

НАУКОВІ ПОВІДОМЛЕННЯ

К. В. Павлов,

доктор экономических наук, профессор

И. Г. Андреева,

кандидат экономических наук,

*Белгородский государственный университет,
Россия*

РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ СКВОЗЬ ПРИЗМУ АНАЛИЗА ОБЩЕРОССИЙСКИХ ТЕНДЕНЦИЙ

В рыночной экономике развитых стран предпринимательство построено на принципе кооперирования крупных и малых предприятий, причем крупные предприятия ориентируются не на подавление малого бизнеса, а наоборот, на взаимовыгодное сотрудничество с ним. Поэтому крупные и малые предприятия взаимодополняют друг друга, особенно в сфере специализации отдельных производств и в инновационных разработках. Если крупное производство ориентируется на массовый относительно однородный спрос, выпуск больших партий стандартной продукции, то малые предприятия функционируют на небольших сегментах рынка, в избранных ими нишах с ограниченной номенклатурой изделий. Рыночные ниши представляют собой рынки готовой продукции, прежде всего высокой технологии, которые образуются в тех случаях, когда спрос на определенном рынке не может быть удовлетворен крупным производством из-за малой емкости самого рынка либо из-за того, что производство не может достигнуть такого размера, при котором оно покрыло бы весь спрос на данном рынке. Тенденции современного производства и международной торговли способствуют возникновению подобных ниш.

Нарастает дифференциация и индивидуализация спроса. В сфере личного потребления все большую роль играют специфические потребности сравнительно небольших групп покупателей. Удовлетворять такой спрос могут только небольшие фирмы, так как для компаний-гигантов при выпуске многосерийной или даже заказной продукции это может быть малорентабельным. Если речь идет о расширяющемся рынке нового продукта, малая фирма может превратиться в крупную. Если спрос относительно стабилен, она может контролировать свою нишу в течение достаточно долгого времени, как, например, в случае с производством медицинского оборудования фирмами Дании.

Для крупных предприятий необходимы и выгодны емкий рынок со стабильным и продолжительным спросом; продукция массового производства, соответствующая требованиям рынка; аккумуляция

значительных финансовых средств; дешевая рабочая сила. Малые предприятия имеют возможность быстрее и лучше приспосабливаться к требованиям рынка и конкретным потребителям благодаря простоте управленческой структуры, обеспечивающей быстрое принятие решений, в том числе и по корректировке целей. Кроме того, себестоимость продукции в малых предприятиях ниже, чем в крупных, при более высоком качестве производимой продукции и услуг.

Малые предприятия и их техническое оснащение во многом зависят от крупных производственно-хозяйственных комплексов. По отношению к ним малые предприятия выступают в качестве поставщиков комплектующих изделий, что позволяет им использовать специализацию и кооперирование не только в области производства, но и в сфере сбыта продукции и ее технического обслуживания. Мелкие и средние предприятия — субподрядчики крупных компаний работают на основе подетальной, поузловой, модульной или иной специализации, где они достигают высоких результатов за счет эффекта технологического разделения труда. Они часто берут на себя выполнение одной-двух операций в сложном технологическом процессе, который в комплексе осуществляется крупной компанией. В рамках технического сотрудничества крупные фирмы-заказчики, выпускающие дорогостоящую готовую продукцию на базе комплектующих изделий, предоставляют своим субпоставщикам-исполнителям в аренду помещения, первоначальные средства производства, поставляют им на льготных условиях сырье и материалы, обеспечивают реализацию большей части комплектующей продукции на своих сборочных заводах, дают разрешение на использование своей торговой марки.

Широкое распространение в сотрудничестве крупных и малых предприятий получила в современных условиях система контрактных отношений на основе франчайзинга. Ее суть состоит в том, что крупная фирма предоставляет малой фирме исключительное право использовать свой технологический опыт и

