

УДК 334.012.64(470.22)

© Ю.В. Савельев

© М.А. Мазуровский

© Е.В. Жирнель

Малый бизнес как основа муниципальной экономики: проблемы и формы поддержки (на примере г. Петрозаводска)

В статье рассматриваются роль и функции малого бизнеса в развитии муниципального образования на примере г. Петрозаводска. Приводятся результаты анкетирования предпринимателей, рассмотрены основные проблемы малого бизнеса, а также формы его поддержки на муниципальном уровне.

Малый бизнес, муниципальная экономика, государственная поддержка малого бизнеса, муниципальная экономическая политика.



**Юрий Владимирович
САВЕЛЬЕВ**

кандидат экономических наук
и.о. главного ученого секретаря президиума КарНЦ РАН



**Максим Андреевич
МАЗУРОВСКИЙ**

председатель Государственного комитета Республики Карелия
по делам молодежи, аспирант Института экономики КарНЦ РАН



**Евгений Викторович
ЖИРНЕЛЬ**

кандидат экономических наук
ученый секретарь Института экономики КарНЦ РАН

В социально-экономическом развитии муниципального образования особую роль играет малое предпринимательство. Именно эта форма бизнеса позволяет наиболее эффективно удовлетворять зачастую очень быстро изменяющийся спрос населения на разнообразные товары и

услуги. Малые предприятия дополняют деятельность крупных и средних предприятий, ориентирующихся на наиболее масштабные и емкие рынки сбыта. Малый бизнес создает рабочие места, разрабатывает и внедряет новые технологии, максимально учитывает местные условия.

В современных экономических условиях, связанных с кризисными явлениями, особая роль отводится именно малому бизнесу, а поддержка предпринимательства занимает важное место в комплексе антикризисных мер Правительства РФ. Связано это, прежде всего, с тем, что малый бизнес способен компенсировать сокращение рабочих мест на крупных предприятиях, удовлетворять внутренний спрос, сдерживая инфляцию, а также обеспечить поступления в бюджеты всех уровней.

Особое значение приобретает развитие малого бизнеса, в первую очередь на муниципальном уровне, что обусловлено его функциями, в числе которых наиболее важными являются следующие:

- ♦ *Ориентация на местные рынки*, удовлетворение разнообразного и изменчивого спроса населения на различные товары и услуги (нередко на достаточно специфические товары и услуги, которые не могут быть произведены крупными предприятиями).

- ♦ *Стимулирование конкуренции на местных рынках*, приводящее к повышению эффективности функционирования последних и генерации конкурентных преимуществ муниципальной экономики в целом.

- ♦ *Диверсификация местной экономики и стимулирование развития внешнеэкономических связей*. Деятельность малых предприятий позволяет расширить рыночную специализацию муниципальной экономики; партнерские связи малых предприятий позволяют местной экономике встраиваться во внешние цепочки создания стоимости.

- ♦ *Изменение способа освоения территории*. Развитие малого предпринимательства позволяет более рационально использовать территорию, более равномерно распределять производственные и человеческие ресурсы по территории, оптимизировать размещение производительных сил.

- ♦ *Обеспечение занятости населения*. Особое значение этот фактор приобретает для муниципальных образований, развитие которых зависит от единственного или ряда градообразующих предприятий.

- ♦ *Существенный вклад малого бизнеса в формирование доходной части муниципального бюджета*. В некоторых странах с рыночной экономикой (США, Великобритания, Германия, Франция, Нидерланды, Финляндия и др.) вклад малых предприятий в формирование как национального, так и местных бюджетов является определяющим (до 35 – 40% всех налоговых доходов). В России данный показатель ниже более чем в 2 раза – около 15%.

- ♦ *Формирование необходимой инфраструктуры для производственной деятельности крупных предприятий*. Значение малого бизнеса для крупных предприятий крайне сложно переоценить. У любого крупного предприятия заключено большое количество договоров подряда, аутсорсинга, оптовой и розничной реализации, дистрибуции с малыми предприятиями, с помощью которых крупный бизнес встраивается в системы партнерских отношений и международные межкорпоративные сети.

- ♦ *Обеспечение внедрения новых технологий и техники*. В развитых странах малый бизнес производит более 60% всех услуг, половину всей продукции промышленности и почти половину всех инновационных идей и нововведений. Кроме того, малый бизнес, стремясь адаптироваться к изменениям спроса на потребительском рынке, более восприимчив к инновациям.

