых фирм с 5,1 млн занятых.

По розничной торговле США доступен более длинный ряд – с 1978 г. Он показывает, что **консолидация розницы произошла задолго до платформ.** Доля малых фирм в розничной занятости снижалась: за 1990–2000 гг. она потеряла 8,6 п.п., за 2000–2010 гг. – 7,2 п.п., за платформенное десятилетие – 1,9 п.п. (График 2). Число малых фирм розницы сокращается с конца 1970-х гг. и к 2013 г. уменьшилось на 21% (с 744 до 587 тыс.) – это период экспансии торговых сетей. К приходу маркетплейсов на малые фирмы приходилась лишь треть розничной занятости, и основная часть оборота, за который конкурируют маркетплейсы, принадлежала сетям.

График 2

Занятость в малом и крупном бизнесе в розничной торговле в США, 1978–2023 гг., % от общей занятости в отрасли



Источник: U.S. Census Bureau, Business Dynamics Statistics, расчеты ТРИМ.

За стабильным числом малых фирм стоит высокая ротация, которая не ускорилась в платформенное десятилетие 2013–2023 гг. (Таблица 5). В этот период в рознице США закрылось около 480 тыс. фирм и столько же открылось при 580–590 тыс. действующих, то есть сменилось более 80% фирм.

Таблица 5

Вход и выбытие фирм в розничной торговле США, в среднем за год, доля от числа действующих фирм

Период	Открывалось фирм в год, %	Закрывалось, %
1980-е гг.	10,8	10,8
1990-е гг.	9,4	10,0
2000-е гг.	9,1	9,8
2013–2023 гг.	8,3	8,4

Источник: U.S. Census Bureau, Business Dynamics Statistics, расчеты ТРИМ.

Исследования на микроданных подтверждают, что **локальный ущерб приходится прежде всего на малые фирмы, работающие в офлайн-сегменте.** После открытия распределительного центра Amazon продажи соседних магазинов снижаются на 4%, их персонал – на 2,1%; чаще других закрываются молодые и

небольшие точки[5]. Выход Amazon Fresh на рынок снижал продажи конкурентов на 2,6–3% и численность их работников на 1,2–1,5%, сильнее всего у малого бизнеса[6]. Ущерб в единицы процентов согласуется с национальными данными: на уровне отрасли он переходит лишь в **сокращение числа малых фирм на единицы процентов при неизменной занятости.** На уровне отрасли локальные потери восполняются входом новых фирм: число открытий и закрытий за десятилетие практически совпало.

4. Онлайн-торговля: измельчение малого бизнеса

В онлайн-торговле, отрасли, где работают и платформы, и продавцы, число МСП с 2013 г. выросло в 1,5–2,5 раза во всех трех странах (Таблица 6), тогда как в экономике в целом – на 10–26% или не выросло вообще. В США и Германии занятость при этом смещалась к крупным компаниям: доля МСП в занятости отрасли снизилась примерно на 17–20 п.п. По Великобритании судить о концентрации занятости по отраслевой статистике нельзя[7], поэтому эта часть вывода опирается на две страны.

Таблица 6

МСП и крупный бизнес в онлайн-торговле: изменение с 2013 г. к последнему доступному году

Показатель	США (2013 → 2023)	Германия (2013 → 2024)	Великобритания (2013 → 2025)
Число МСП в онлайн-торговле, тыс.	24,8 → 43,8 (+76,4%)	28,2 → 43,0 (+52,8%)	16,2 → 39,3 (+143,4%)
Число крупных онлайн-компаний, ед.	409 → 429	64 → 86	25 → 45
Доля мельчайших фирм среди МСП в онлайн-торговле в последнем году, % (США – до 20 занятых, Германия и Великобритания – микропредприятия)	93,3	93,0	96,0
Занятость в МСП в онлайн-торговле, %	+45,0	+37,0	+53,7 (2017–2024)
Занятость в крупных онлайн-компаниях, %	+187,3	+219,4	+7,0 (2017–2024)
Доля МСП в занятости отрасли, %	55,3 → 38,4	69,7 → 49,7	61,4 → 69,6 (2017–2024)

Источник: U.S. Census Bureau, Eurostat, ONS, расчеты ТРИМ.

[5] Chava, S., Oettl, A., Singh, M., Zeng, L. Creative Destruction? Impact of E-Commerce on the Retail Sector // Management Science. 2024. Vol. 70, No. 4. P. 2168–2187.
[6] An, B.Y., Chung, J. Who Bears the Brunt of Disruptive Innovation? The Effect of Grocery E-Commerce on Local Retail Competitors // Journal of Regional Science. 2025. Vol. 65, No. 3. P. 843–865.
[7] Для Великобритании число фирм округлено до 5, поэтому значения по крупным компаниям ориентировочные; занятость крупных компаний в онлайн-торговле не включает склады и доставку платформ, учитываемые в транспорте и логистике, поэтому динамика доли МСП в занятости отрасли по Великобритании с США и Германией не сопоставима.

В онлайн-торговле выделяются три особенности:

1. **Низкие издержки входа:** кратный рост числа онлайн-фирм продолжает длинную тенденцию – в США число фирм дистанционной торговли с 1–19 работниками выросло за 1978–2023 гг. почти в 10 раз, в Германии и Великобритании число микропредприятий отрасли с 2008–2010 гг. – в три-четыре раза.
2. **Рост масштаба крупных компаний:** в США и Германии средняя занятость в крупных компаниях отрасли примерно удвоилась, тогда как среднее число работников в МСП почти не изменилось.
3. **Неизменная структура сектора МСП:** количество субъектов в разных размерных группах МСП растет примерно одинаковыми темпами, а их соотношение практически не изменяется, при этом микропредприятия по-прежнему составляют 93–96%. Отрасль расширяется, но средняя фирма в ней не укрупняется: экономия от масштаба достается платформе.

Сектор расширяется за счет микропредприятий, а масштаб и занятость концентрируются у платформы и крупных продавцов. Часть функций, ради которых торговая фирма прежде нанимала персонал, выполняет платформа.

Однако это **отраслевое явление:** в экономике США в целом структура сектора МСП за 1978–2023 гг., напротив, смещалась к более крупным размерным группам – фирм с 20–499 работниками стало больше на 83%, фирм с 1–19 работниками – на 54%, доля мельчайших фирм внутри МСП снизилась с 90,2 до 88,6%. Это не вытеснение малого бизнеса, а его умеренное укрупнение.

Постпандемийная коррекция подчиняется той же логике: в Германии и Великобритании число МСП в онлайн-торговле после пика 2021 г. снизилось примерно на 18%, причем выбывали прежде всего микро- и малые фирмы, а средний сегмент сократился меньше.

Заключение

Тезис о гибели МСП опирается на реальные механизмы. Спрос переходит в онлайн, где преимущества в логистике, ассортименте и привлечении покупателей принадлежат платформам и крупным продавцам. Маркетплейс как посредник определяет, на каких условиях продавец получает доступ к покупателям, и может конкурировать с ним собственными товарами.

Однако в масштабах экономики сокращения сектора не произошло. В США, Германии и Великобритании число МСП и занятость в них не сокращаются, а снижение доли МСП в занятости, по данным США, началось задолго до маркетплейсов. В магазинной рознице США, где малый бизнес конкурирует с платформами напрямую, потери есть, но они ограничены и не сопровождались ускорением закрытия фирм.

Одновременно действует противоположный механизм – снижение издержек входа: часть функций, ради которых торговая фирма прежде нанимала персонал, выполняет платформа. Поэтому число небольших продавцов в онлайн-торговле растет, но они не укрупняются: экономия от масштаба достается платформе и крупным продавцам, к которым смещается и занятость.

В итоге малый бизнес в эпоху платформ не исчезает, а перестраивается: в онлайн-торговле он растет за счет микропредприятий, работающих на инфраструктуре платформ. Насколько устойчив такой бизнес по официальной статистике судить нельзя: микропродавец с минимальным оборотом учитывается в ней так же, как магазин со штатом сотрудников, а данных о доходах и выживаемости фирм, зависящих от одной площадки, в ней нет.