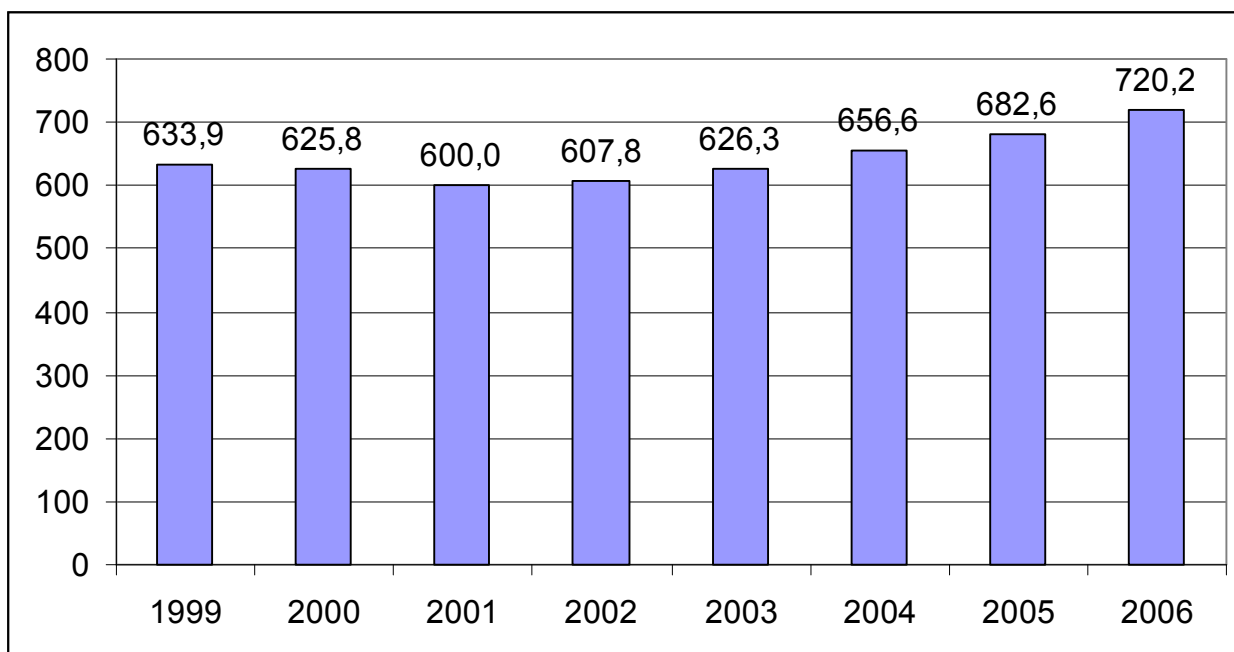


Рис. 1. Количество малых предприятий на 100 000 жителей в РФ в период с 1999 по 2006 гг.

знания, а также торговую марку. Крупная фирма обычно предоставляет также кредит на льготных условиях, оказывает различного рода консультационные услуги и сдает в аренду оборудование. Франчайзинг способствует освоению малыми фирмами новых технологий, расширению сферы малого бизнеса.

Особенностью малого бизнеса в развитых странах в современных условиях является его интеграция в производственные сети крупных промышленных структур. Организационными формами такой интеграции являются финансируемый лизинг, франчайзинг, долгосрочные контракты на поставки комплектующих изделий под определенные финансовые гарантии. Число мелких и средних предприятий, охваченных такой формой хозяйственных отношений, составило в США в конце 80-х гг. 50 тыс. с объемом продаж 632 млрд. долл. По оценкам оборот фирм на основе франчайзинга возрос к 2007 г. до 1 трлн. долл.

Малые предприятия, окрепнув технологически и в финансовом отношении, обычно переходят в разряд средних предприятий. Именно субподрядные связи малых предприятий служат неременным условием их последующего выхода на арену самостоятельной конкурентной деятельности. Не прошедшие этап субподрядной деятельности малые предприятия, напротив, не смогли подняться до высокого уровня механизации и выпуска продукции. Малые предприятия, будучи мобильными, легко перемещаются в перспективные ниши экономики. Они играют важную роль

для решения проблем занятости и безработицы. Малые предприятия играют важную роль в региональной политике развитых стран, содействуя развитию промышленно отсталых регионов. Они организуются с целью разработки местных ресурсов, освоение которых крупными предприятиями является нерентабельным. Малые предприятия создаются с учетом местных традиций, с использованием новейших технологий и развитой информационной сети.

В ряде функций малого предприятия прежде всего важно отметить *экономические функции*, определяемые его ролью, во-первых, как работодателя; во-вторых — производителя продукции и услуг, в-третьих — катализатора научно-технического прогресса, в-четвертых — налогоплательщика, в-пятых — агента рыночных отношений.