- ♦ *Формирование доходов населения, обеспечение его трудовой мобильности, сокращение бедности и формирование среднего класса*. На местном уровне малые предприятия являются главным источником формирования доходов основной массы экономически активного населения;

доля среднего класса также находится в прямой зависимости от уровня развития малого предпринимательства, а соответственно, и уровня социальной напряженности в обществе.

Особая роль малого бизнеса в социально-экономическом развитии муниципального образования определяет важность исследования и учета современных тенденций в данном секторе экономики при разработке и реализации стратегических плановых документов. Основной исследовательской задачей при этом является анализ существующих проблем и выработка рекомендаций по совершенствованию форм и инструментов поддержки малого бизнеса со стороны органов государственной власти и местного самоуправления [2]. С этой точки зрения в данной статье представлены некоторые результаты исследований в сфере малого бизнеса, проводимых в Институте экономики КарНЦ РАН, на примере Петрозаводского городского округа.

В Петрозаводске сосредоточено более половины всех малых предприятий и индивидуальных предпринимателей Республики Карелия. Общеизвестным показателем развития малого предпринимательства в регионе или муниципальном образовании является плотность субъектов малого предпринимательства (число субъектов малого бизнеса в расчете на 1000 жителей). Количество малых предприятий в г. Петрозаводске на 1000 человек в 1,9 раза больше, чем в среднем по Республике Карелия и по Российской Федерации (для сведения: в Российской Федерации на

1000 жителей приходится 7 малых предприятий, в городе Петрозаводске – 13). Численность занятых в малом бизнесе в Петрозаводске представлена в *таблице 1*. На сегодняшний день в этом секторе занято около 25% всех занятых в муниципальной экономике.

Согласно имеющимся данным наибольшая доля малых предприятий в их общем количестве, как в целом по Республике Карелия, так и в г. Петрозаводске, приходится на такой вид экономической деятельности, как «оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств, бытовых изделий и предметов личного пользования», и составляет 48,5% (*рис. 1*).

Наибольший интерес для малых организаций представляет сфера торговли, в которой функционирует почти половина общего числа малых предприятий. Это связано с тем, что средний уровень рентабельности бизнеса в торговле существенно выше, чем в промышленности и других секторах. К тому же сфера торговли характеризуется небольшими сроками оборота капитала, что позволяет снизить предпринимательские риски, а это для многих малых предприятий является определяющим фактором при выборе вида хозяйственной деятельности.

В настоящее время малый бизнес служит серьезным источником поступлений в местный бюджет (около 30%), при этом прогнозируется увеличение доли налоговых и неналоговых поступлений малого бизнеса в городской бюджет до 40% к 2014 г. (*рис. 2*).

Таблица 1. Численность занятых в малом бизнесе г. Петрозаводска, чел.

Показатель	2006 г.	2007 г.	2008 г.	Прогноз 2009 г.	Прогноз 2010 г.
Количество индивидуальных предпринимателей	8 200	8 500	8 950	9 050	9 300
Количество наемных работников у индивидуальных предпринимателей	6 200	6 350	6 400	6 500	6 600
Количество работающих на малых предприятиях города	22 800	23 400	24 400	25 400	26 400
Итого в сфере малого бизнеса	37 200	38 250	39 750	40 950	42 300

Рисунок 1. Распределение субъектов малого бизнеса г. Петрозаводска по видам деятельности, в %