Приложение. Страновые кейсы

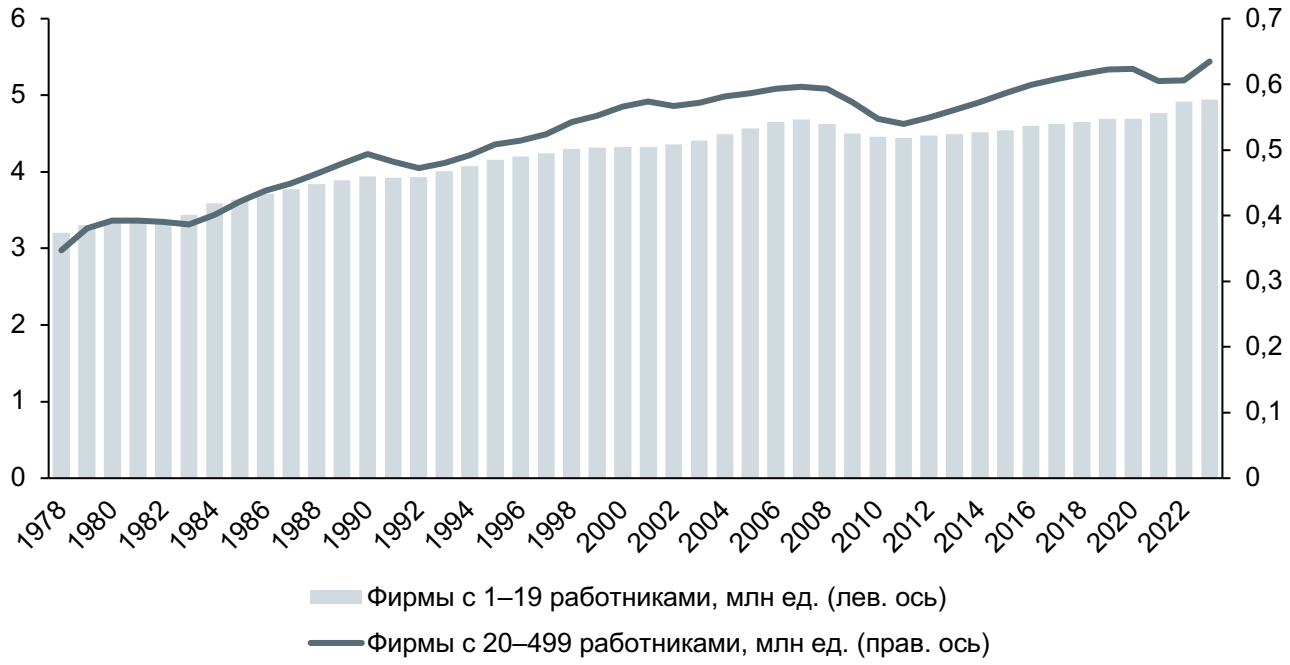
Структура МСП по размерным группам показывает, за счет какого слоя меняется сектор. Соотношение МСП и крупного бизнеса по числу фирм отвечает на вопрос о численном вытеснении. Занятость показывает относительный вес малого бизнеса как работодателя. Самозанятые – самостоятельная занятость за пределами сектора предприятий, которая попадает в статистику МСП лишь частично; эти ряды чувствительны к смене методики обследований рабочей силы. Онлайн-торговля – отрасль, где платформизация проявляется напрямую. Каждый блок завершается выводом по стране.

1. США

Сокращения малого бизнеса нет ни в экономике в целом, ни в онлайн-торговле. За 2013–2023 гг. число МСП выросло с 5,05 до 5,58 млн, занятость в них – с 57,0 до 63,5 млн человек. Снижается относительный вес МСП, потому что крупные компании наращивают занятость быстрее, и этот процесс идет с 1990-х гг. В онлайн-торговле он принимает крайнюю форму: число малых фирм выросло с 4,6 тыс. в 1978 г. до 43,8 тыс. в 2023 г., а доля 429 крупных компаний в занятости отрасли за 2013–2023 гг. увеличилась с 45 до 62%. Установить по этим рядам, вызвана ли динамика платформами, нельзя – они охватывают всю дистанционную торговлю, а не только продавцов маркетплейсов.

График 3

Количество фирм с 1–19 и 20–499 работниками в США, 1978–2023 гг.

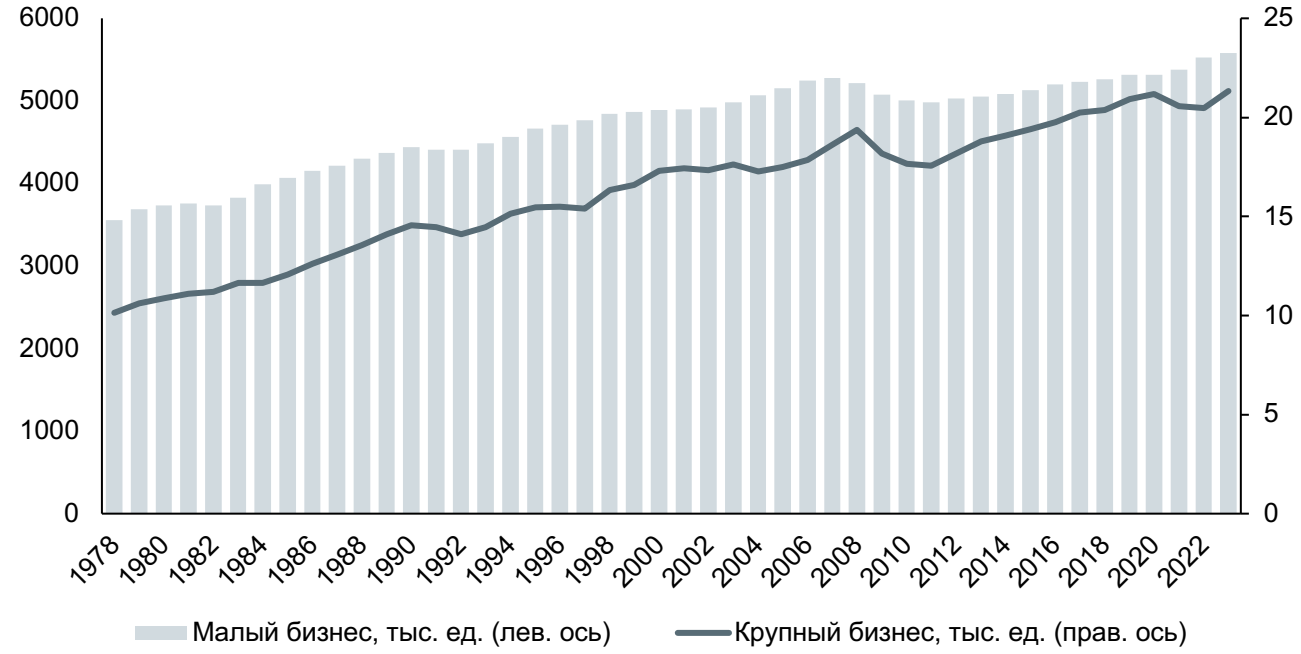


Источник: U.S. Census Bureau, Business Dynamics Statistics (BDS), расчеты ТРИМ.

За 1978–2023 гг. число фирм с 1–19 работниками выросло с 3,21 до 4,94 млн, число фирм с 20–499 работниками – с 347 до 635 тыс. Вторая группа росла быстрее (+83% против +54%), и доля мельчайших фирм внутри МСП снизилась с 90,2 до 88,6%. В 2013–2023 гг. соотношение сохранилось: +10% у мельчайших против +13% у фирм с 20–499 работниками. Сценарию вытеснения малого бизнеса это не соответствует; на уровне экономики идет умеренное смещение в сторону более крупных размерных групп.

График 4

Количество малых и крупных фирм в США, 1978–2023 гг.

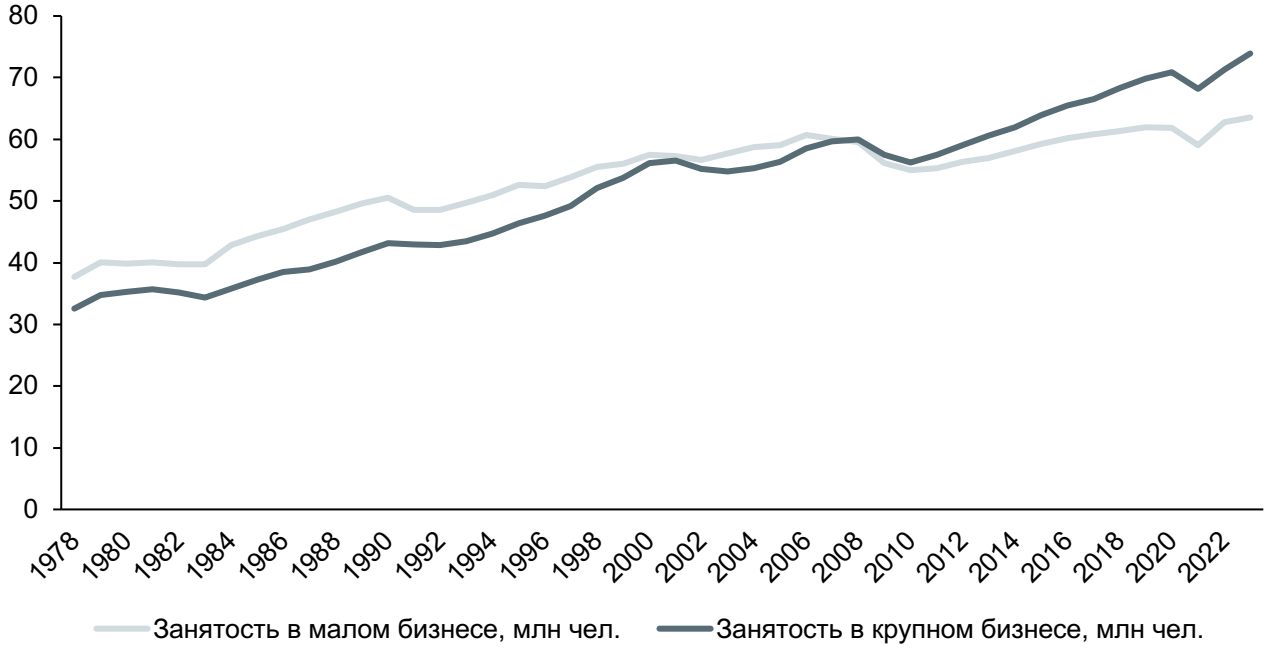


Источник: U.S. Census Bureau, Business Dynamics Statistics (BDS), расчеты ТРИМ.

Число МСП увеличилось с 3,56 до 5,58 млн (+57%). Крупных фирм стало вдвое больше, 21,3 тыс. против 10,1 тыс., но при такой базе их доля в общем числе фирм-работодателей сдвинулась лишь с 0,28 до 0,38%. О численном вытеснении малого бизнеса речи нет.

График 5

Занятость в малом и крупном бизнесе в США, 1978–2023 гг.