Не менее значимы функции *социальные*. Во-первых, через малые формы предпринимательской деятельности многие люди раскрывают и реализуют свой творческий потенциал. Во-вторых, в основном здесь используется труд социально уязвимых групп населения (женщин, учащихся, инвалидов, пенсионеров, беженцев и т. д.), которые не могут найти себе применение на крупных предприятиях. В-третьих, малые предприятия являются главным продуцентом мест производственного обучения, своеобразным «полигоном» для обкатки молодых кадров. В-четвертых, небольшие предприятия, прежде всего в сфере обслуживания, удовлетворяют потребности людей в общении (но его они лише-

ны, например, в супермаркетах). Уже сегодня актуальна и будет актуализироваться и далее экологическая функция малого бизнеса, которая уже имеет место в странах с развитой рыночной экономикой.

В российской практике существование малого предпринимательства было разрешено ещё в 1988 г. в период перестройки экономики. Таким образом, как самостоятельное общественно-политическое и социально-экономическое явление малое предпринимательство в нашей стране существует уже почти 20 лет и в настоящее время переходит от стартового к этапу глубоко и качественного развития. Данные по изменению количества малых предприятий в 1999 — 2006 гг. приведены на рис. 1.

Как видно из приведенной диаграммы, до 2001 г. наблюдалось снижение количества малых предприятий и с 2002 г. наблюдается устойчивый рост их числа, связанный со стабилизацией экономики страны, а также с претворением в жизнь государственных программ по развитию малого бизнеса.

В 1995 — 2005 гг. увеличение количества малых предприятий существенно замедлилось. Эту ситуацию эксперты сводно-аналитического отдела управления государственного комитета РФ по поддержке и развитию малого предпринимательства объясняют наличием объективных причин, мешающих развитию малого

бизнеса, среди них — бюрократические барьеры, увеличение стоимости сырья и услуг, невозможность получения кредита, низкая покупательная способность населения. Согласно принятому Закону РФ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» от 14.06.95 № 88-ФЗ, изменились критерии отнесения предприятий к малым, что и «сократило» количество тех, которые до этого считались малыми, а затем стали средними. Снизилась максимальная численность работников малого предприятия. Как видно из приведенной таблицы, число малых предприятий, в период с 2002 по 2006 г., за исключением некоторых регионов, неуклонно растет, хотя и весьма медленными темпами. Как и следовало ожидать, распределение количества малых предприятий по территории РФ чрезвычайно неравномерное, это связано с особенностями экономического и географического положения регионов. Также наблюдается неравномерность в темпах развития, увеличения количества малых предприятий. Во многих регионах при общей тенденции к увеличению количества малых предприятий наблюдается снижение их количества.

В целом, темпы роста количества малых предприятий достаточно низкие, несмотря на общую стабилизацию экономики страны. Если же смотреть на



Рис. 2. Распределение малых предприятий России по отраслям экономики

количество рабочих мест приходящихся на малые предприятия, то складывается иная картина. Хотя во многих регионах наблюдается значительный рост рабочих, занятых на предприятиях малого бизнеса, но общероссийский показатель по росту количества занятых на данных предприятиях отстает от роста количества самих предприятий, а в последний год наблюдается даже спад. Это говорит о том, что преимущественно создаются мелкие предприятия с малым числом занятых на рабочих мест.

Для повышения эффективности общественного производства необходимо стремиться к увеличению малых предприятий в реальном секторе, но для этого необходимо создать соответствующие условия. Если посмотреть на распределение малых предприятий по отраслям экономики в России, приведенное на рис. 2, то можно увидеть, что малый бизнес, в первую очередь, стремиться в те сферы экономики, которые обеспечивают ему наибольшую прибыль и рентабельность (около 30%), а это — торговля и общественное питание. Есть мнение, что по мере заполнения этого сектора, малый бизнес перейдет и в другие, более привлекательные для страны сферы. Но при слабой поддержке государства этот переход может не произойти, поскольку переход в другие сферы связан со значительными затратами и риском.

Как видно с приведенной диаграммы, практически половина предприятий малого бизнеса относится к сфере торговли и общественного питания. Также, достаточно много предприятий в промышленности и строительстве. Обращает внимание малое количество предприятий в сфере бытового обслуживания населения (1,1 % от общего числа малых предприятий), хотя считается, что данная отрасль является одной из наиболее оптимальных.