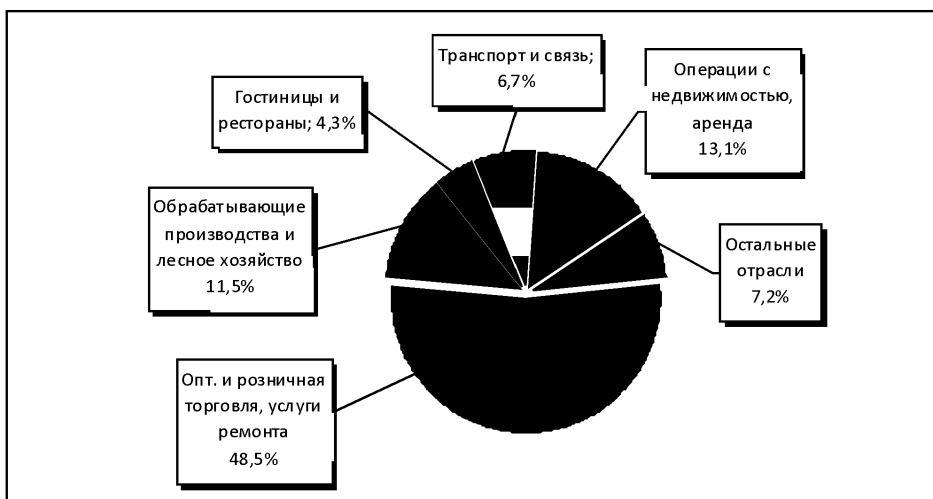
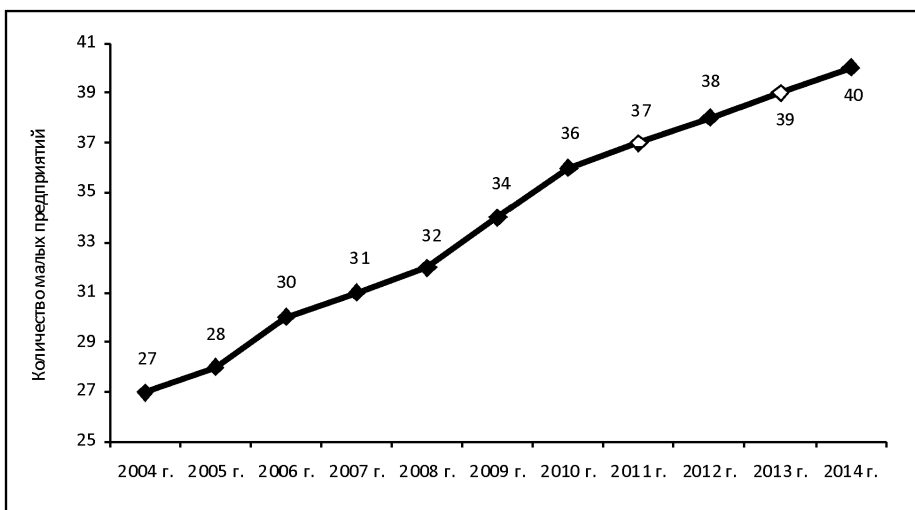


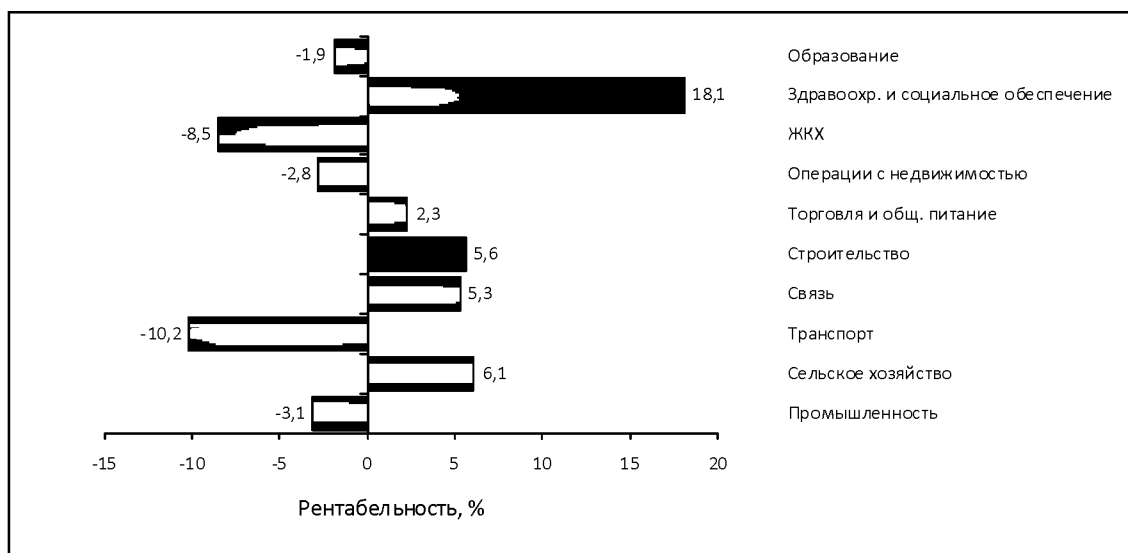
Рисунок 2. Удельный вес налоговых и неналоговых поступлений от субъектов малого бизнеса в местный бюджет, % (факт и прогноз)