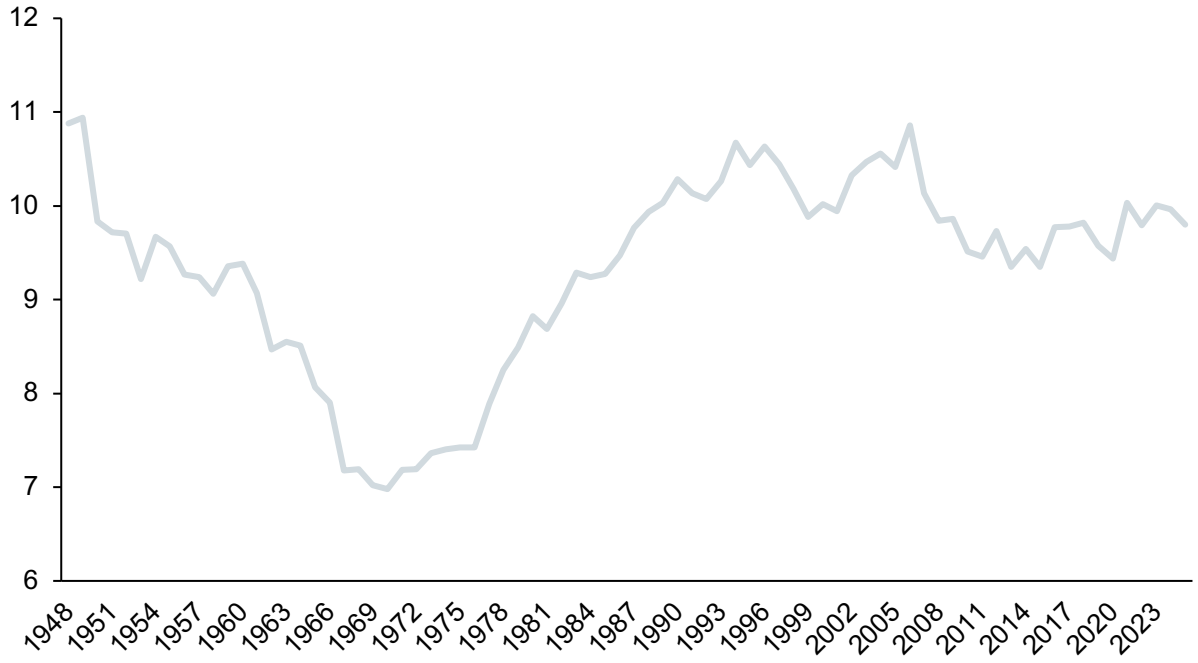
Источник: U.S. Census Bureau, Business Dynamics Statistics (BDS), расчеты ТРИМ.

Занятость в МСП выросла на 68%, в крупном бизнесе – на 127%, доля МСП снизилась с 53,7 до 46,2%, причем большая часть снижения пришлась на период до 2013 г.

В статистике США нет правового статуса самозанятого. Бюро статистики труда определяет самозанятых по опросу домохозяйств как работающих на себя и делит их на две группы. Некорпорированные самозанятые ведут дело без образования корпорации – как индивидуальные предприниматели или партнеры; именно они ближе всего к российским ИП и самозанятым. Инкорпорированные, то есть владельцы собственных корпораций, считаются наемными работниками своей компании и в ряд не входят.

График 6

Количество некорпорированных самозанятых в США, 1948–2025 гг., млн чел.

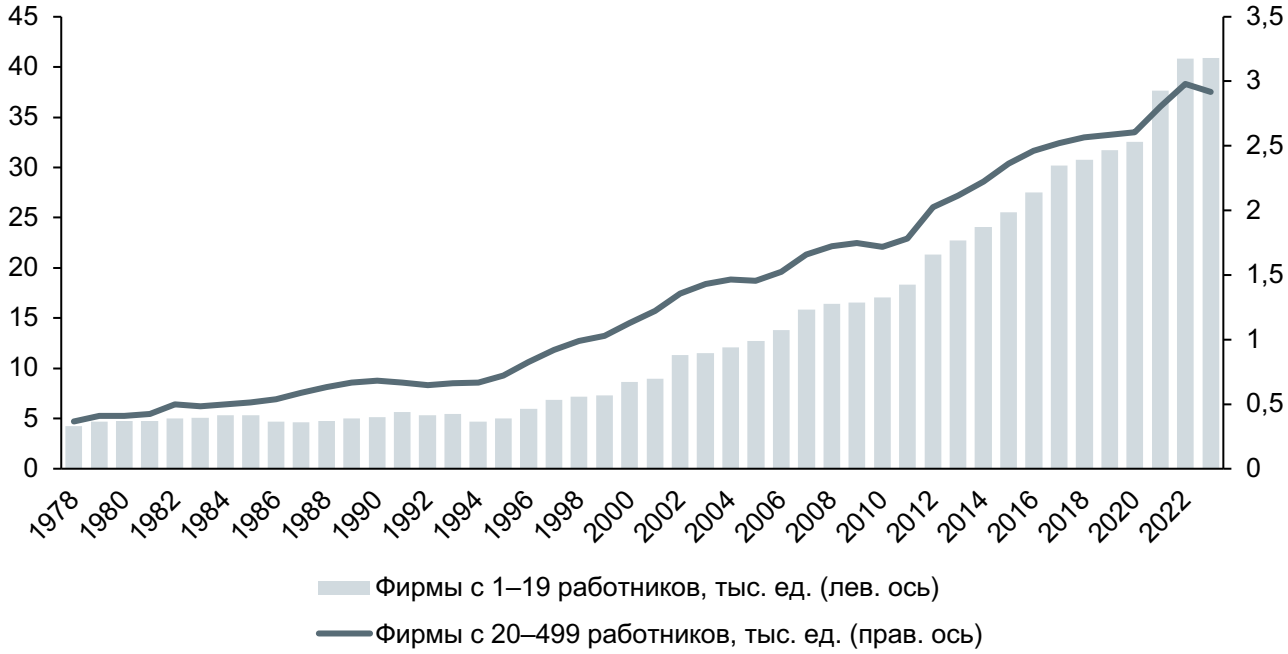


Источник: Federal Reserve Bank of St. Louis (FRED), расчеты ТРИМ.

Число некорпорированных самозанятых снизилось с 10,9 млн в 1948 г. до 7,0 млн в 1970 г., затем восстановилось и последние десятилетия колеблется около 9–10 млн; в 2025 г. – 9,8 млн. Падение 1948–1970 гг. скорее отражает уход из фермерства и к платформам отношения не имеет, а в 2013–2025 гг. показатель практически не менялся. Самостоятельная занятость за пределами сектора предприятий в США ни расширяется, ни сжимается.

График 7

Количество фирм с 1–19 и 20–499 работниками в онлайн-торговле в США, 1978–2023 гг.

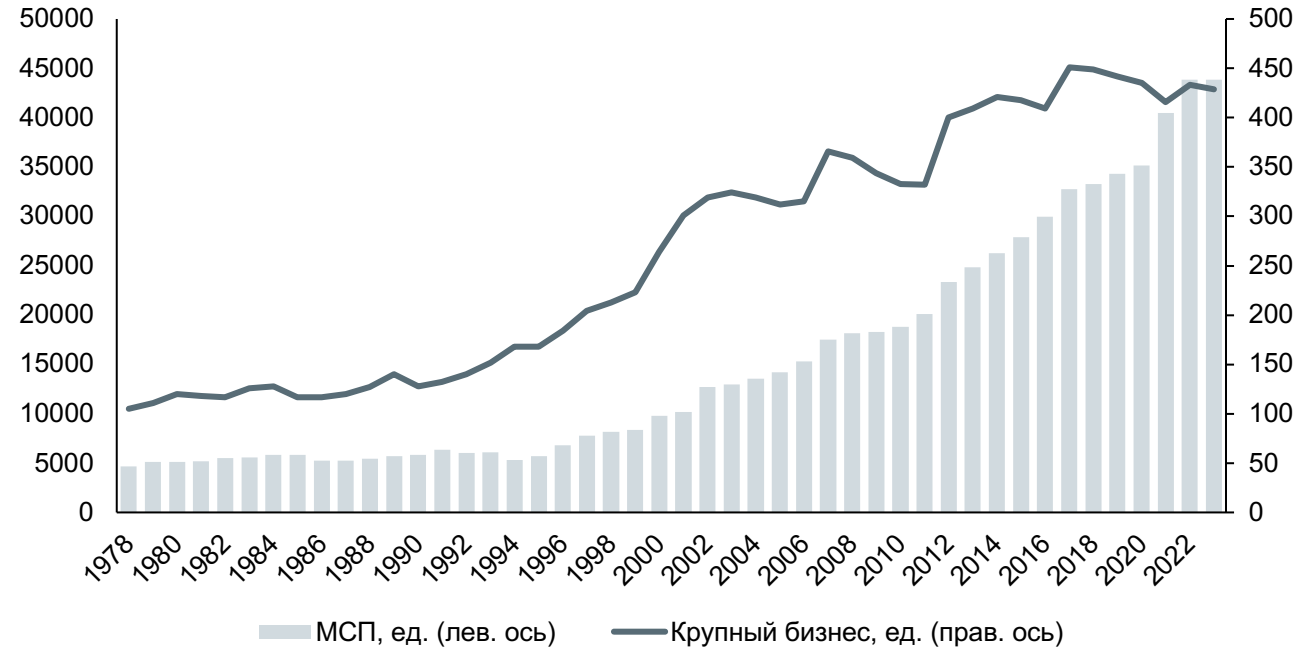


Источник: U.S. Census Bureau, Business Dynamics Statistics (BDS), расчеты ТРИМ.