В то же время субъектам малого бизнеса свойственны и определенные недостатки, среди которых следует выделить самые существенные: более высокий уровень риска, поэтому высокая степень неустойчивости положения на рынке; зависимость от крупных компаний; недостатки в управлении делом; слабая компетентность руководителей; повышенная чувствительность к изменениям условий хозяйствования; трудности в привлечении дополнительных финансовых средств и получения кредитов и др. Конечно, недостатки и неудачи субъектов малого бизнеса связаны как с внутренними, так и с внешними причинами, а также с условиями формирования.

Качественные характеристики малого предприятия в рыночной экономике в целом присущи ему и в российских условиях. Совокупность качественных характеристик малого предприятия трансформируется в специфическую роль малого бизнеса как секто-

ра экономики, определяя его экономическую и социальную значимость. Они основа сильных и слабых сторон малого бизнеса. Сегодня преимущества малого бизнеса по сравнению с другими секторами экономики выражены четче, чем недостатки.

Что касается основных тенденций развития, то оборот малых предприятий в российских регионах по сравнению с итогами 2006 г. вырос на 15%, инвестиции в основной капитал МП увеличились на 30,5%, вообще бизнеса стало больше, как и занятых в нем людей.

В 2006 г. Общероссийская организация «ОПОРА РОССИИ» и Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) представили результаты крупномасштабного исследования «Условия и факторы развития малого предпринимательства в регионах Российской Федерации», посвященного условиям работы малого бизнеса в России. Оно проводилось при поддержке компании «Интеррос» и Центра предпринимательства США-Россия. В рамках данного исследования было опрошено 4350 респондентов-представителей малого бизнеса (собственники и менеджеры высшего звена) в 80 субъектах РФ методом личного интервью по 75 вопросам по формализованной анкете, отражающей основные аспекты ведения предпринимательской деятельности в регионах — это самое большое исследование о малом бизнесе в России за последнее время.

Предпринимательский климат в том или ином регионе оценивался по нескольким основным направлениям: финансовые ресурсы, имущественные ресурсы, правовые условия, состояние конкурентной среды, транзакционные издержки, поддержка малого предпринимательства властями, уровень безопасности и общая мотивация бизнеса (табл. 1).

Чтобы оценить ситуацию с теми или иными аспектами предпринимательской деятельности, вычислялись интегральные рейтинги, которые могли принимать значение от «0» до «200». Значение рейтинга выше «100» означает, что ситуация в регионе по данному показателю скорее благополучна, ниже «100» — неблагоприятна.

Таким образом, финансовое состояние, транзакционные издержки и поддержка малого предпринимательства в Российской Федерации являются благополучными аспектами, а имущественные ресурсы, правовые условия, состояние конкурентной среды, уровень безопасности, мотивация ведения бизнеса оставляют желать лучшего. Особенно это справедливо в отношении правовых условий ведения бизнеса — нет ни одного региона, где бы ситуация в этом аспекте была благополучной.

В целом этот ряд факторов соответствует парадигме изучения деятельности субъектов рынка, которая фокусируется именно на институциональных ас-

Таблица 1

Оценка факторов предпринимательского климата по Российской Федерации

Аспект предпринимательского климата	Краткое описание	Среднее значение индекса по всем регионам	Количество регионов с индексом выше 100
Финансовое состояние	Самооценка финансового состояния бизнеса	124,5	71
Имущественные ресурсы	Оценка доступности производственных площадей	55,3	3
Правовые условия	Обеспеченность правовой (судебной) защитой	47,6	0
Состояние конкурентной среды	Наличие/отсутствие ограничений по выходу на рынки	75,8	3
Транзакционные издержки	Оценка затрат ресурсов на взаимодействие с властями, в том числе коррупционных расходов	114,3	68
Поддержка малого предпринимательства властями	Оценка отношения властей региона и местных властей к индивидуальным предпринимателям (ИП)	113,2	57
Уровень безопасности	Оценка уровня рисков взаимодействия с властями, проверяющими инстанциями и криминальной средой	68,7	7
Мотивация ведения бизнеса	Оценка текущей ситуации в регионе с условиями малых предприятий и перспектив	93,5	27

пектах предпринимательского климата: деятельность регуляторов рынка с точки зрения законных интересов малою бизнеса, обеспеченность деловой инфраструктурой и ценой доступа к ней, доступность внешних финансовых ресурсов и т. п. На основе анализа этих факторов был составлен интегральный рейтинг регионов с точки зрения условий для развития малого бизнеса (табл. 2).