Однако эти положительные тенденции сопровождаются рядом негативных явлений. Несмотря на тот факт, что роль малого бизнеса в экономическом развитии муниципального образования в последние годы возрастает, все же субъекты малого бизнеса намного чаще и шире используют «серые» и «теневые» схемы хозяйственной деятельности и используют различные схемы ухода от налогообложения. Это под-

тверждается официальной информацией о показателях эффективности малых предприятий. Так, например, рентабельность продукции, производимой в данном секторе экономики, составляет около 2%, а рентабельность активов – менее 4%. С точки зрения привлечения инвестиций этот показатель является крайне низким, и объясняется это, прежде всего, его занижением со стороны предпринимателей.

Рисунок 3. Рентабельность продукции (работ, услуг) малого бизнеса в ряде отраслей экономики Республики Карелия (по данным Карелиястата)



По оценкам Росстата, у 70% субъектов малого бизнеса реальные показатели существенно отличаются от официальных отчетных показателей. По мнению экспертов, доля «теневых» предприятий в малом бизнесе выше, чем в целом в экономике, хотя в последние годы наблюдается сокращение «теневых» сектора и сектора «серой» экономики [5]. Особый интерес представляет анализ рентабельности (в соответствии с официальными статистическими данными) в разрезе основных отраслей, в которых работают малые предприятия (рис. 3) [4].

По официальным данным, рентабельность продукции (работ, услуг) малых предприятий в сельском хозяйстве почти в 3 раза выше, чем в торговле. Рентабельность субъектов малого бизнеса в сфере здравоохранения, физической культуры и социального обеспечения оказалась наиболее высокой (18,1%), в то время как в сфере транспорта и операций с недвижимостью рентабельность характеризуется отрицательными значениями (-10,2% и -2,8% соответственно).

Эти обстоятельства определяют необходимость использования адекватных существующим реалиям источников информации при проведении анализа развития малого бизнеса и оценке его потенциала. Представленные ниже результаты исследования малого бизнеса основываются на анкетировании предпринимателей г. Петрозаводска, которое проводилось в ноябре – декабре 2007 г. В процессе анкетирования было опрошено 80 малых и средних предприятий г. Петрозаводска, работающих в различных отраслях и сферах экономической деятельности. Большая часть компаний – 64 из 80 опрошенных – работают в сфере промышленности, сфере услуг и строительстве. В анкетировании принимали участие компании, действующие на рынке различное время: от 5 до 8 лет – 22% опрошенных компаний; от 10 до 15 лет – 21,3%; от 1 до 3 лет – 17,6%, это достаточно молодые компании; от 3 до 5 лет – 16%.

Особое место в исследовании занимал анализ проблем, с которыми сталкиваются предприниматели. Прежде всего, такой анализ позволяет верно понимать «узкие

места» в развитии малого бизнеса и принимать решения в области его поддержки. Необходим анализ и при разработке мероприятий по совершенствованию местной экономической политики в целом.

Анкетирование включало в себя выявление факторов, ограничивающих рост бизнеса, анализ административных барьеров (в первую очередь, оценку предпринимателями деятельности контролирующих служб), изучение ожиданий предпринимателей по поводу перспектив развития собственного бизнеса [3]. Согласно результатам анкетирования, большая часть пред-

принимателей планировали дальнейшее расширение своего бизнеса в ближайшее время (рис. 4). При этом способы и пути расширения бизнеса несколько отличаются у «молодых» и «старых» компаний (рис. 5). В частности, приоритетными направлениями расширения бизнеса для «молодых» компаний является увеличение объемов выпуска продукции, расширение каналов сбыта и организация производства новой продукции. «Старые» компании несколько консервативнее и реже высказываются в поддержку организации производства новых видов продукции, поскольку находятся

Рисунок 4. Ответ на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайший год расширять свой бизнес?», в %