За 1978–2023 гг. число фирм дистанционной торговли с 1–19 работниками выросло с 4,27 до 40,9 тыс. (в 9,6 раза), с 20–499 работниками – с 0,37 до 2,92 тыс. (в 8 раз). Доля мельчайших фирм среди МСП отрасли составляла 92,1% в 1978 г., 91,5% в 2013 г. и 93,3% в 2023 г. Отрасль открыла вход для десятков тысяч новых участников, и почти все они – предприятия с численностью до 20 человек.

График 8

Количество малых и крупных фирм в онлайн-торговле в США, 1978–2023 гг.



Источник: U.S. Census Bureau, Business Dynamics Statistics (BDS), расчеты ТРИМ.

Число МСП в онлайн-торговле увеличилось с 4,63 до 43,8 тыс. (в 9,5 раза), крупных компаний – с 105 до 429 (в 4,1 раза). Доля МСП в числе фирм отрасли выросла с 97,8 до 99,0%. Отрасль расширялась в первую очередь за счет малых фирм. Остановка роста в 2023 г. после скачка 2021–2022 гг. соответствует завершению пандемийного роста, но пока не говорит о развороте долгосрочного тренда.

График 9

Занятость в малом и крупном бизнесе в онлайн-торговле в США, 1978–2023 гг.



Источник: U.S. Census Bureau, Business Dynamics Statistics (BDS), расчеты ТРИМ.

Занятость в МСП в онлайн-торговле выросла с 37 до 314 тыс. человек, в крупных компаниях – с 51 до 503 тыс. Доля МСП в занятости отрасли выросла с 42,2% в 1978 г. до 55% в 2013 г. и снизилась до 38,4% в 2023 г. Среднее МСП отрасли сжалось с 8,1 до 7,2 занятых, средняя крупная компания выросла примерно с 490 до 1 170. Спад 2023 г. затронул обе группы, крупный бизнес сильнее (-10,7% против -3,8%). Похоже, это адаптация после пандемийного расширения.

2. Германия

Германия – единственная страна выборки, где общее число МСП за период сократилось, но снижение сосредоточено в микросегменте и приходится на годы смены методики учета. Занятость в МСП в 2019–2023 гг. не изменилась, в крупном бизнесе выросла. В онлайн-торговле занятость росла в обеих группах, но у крупных компаний быстрее. Данные указывают не на исчезновение немецких МСП, а на снижение их относительной роли как работодателей.

График 10

Количество микро-, малых и средних предприятий в Германии, 2013–2023 гг.



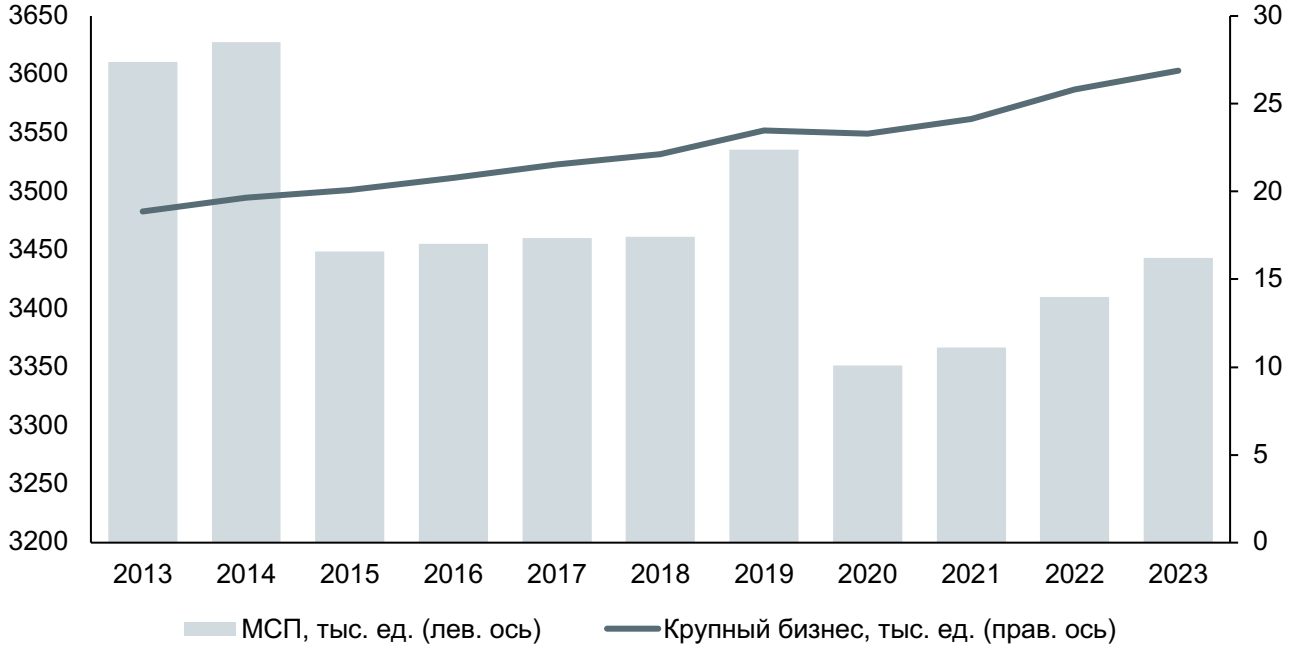
Источник: Statistisches Bundesamt, IfM Bonn, расчеты ТРИМ.

За 2013–2023 гг. число микропредприятий сократилось на 9,1%, число малых и средних предприятий выросло примерно на треть (+34% и +33%); доля микропредприятий внутри МСП снизилась с 89,7 до 85,6%. Значительная часть этого сдвига – статистическая[8]. Экономическое содержание динамики – устойчивый микросегмент и умеренно растущий слой малых и средних фирм.

[8] Снижение числа микропредприятий в основном приходится на 2015 г. (-5,7%, исключение частных арендодателей) и 2020 г. (-5,9%, повышение порога оборота); переклассификация 2019 г. также перевела часть микропредприятий в класс малых. В 2015–2018 и 2020–2023 гг. показатель был стабилен (-0,4% и +2,3%; по всем МСП – +0,4% и +2,7%, раздел II). Рост малых и средних предприятий во многом объясняется скачком 2019 г. (+16% и +10% за один год), когда размерные классы стали определять по всем наемным работникам.

График 11

Количество субъектов МСП и крупных предприятий в Германии, 2013–2023 гг.

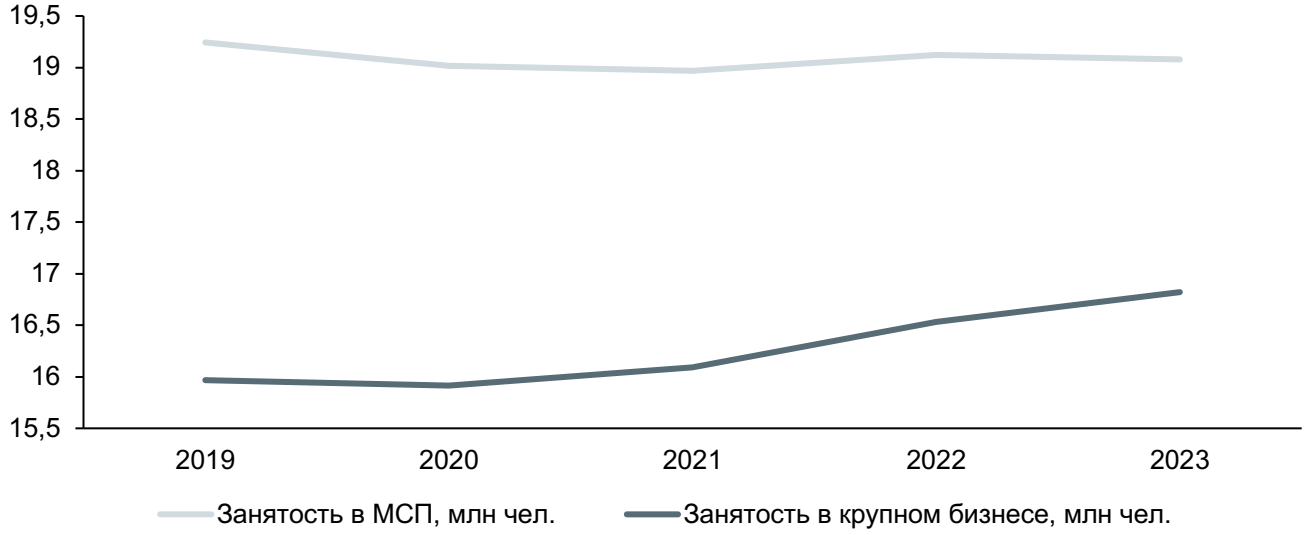


Источник: Statistisches Bundesamt, IfM Bonn, расчеты ТРИМ.

Общее число МСП сократилось на 4,6%, до 3,44 млн, число крупных предприятий выросло на 42,5% (с 18,9 до 26,9 тыс.), отчасти за счет переклассификации 2019 г., переведшей часть средних предприятий в крупные. МСП составляют 99,2% предприятий, и снижение их доли составило около 0,3 п.п. После минимума 2020 г. число МСП растет три года подряд. Данные говорят об умеренной консолидации и о сокращении микросегмента, в значительной части обусловленном сменой методики учета.

График 12

Занятость в МСП и крупном бизнесе в Германии, 2019–2023 гг.