Пятерку лидеров рейтинга составляют Ямало-Ненецкий автономный округ, Республика Башкортостан, Ставропольский край, Тульская и Смоленская области. В регионах-лидерах относительно легко выйти на рынок, достаточно неплохое, по оценке респондентов, отношение властей, которые не очень притесняют, а то и реально поддерживают малый бизнес; неплохо обстоят дела также с доступом к недвижимости.

Ряд регионов, считающихся лидерами по уровню развития предпринимательства, заняли места в последних строчках рейтинга — это Саратовская и Липецкая области, Москва, Воронежская область и Красноярский край. По мнению аналитиков — авто-

ров исследования — эти регионы можно отнести к «остывающим», т. е. в этих регионах уже пройден значительный путь развития рыночной экономики, очень высокая степень развития конкуренции, мало свободного места на рыночном пространстве. Доля малого бизнеса в общем объеме производства в таких регионах относительно велика, но прирост инвестиций невысок. Это говорит о том, что перспектива для развития малого бизнеса в этих регионах весьма спорна. Кроме того, в тех «благополучных» регионах, где сегодня лучше всего развит малый бизнес, предприниматели испытывают наибольшее давление со стороны властей. Эта тенденция особенно заметно проявляется в крупных мегаполисах.

Белгородская область, как видно из табл. 2, по рейтингу регионов России с точки зрения условий ведения малого бизнеса находится в середине таблицы и занимает 42 место, что свидетельствует о недостаточно эффективном регулировании процесса формирования малого бизнеса в регионе. В целом представление о развитии малого предпринимательства и об уровне

Рейтинг регионов РФ с точки зрения условий ведения малого бизнеса

1	Ямало-Ненецкий АО	42	Белгородская область
2	Республика Башкортостан	43	Ульяновская область
3	Ставропольский край	44	Республика Мордовия
4	Тульская область	45	Новгородская область
5	Смоленская область	46	Тверская область
6	Усть-Ордынский Бурятский АО	47	Орловская область
7	Омская область	48	Кировская область
8	Республика Марий Эл	49	Томская область
9	Коми-Пермяцкий АО	50	Самарская область
10	Ханты-Мансийский АО	51	Свердловская область
11	Тюменская область	52	Ивановская область
12	Камчатская область	53	Астраханская область
13	Рязанская область	54	Кемеровская область
14	Республика Саха (Якутия)	55	Республика Карелия
15	Новосибирская область	56	Ярославская область
16	Приморский край	57	Ленинградская область
17	Архангельская область	58	Чувашская республика
18	Республика Бурятия	59	Республика Ингушетия
19	Костромская область	60	Калужская область
20	Республика Хакасия	61	Республика Алтай
21	Вологодская область	62	Амурская область
22	Нижегородская область	63	Читинская область
23	Ростовская область	64	Краснодарский край
24	Республика Калмыкия	65	Иркутская область
25	Хабаровский край	66	Карачаево-Черкесская Республика
26	Псковская область		
27	Челябинская область	67	Тамбовская область
28	Пермская область	68	Московская область
29	Владимирская область	69	Санкт-Петербург
30	Республика Коми	70	Оренбургская область
31	Республика Северная Осетия	71	Республика Татарстан
32	Брянская область	72	Кабардино-Балкарская Республика
33	Курганская область		
34	Волгоградская область	73	Республика Адыгея
35	Алтайский край	74	Курская область
36	Пензенская область	75	Калининградская область
37	Магаданская область	76	Саратовская область
38	Республика Дагестан	77	Липецкая область
39	Сахалинская область	78	г. Москва
40	Удмуртская Республика	79	Воронежская область
41	Мурманская область	80	Красноярский край

Таблица 3

**Динамика основных показателей развития и государственной поддержки субъектов
малого бизнеса Белгородской области за 2005 — 2007 гг.**

(с учетом итогов развития за 2007 г. по данным Госкомстата и налоговых органов)