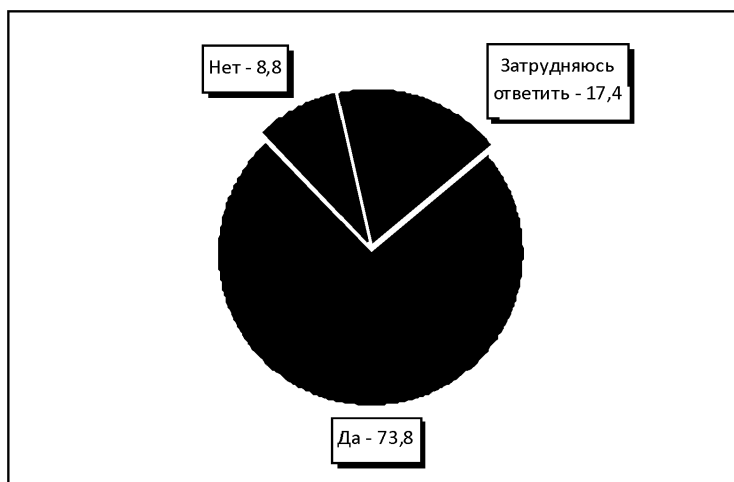


Рисунок 5. Ответ на вопрос: «Каким образом Вы предполагаете расширение своего бизнеса?», в %

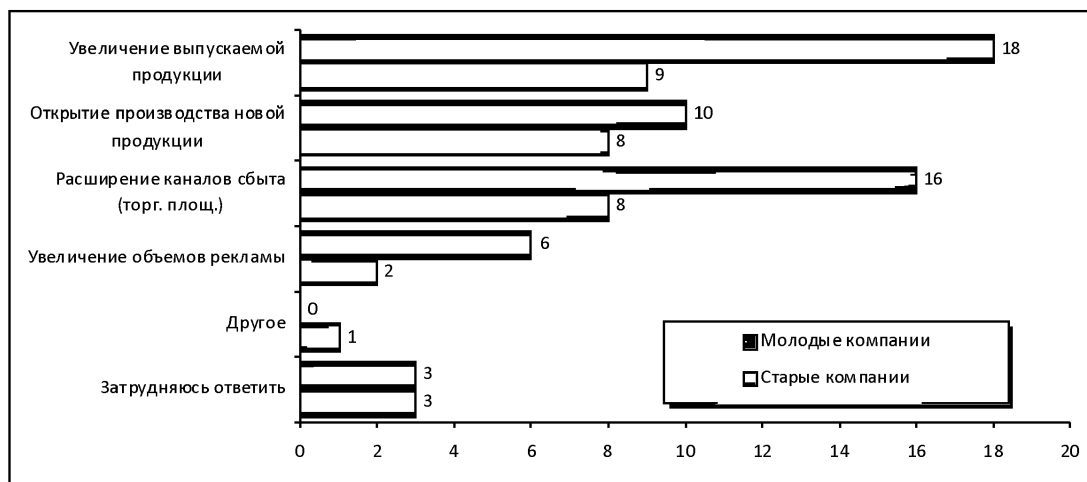


Таблица 2. Основные характеристики и проблемы субъектов малого бизнеса в зависимости от периода их функционирования

«Молодые» компании	«Старые» компании
<ul style="list-style-type: none"> Острая нехватка кадров всех категорий в комплексе с высокой текучестью кадров и конкуренцией на рынке труда со стороны крупных компаний, а также «старых» и стабильных компаний Нехватка финансовых и производственных ресурсов для развития компании Острая конкуренция и ограниченные конкурентные возможности В части расширения бизнеса наиболее интересны не только районы Карелии, но и внешние рынки 	<ul style="list-style-type: none"> Недостаток кадров (преимущественно высшего звена) Высокая потребность в финансовых и производственных ресурсах Проблема взаимодействия с органами власти при получении разрешений, с контролирующими структурами и др. Меньшая заинтересованность в экспансии на внешние рынки (инертность) Высокая значимость проблем и факторов, влияющих на стабильность бизнеса (в т.ч. и изменение законодательства)
<p>Вывод. Более мобильные компании и характеризуются более быстрой адаптацией к изменяющимся условиям, имеют несколько больший опыт взаимодействия с зарубежными партнерами.</p>	<p>Вывод. Более стабильные компании, имеющие стабильную рыночную нишу, характеризуются меньшей мобильностью и большей потребностью в финансовых средствах за счет большего масштаба производства.</p>

в устоявшихся «нишах» зрелых рынков и опасаются снижения стабильности развития и организации налаженного производства. Вместе с тем «старые» компании более активно высказываются за изменение организационной структуры компании, что говорит о переходе к качественному росту.