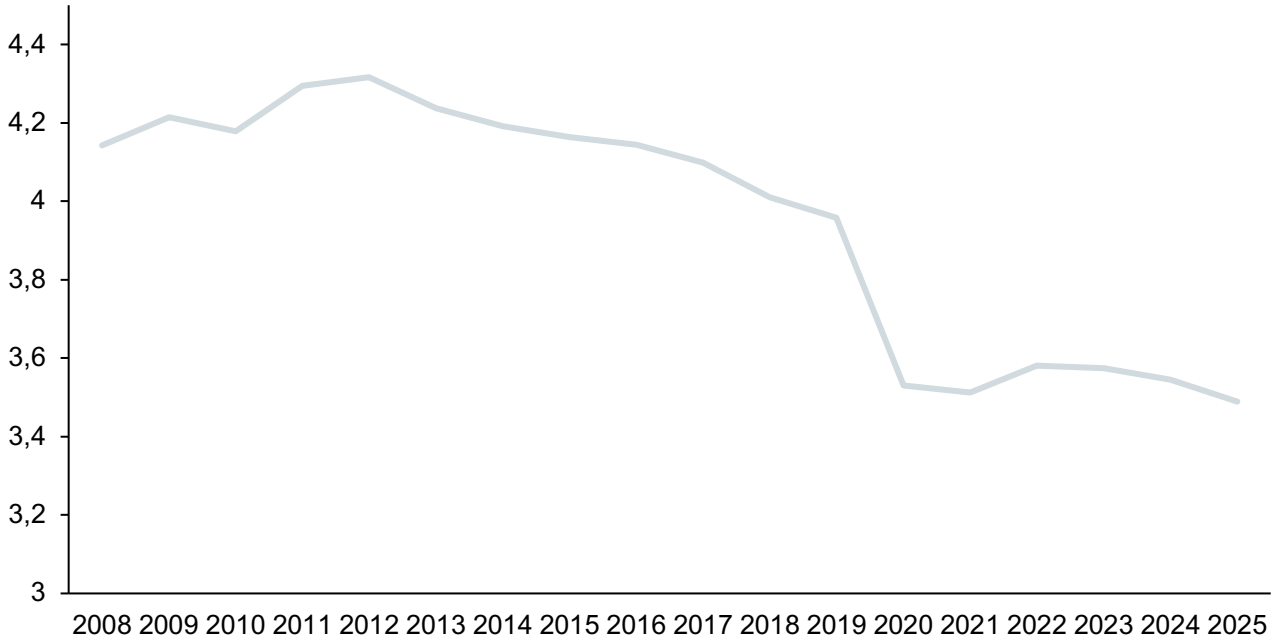


Источник: Statistisches Bundesamt, IfM Bonn, расчеты ТРИМ.

За 2019–2023 гг. занятость в МСП снизилась на 0,9%, в крупных компаниях выросла на 5,4%. Доля МСП уменьшилась с 54,7 до 53,1%, хотя они по-прежнему дают большинство рабочих мест сектора предприятий. Сдвиг в пользу крупных компаний заметнее в занятости, чем в числе предприятий.

График 13

Количество самозанятых в Германии, 2008–2025 гг., млн чел.

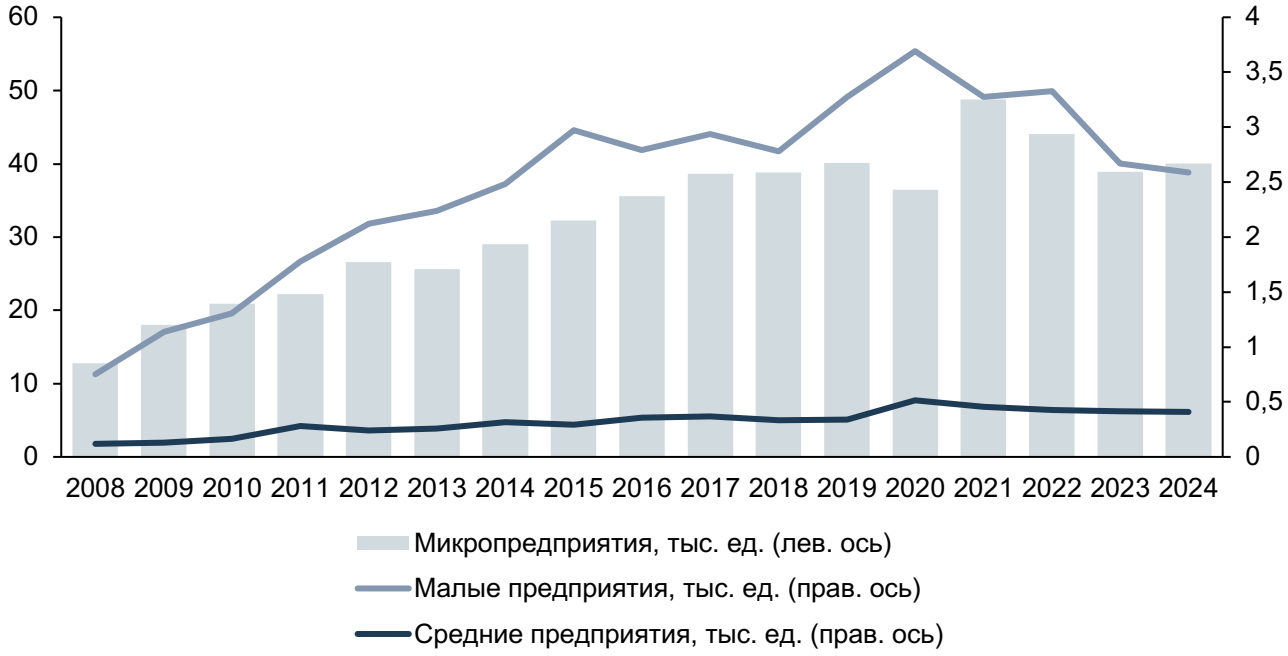


Источник: Eurostat, расчеты ТРИМ.

Число самозанятых уменьшилось с 4,14 млн в 2008 г. до 3,49 млн в 2025 г. (-15,8%); максимум пришелся на 2012 г. Самое заметное снижение произошло в 2020 г., и прежний уровень после пандемии не восстановился. Это согласуется с ослаблением индивидуального предпринимательства, но есть и другие объяснения: старение населения, привлекательность наемной работы при дефиците кадров, изменение организационно-правовых форм и смена методики обследования рабочей силы в 2020 г., из-за которой часть падения может быть разрывом ряда. Выделить вклад платформ по этому ряду нельзя.

График 14

Количество микро-, малых и средних предприятий в онлайн-торговле в Германии, 2008–2024 гг.

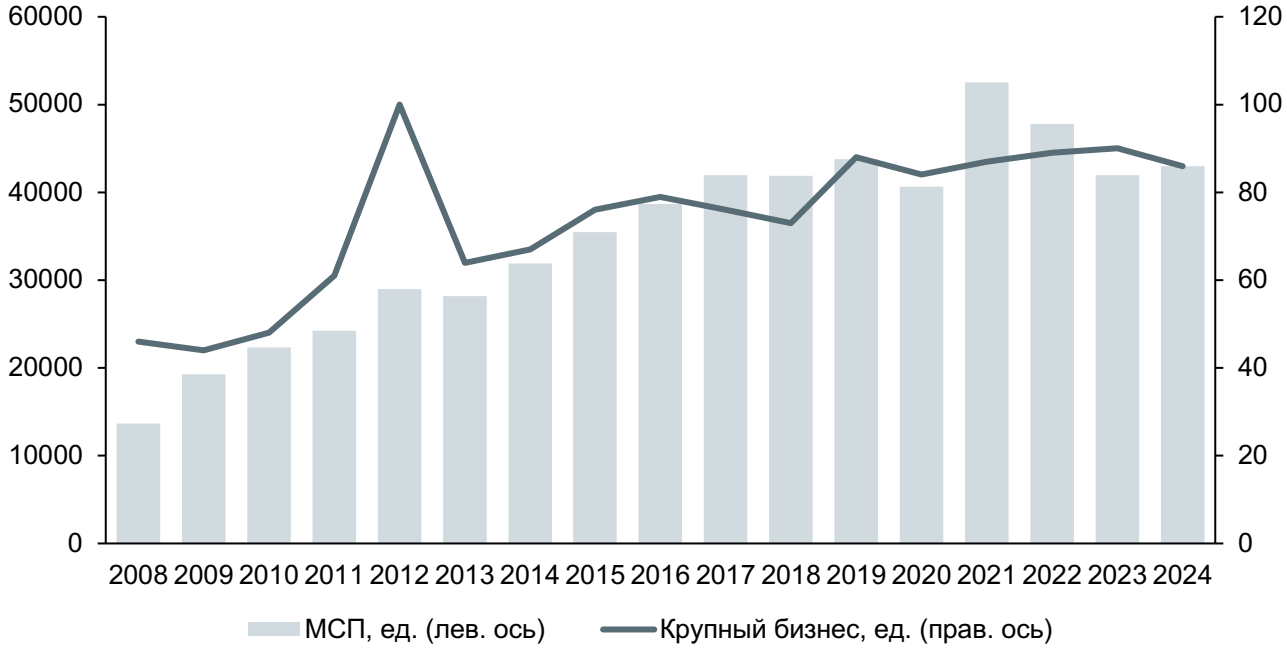


Источник: Eurostat, расчеты ТРИМ.