№ п/п	Показатели	Ед. изм.	2005 г	2006 г	2007 г.	Темп роста (%)	
						2006 г. к 2005 г.	2007 г. к 2006 г.
1	Количество действующих субъектов малого бизнеса	тыс. ед.	34,8	38,9	41,5	111,8	106,7
	в том числе:						
	малые предприятия-юридические лица	тыс. ед.	8,6	10,1	10,8	117,4	106,9
	индивидуальные предприниматели	тыс. ед.	26,2	28,8	30,7	109,9	106,6
2	Среднесписочная численность работающих в малом бизнесе	тыс. чел.	122,7	127,7	138,4	104,1	108,4
	в том числе:						
	на малых предприятиях-юридических лицах	тыс. чел.	53,6	54,1	58,6	100,9	108,3
	индивидуальных предпринимателей и работающих у них по найму	тыс. чел.	69,1	73,6	79,8	106,5	108,4
	<i>Доля занятых в малом бизнесе в общей численности занятых в экономике области</i>	%	18,2	19	20,4		
3	Оборот малых предприятий - всего (в действующих ценах)	млрд. руб.	43,9	56,4	87,7	128,5	155,5
	<i>Доля оборота малых предприятий в обороте предприятий области</i>	%	15,6	16,5	16,9		
4	Налоговые поступления от малого предпринимательства (по специальным режимам налогообложения) в консолидированный бюджет области	млн. руб.	837,8	1032,8	1259,7	123,3	122,0
	<i>Доля налоговых поступлений от малого предпринимательства в доходах консолидированного бюджета области</i>	%	4,1	4,3	3,9		
5	Среднемесячная заработная плата работников малых предприятий	руб.	5070,0	5840,0	8056,0	115,2	137,9

Развитие малого предпринимательства в Белгородской области в начале XXI в.

Показатели	Ед. изм.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.
Количество субъектов малого бизнеса по состоянию на конец года, всего	тыс.ед.	41,4	43,9	35,2	34,8	38,9
в том числе:						
- малые предприятия-юридические лица (по данным статистики)	тыс.ед.	6,3	8,2	8,2	8,6	10,1
- индивидуальные предприниматели - ИП (по данным налоговых органов)	тыс.ед.	35,1	35,7	27,0	26,2	28,8
Среднесписочная численность работников в малом бизнесе	тыс. чел.	110,6	112,0	123,7	122,7	127,7
в том числе:						
- малые предприятия-юридические лица	тыс. чел.	50,6	50,8	53,3	53,6	54,1
-ИП	тыс. чел.	60	61,2	70,4	69,1	73,6
Доля занятых в малом бизнесе, включая ИП, в общей численности занятых в экономике области	%	16,4	16,8	19,0	18,3	18,9
Среднемесячная заработная плата в малом бизнесе	руб.	2146	3012	3863	5070	5822
Оборот малых предприятий-юридических лиц и индивидуальных предпринимателей (в действующих ценах)	млрд. руб.	21,2	26,3	34,9	65,2	82,1
в том числе:						
- малых предприятий -юридических лиц	млрд. руб.	8,7	11,1	15,9	43,9	56,4
-ИП	млрд. руб.	12,5	15,2	19,0	21,3	25,7
Доля оборота малого бизнеса (с учетом индивидуальных предпринимателей) в общем обороте предприятий и организаций области	%	15,3	16,6	15,1	23,2	25,7
Налоговые поступления от малого предпринимательства (по специальным режимам налогообложения) в консолидированный бюджет области	млн. руб.	430,0	213,0	564,0	837,8	1032,8
Доля налоговых поступлений от малого предпринимательства в доходах консолидированного бюджета области	%	6,9	2,9	3,9	4,1	4,3
Объем привлечения финансовых ресурсов в сферу малого бизнеса	млн. руб.	224,6	291	372,1	421,4	535
в том числе:						
за счет банковских кредитов	млн. руб.	216,4	278	351,7	375,4	450,5
за счет средств областного бюджета	млн. руб.	8,2	13	20,4	28,7	50
за счет средств федерального бюджета	млн. руб.				17,3	34,5
Создано новых рабочих мест	тыс. ед.	1,9	2,3	2,8	2,9	2,4

государственной поддержки субъектов малого бизнеса в Белгородской области дают табл. 3 и 4.

Как можно видеть из табл. 3 и 4, в последнее время в области наметилась положительная тенденция увеличения количества действующих субъектов малого бизнеса, однако темпы роста весьма незначительны. В целом анализируя значения основных показателей функционирования малого бизнеса Белгородской области, в последнее время можно отметить лишь небольшой при-

рост их, что свидетельствует о весьма низком коэффициенте использования имеющихся резервов дальнейшего развития малого бизнеса здесь. Для ускорения этого процесса необходимо разработать комплекс мер и мероприятий, нацеленных на устойчивое и эффективное развитие предпринимательства региона в разных направлениях и сферах, которые будут являться основой среднесрочного плана (3 — 5 лет) по улучшению условий развития малого предпринимательства в регионе.