В обобщенном виде характеристики и проблемы субъектов малого бизнеса в зависимости от периода их функционирования

представлены в *таблице 2*. Результаты анкетирования показывают, что «молодые» компании более мобильны, более гибки и быстрее адаптируются к изменению факторов внешней среды; «старые» компании, как правило, занимают стабильную рыночную нишу и характеризуются меньшей мобильностью и изменчивостью.

Что касается распределения ответов на вопрос о планах по расширению географии своего бизнеса, то предприниматели ориен-

Рисунок 6. Ответ на вопрос: «Предполагаете ли Вы расширение географии своего бизнеса?», в %

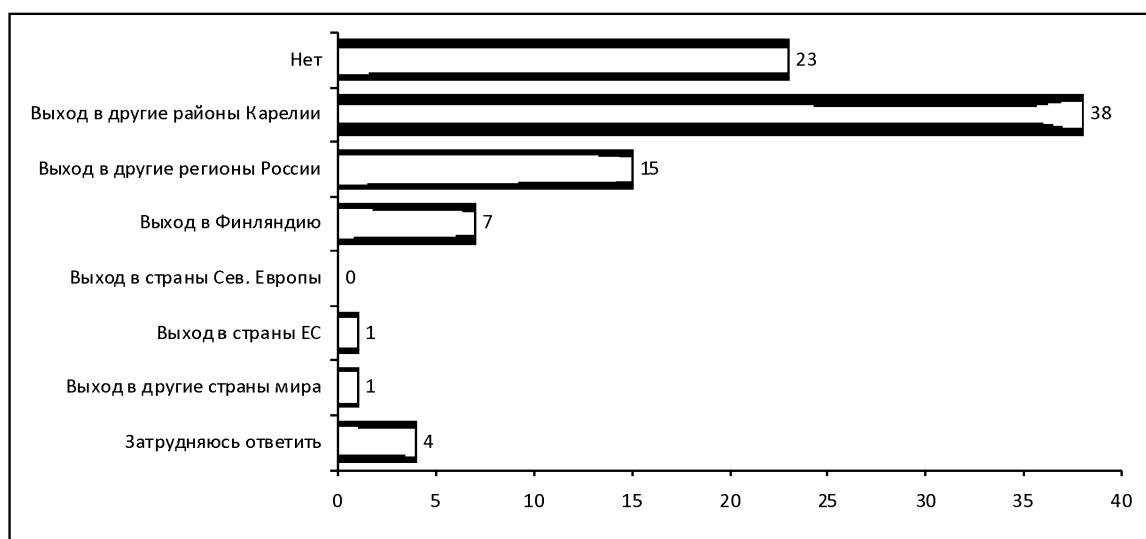
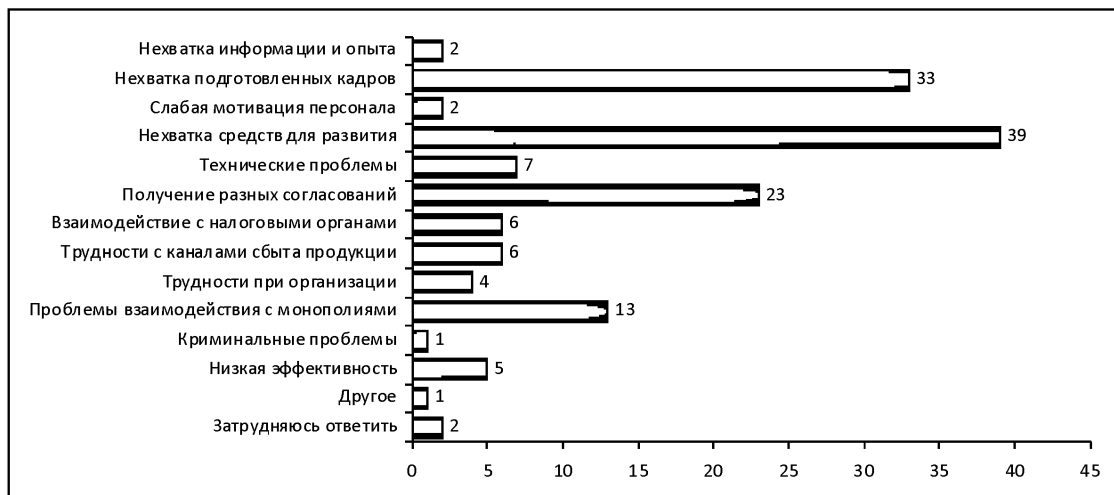