С 2008 по 2024 г. число микропредприятий отрасли выросло на 213%, малых – на 244%, средних – на 243%. Доля микропредприятий чуть снизилась – с 93,6% до 93,0%, то есть отрасль расширялась с небольшим смещением к более крупным классам. После пика 2021 г. число предприятий сократилось к 2024 г. во всех классах: микропредприятий – на 18%, малых – на 21%, средних – на 10%, но осталось втрое выше уровня 2008 г. Это постпандемийная консолидация быстро выросшего сегмента, а не его системный упадок. В ряду есть разрывы, а данные за 2024 г. предварительные. Изменения отдельных лет требуют осторожной интерпретации.

График 15

Количество субъектов МСП и крупных предприятий в онлайн-торговле в Германии, 2008–2024 гг.

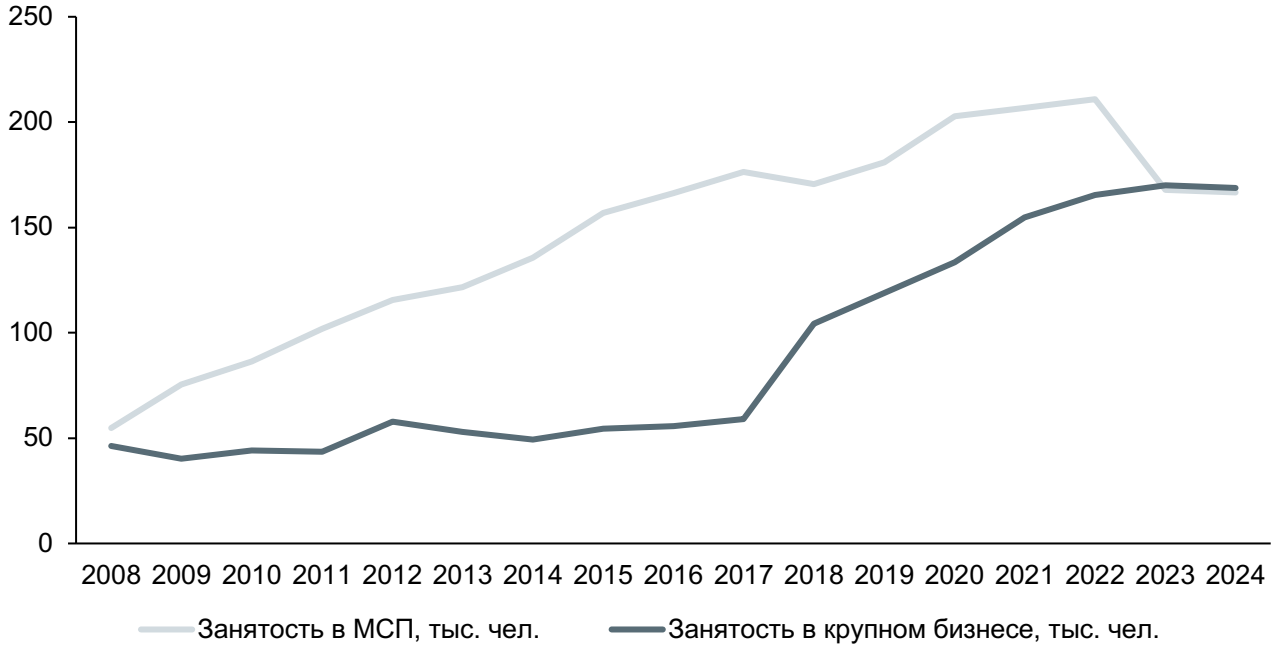


Источник: Eurostat, расчеты ТРИМ.

Число МСП в онлайн-торговле выросло с 13,7 до 43,0 тыс., крупных компаний – с 46 до 86; доля МСП достигла 99,8%. После пика 2021 г. число МСП в онлайн-торговле сократилось примерно на 18%: часть предприятий ушла после волны входа. Долгосрочный итог по числу участников остается положительным: онлайн-канал увеличил число МСП гораздо сильнее, чем число крупных компаний.

График 16

Занятость в МСП и крупном бизнесе в онлайн-торговле в Германии, 2008–2024 гг.



Источник: Eurostat, расчеты ТРИМ.

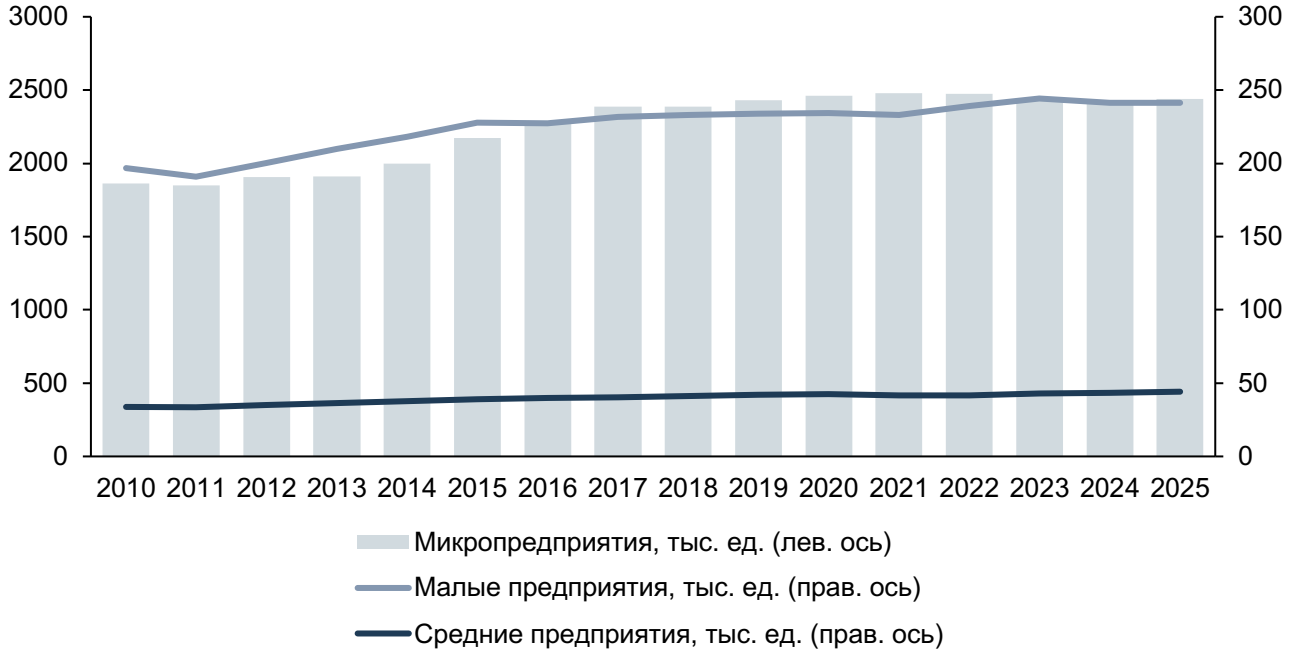
Занятость в МСП в онлайн-торговле увеличилась примерно втрое, в крупных компаниях – в 3,6 раза. Доля МСП снизилась с 70% в 2013 г. до 49,7%: к 2024 г. занятость отрасли почти поровну разделилась между десятками тысяч МСП и менее чем сотней крупных предприятий. Средняя крупная компания отрасли выросла примерно с 1,0 до 2,0 тыс. занятых, среднее МСП осталось предприятием на четырех человек. Резкие скачки (2018 г. у крупного бизнеса, 2023 г. у МСП) совпадают с разрывами ряда, а данные за 2024 г. предварительные, поэтому оценка доли на конец периода приблизительная.

3. Великобритания

Британская динамика противоречит тезису о гибели МСП сильнее, чем в любой другой стране выборки: растут и число предприятий, и занятость в них, и доля сектора в общей занятости. В онлайн-торговле число МСП после пика 2021 г. снизилось, но остается многократно выше уровня 2010 г., а занятость в МСП в онлайн-торговле росла быстрее, чем в крупном бизнесе. Часть этого результата – особенности учета самозанятых и отраслевой классификации, но и с поправкой на них британский малый бизнес не сокращается, а растет быстрее крупного.

График 17

Количество микро-, малых и средних предприятий в Великобритании, 2010–2025 гг.

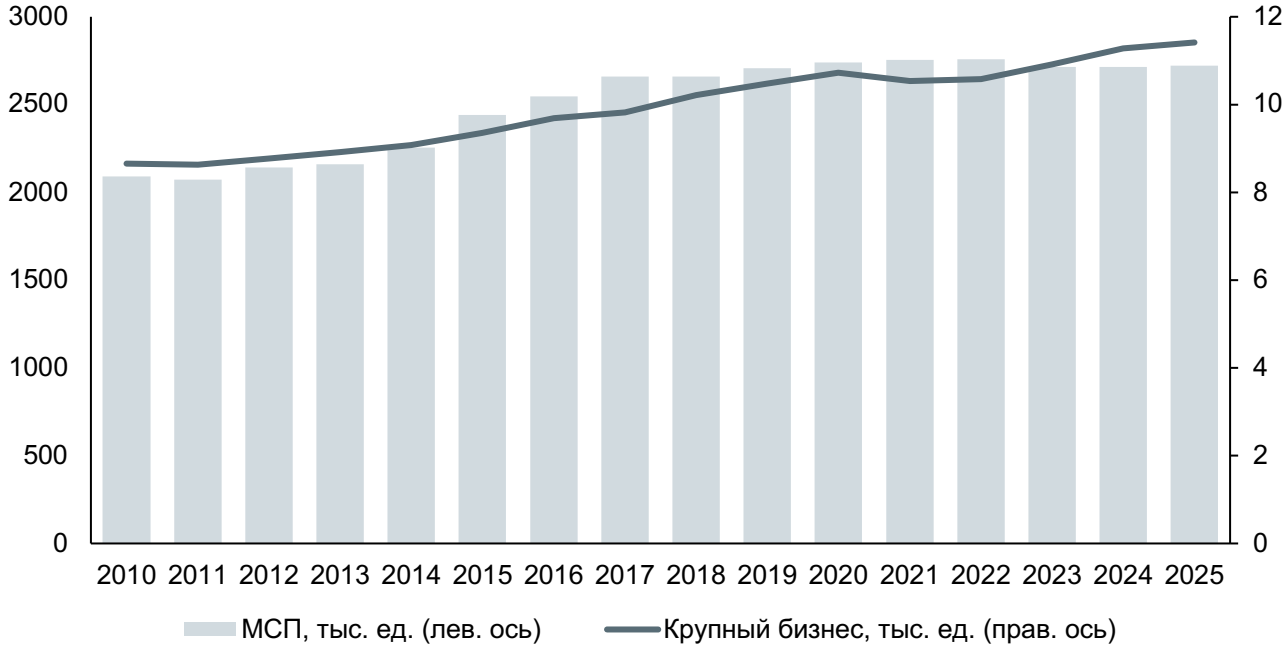


Источник: ONS (Nomis), расчеты ТРИМ.