Рисунок 7. Ответ на вопрос: «С какими проблемами в деятельности Вашего предприятия Вы сталкиваетесь чаще всего?», в %



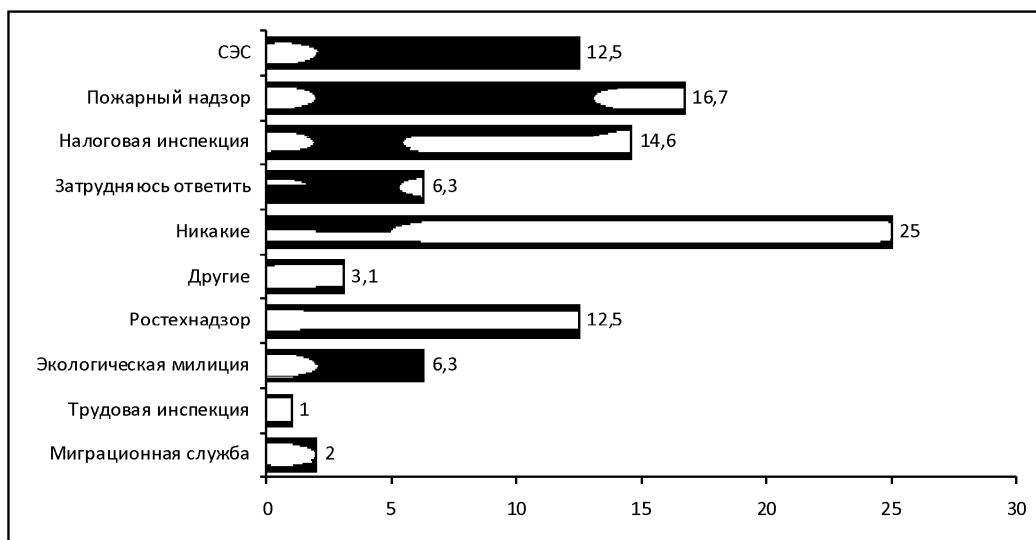
тируются на расширение в пределах Карелии (рис. 6). При этом к ограничивающим факторам они относят недостаток денежных средств, нехватку кадров, получение разного рода согласований и разрешений на ведение предпринимательской деятельности, взаимодействие с субъектами естественных и локальных монополий и т. д. (рис. 7).

Судя по данным анкетирования, субъекты малого бизнеса испытывают определен-

ные сложности во взаимоотношениях с контролирующими службами, такими как пожарный надзор, налоговая инспекция, Ростехнадзор, санитарно-эпидемиологическая служба (рис. 8). В то же время 25% респондентов заявили, что у них отсутствуют проблемы во взаимоотношениях с контролирующими службами.

Обобщая мнения представителей малого бизнеса г. Петрозаводска относительно

Рисунок 8. Ответ на вопрос: «Деятельность каких из контролирующих служб приносит Вам наибольшие трудности?», в %



проблем и перспектив развития, административных, экономических и иных барьеров, можно сделать следующие выводы:

1. Состояние малого бизнеса в г. Петрозаводске достаточно стабильное и характеризуется высокой предпринимательской активностью.

2. У компаний, работающих на рынке разное время, существуют различные стратегии поведения. «Молодые» компании, как правило, выходят на растущие рынки с активным маркетингом, «старые» компании находятся в устоявшихся «нишах» зрелых рынков и поэтому характеризуются наличием лишь поддерживающего маркетинга.

3. Большинство субъектов малого бизнеса г. Петрозаводска видят возможности расширения своего бизнеса путем увеличения объема выпускаемой продукции, расширения каналов сбыта и производства новой продукции.

4. Планы по расширению географии бизнеса малых предприятий были связаны преимущественно с районами республики, что говорит об ориентации малого бизнеса прежде всего на региональный рынок.