За 2010–2025 гг. число зарегистрированных микропредприятий выросло на 31,0%, малых – на 22,7%, средних – на 31,4%; доля микропредприятий внутри МСП осталась около 89%. Рост шел равномерно по размерным группам. После снижения 2022–2024 гг. в 2025 г. началось умеренное восстановление.

График 18

Количество субъектов МСП и крупных предприятий в Великобритании, 2010–2025 гг.

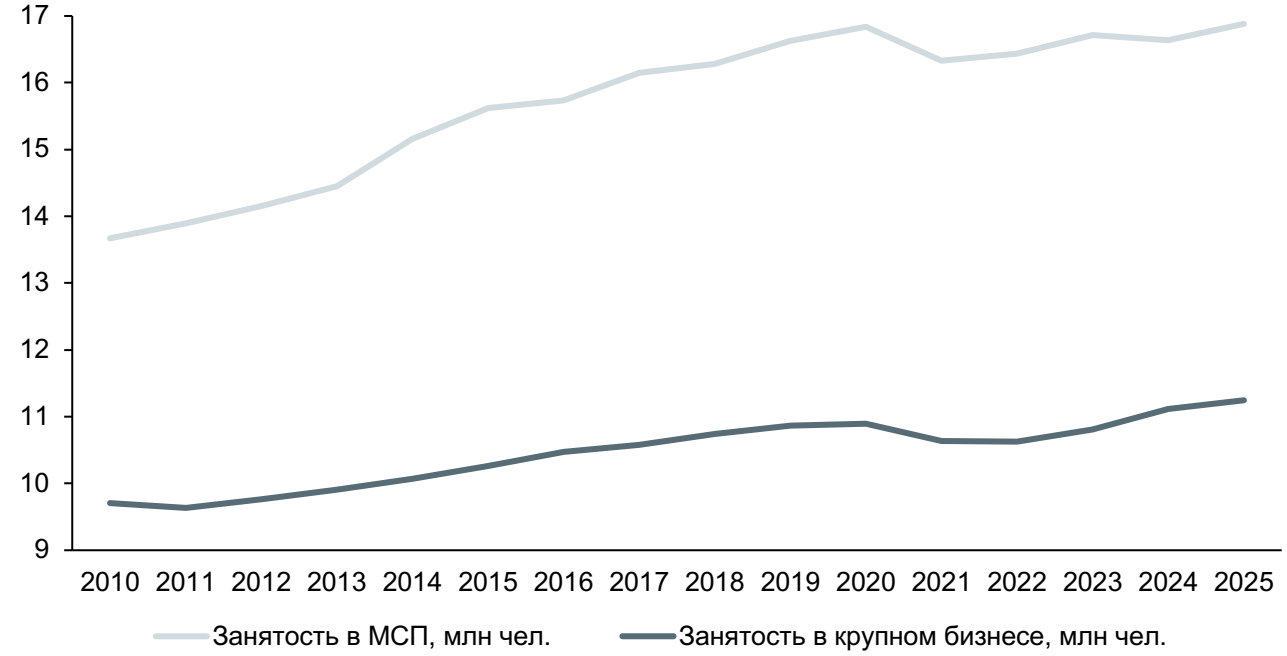


Источник: ONS (Nomis), расчеты ТРИМ.

Число зарегистрированных МСП выросло на 30,2% (с 2,09 до 2,72 млн), крупных компаний – на 31,9% (с 8,7 до 11,4 тыс.); доля МСП осталась около 99,58%. За 2010–2025 гг. крупный бизнес рос чуть быстрее, а за 2013–2023 гг., рассматриваемые в основной части, быстрее росли МСП (+25,8% против +22,4%); в обоих случаях разница слишком мала, чтобы говорить о структурном вытеснении. Снижение после пика 2022 г. оказалось умеренным и к 2025 г. не перешло в ускоряющееся сокращение.

График 19

Занятость в МСП и крупном бизнесе в Великобритании, 2010–2025 гг.

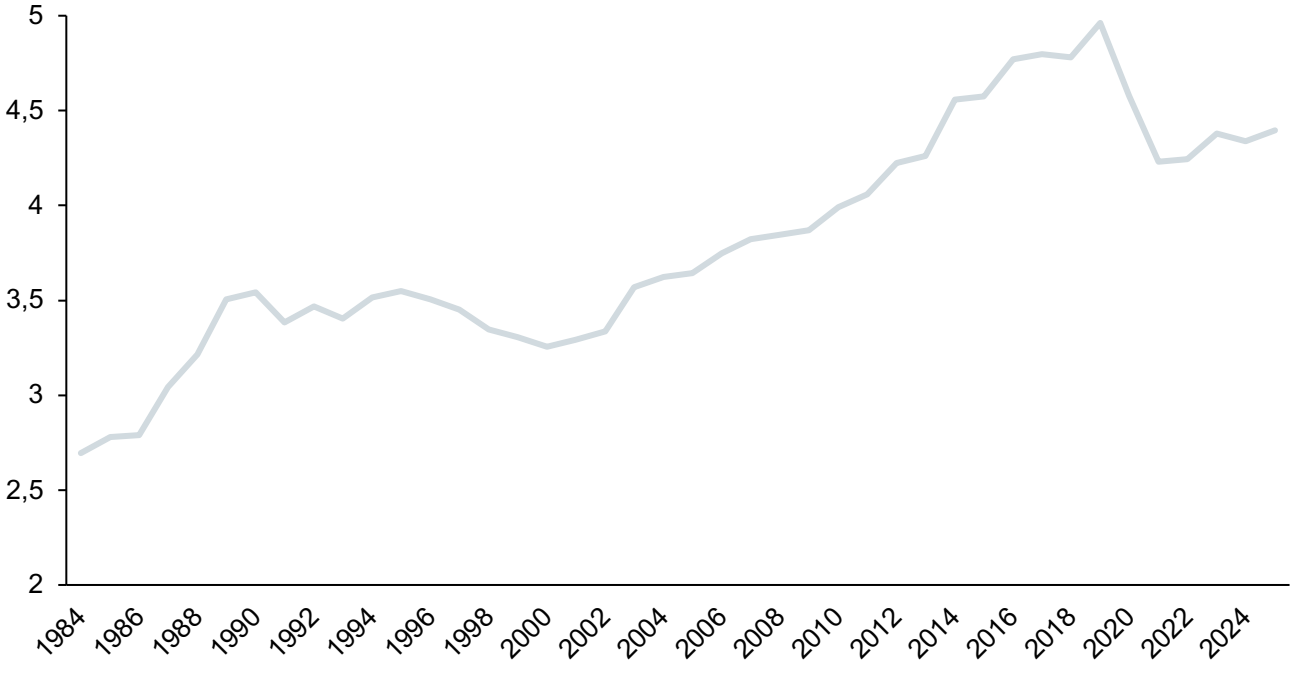


Источник: Department for Business and Trade, Business Population Estimates, расчеты ТРИМ.

Занятость в МСП выросла с 13,7 до 16,9 млн человек (+23,5%), в крупном бизнесе – на 15,8%; доля МСП повысилась с 58,5% до 60,0%. Этим Великобритания отличается от США и Германии: малый бизнес здесь не только сохраняет численность, но и увеличивает вклад в занятость.

График 20

Количество самозанятых в Великобритании, 1984–2025 гг., млн чел.