5. Трудности и проблемы в отношении расширения рынка представители малого бизнеса связывали не с внутренними возможностями бизнеса, а с экономическими и административными барьерами, ростом тарифов естественных монополий, нестабильностью законодательства.

В условиях мирового финансово-экономического кризиса, негативные последствия которого представители российского бизнеса в большей степени стали ощущать с осени 2008 года, проблема поддержки малого бизнеса становится еще более актуальной. Представляется очевидным, что в настоящее время значительное количество предпринимателей в новых условиях вынуждены были пересмотреть свои планы по расширению бизнеса и отказаться от увеличения объемов производства

или выпуска новой продукции. С одной стороны, кризисные явления будут способствовать повышению эффективности предприятий, оптимизации издержек, поиску новых вариантов развития. С другой стороны, значительная часть таких предприятий испытывает серьезные проблемы и нуждается в поддержке со стороны как государственной, так и муниципальной власти.

Несмотря на то, что на малом бизнесе, в отличие от крупных экспортоориентированных компаний, кризис не так серьезно отразился, некоторые его последствия в ближайшее время могут негативно повлиять на конкурентоспособность малых предприятий. Это непосредственно касается тех субъектов малого бизнеса, которые работают с крупными компаниями или ориентируются на них в своей производственной деятельности. Что касается малых предприятий, работающих с конечным потребителем, это связано как с сокращением объемов продаж продукции, обусловленным снижением покупательной способности населения, так и с резким увеличением издержек. Так, например, девальвация рубля приводит к удорожанию продукции и комплектующих импортного производства, что, несомненно, отразится на рентабельности производства предприятий, которые являются потребителями такой продукции. Кроме того, в условиях не решенной до конца проблемы перекрестного субсидирования и ухудшения финансового состояния крупных предприятий резко возрастают тарифы на электроэнергию для малого и среднего бизнеса.

В связи с этим задача поддержки малого бизнеса становится одной из приоритетных в реализации местной экономической политики. В новых условиях решение этой задачи потребует и реализации ранее запланированных мероприятий, и разработки новых антикризисных мер, учитывающих изменившиеся условия. В настоящее время

в г. Петрозаводске разработана долгосрочная муниципальная целевая программа «Развитие и муниципальная поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства на территории Петрозаводского городского округа на 2009 – 2014 гг.». Общий запланированный объем финансирования программы составляет 22,5 млн. руб., а ее реализация включает такие мероприятия, как [1]:

1. Финансовая поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства (в том числе в части субсидирования процентной ставки по инвестиционным кредитам).

2. Имущественная поддержка (передача во владение или пользование муниципального имущества).

3. Информационно-консультационная поддержка (создание Интернет-представительства «Малый и средний бизнес г. Петрозаводска», выпуск информационно-справочных материалов, консультирование предпринимателей).

4. Подготовка, переподготовка и повышение квалификации кадров.

5. Поддержка в области инноваций и промышленного производства (заключение договоров субподряда, развитие системы отраслевых бизнес-инкубаторов и т. д.).

6. Поддержка предпринимателей, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность.

При реализации политики в области поддержки малого и среднего бизнеса на территории муниципального образования необходимо принимать во внимание новые проблемы, с которыми в настоящее время приходится сталкиваться предпринимателям. Решение этих проблем потребует, прежде всего, выстраивания конструктивного диалога между бизнесом и властью. Эффективность данной политики в значительной степени будет определяться оперативностью принимаемых решений, а также эффективностью инструментов согласования интересов.

Литература

1. Развитие и муниципальная поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства на территории Петрозаводского городского округа на 2009 – 2014 гг.: долгосрочная муниципальная целевая программа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://g2b.ptz.ru/msb/development/>

2. Иванов, В.В. Муниципальный менеджмент: справочное пособие / В.В. Иванов, А.Н. Коробова. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 718 с.

3. Оценка состояния и исследование потребностей малого и среднего бизнеса в г. Петрозаводске и Республике Карелия. Анализ административных барьеров: отчет о НИР / Институт экономики Карельского научного центра РАН, 2007.

4. Результаты работы малого сектора экономики Республики Карелия: аналитическая записка / Карелиястат. – Петрозаводск, 2005, 2006.

5. Ясин, Е.Г. Теневая реакция бизнеса / Е.Г. Ясин // Российская газета. – 2007. – № 4305.