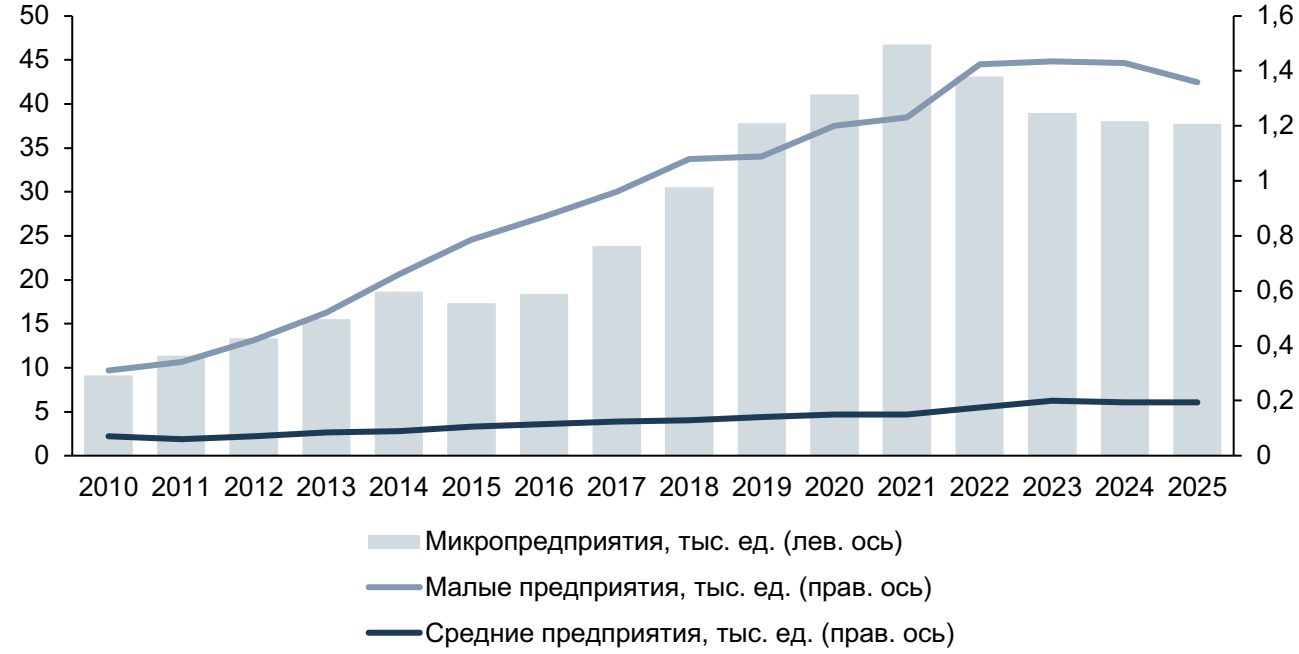


Источник: ONS, расчеты ТРИМ.

Самозанятость выросла с 2,70 млн в 1984 г. до 4,40 млн в 2025 г. (+63%). После максимума 2019 г. (4,96 млн) она резко сократилась и остается примерно на 11% ниже пика. Долгосрочный тренд положительный, а последние годы указывают на смену режима после пандемии.

График 21

Количество микро-, малых и средних предприятий в онлайн-торговле в Великобритании, 2010–2025 гг.

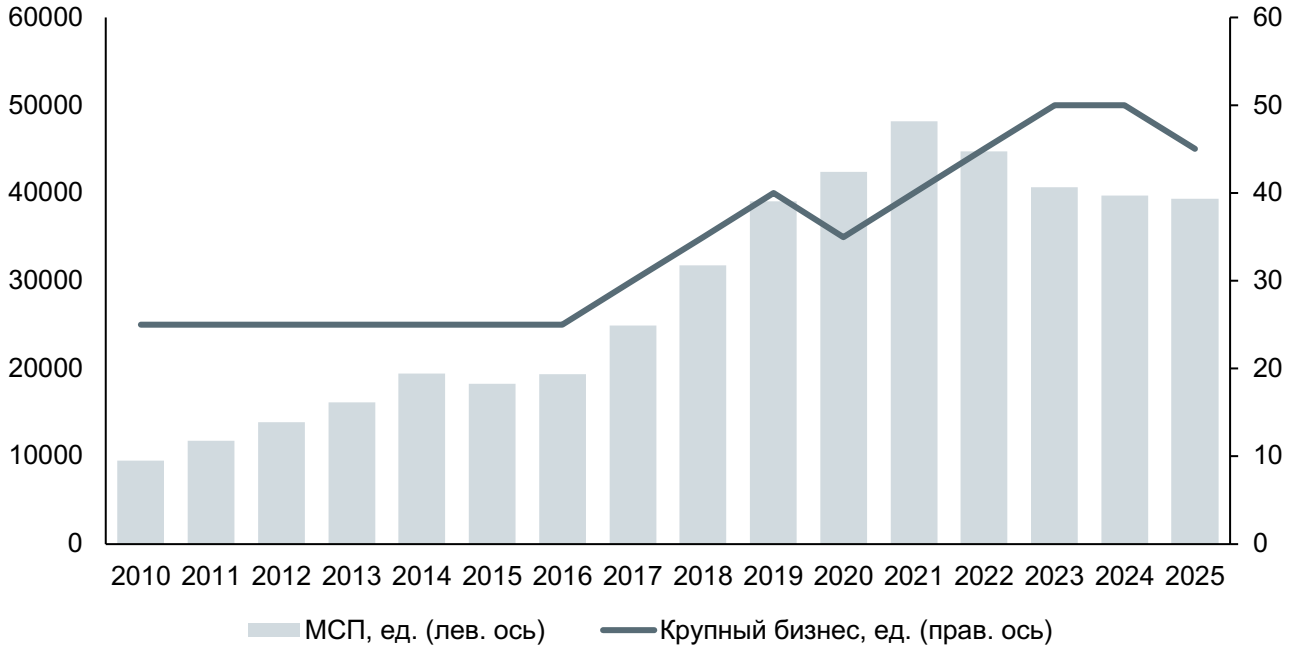


Источник: ONS (Nomis), расчеты ТРИМ.

Число онлайн-микропредприятий выросло более чем вчетверо, малых – в 4,4 раза, средних – в 2,8 раза; доля микропредприятий осталась около 96%. Отрасль расширилась, не изменив своей крайне мелкой структуры. После пика 2021 г. микрофирмы сокращаются быстрее среднего сегмента. Возможно, это первый признак отбора после пандемийной волны входа.

График 22

Количество субъектов МСП и крупных предприятий в онлайн-торговле в Великобритании, 2010–2025 гг.

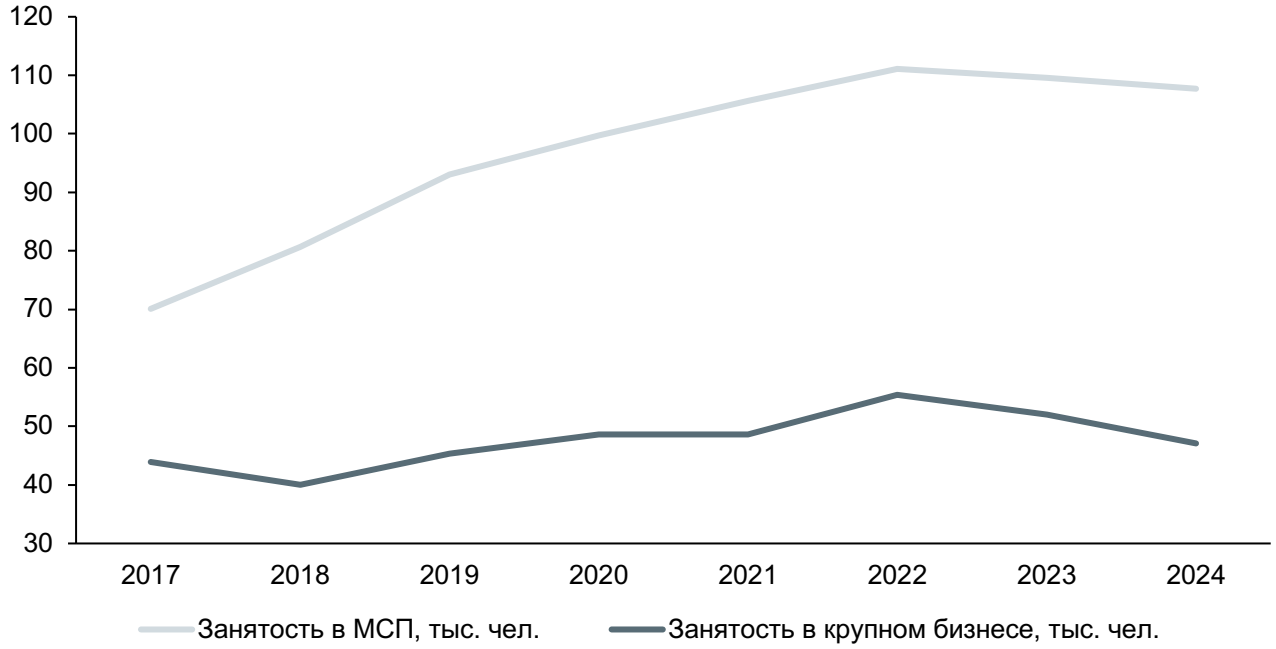


Источник: ONS (Nomis), расчеты ТРИМ.

Число зарегистрированных МСП в онлайн-торговле выросло с 9,5 до 39,3 тыс., крупных компаний – ориентировочно с 25 до 45. Из-за округления точные темпы и годовые колебания по крупным компаниям интерпретировать не следует, но направление очевидно: расширение отрасли по числу предприятий почти полностью обеспечили МСП. Даже после снижения на 18% относительно 2021 г. их численность вчетверо превышает уровень 2010 г.

График 23

Занятость в МСП и крупном бизнесе в онлайн-торговле в Великобритании, 2017–2024 гг.



Источник: ONS, расчеты ТРИМ.

За 2017–2024 гг. занятость в МСП в онлайн-торговле выросла на 53,7%, в крупных компаниях – на 7,0%; доля МСП повысилась с 61,4 до 69,6%. После пика 2022 г. занятость снизилась в обеих группах, у крупных компаний сильнее (-15,1% против -3,0%). Но нужно учитывать, что склады и доставка платформ отнесены к другим отраслям, поэтому вклад в занятость крупного бизнеса в онлайн-торговле недооценен.