



ВОЛОГОДСКИЙ
НАУЧНО-КООРДИНАЦИОННЫЙ ЦЕНТР
ЦЭМИ РАН

ГУЛИН К.А., ХАМИДУЛИНА Е.А.

**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

ВОЛОГДА

2005

ББК 65.012.1(2Рос-4Вол)

Г94

**Гулин К.А., Хамидулина Е.А. Проблемы и перспективы развития
малого предпринимательства. – Вологда: Вологодский научно-координа-
ционный центр ЦЭМИ РАН, 2005. – 76 с.**

Научный редактор
доктор экономических наук, профессор
В.А. Ильин

В книге рассмотрены актуальные проблемы малого бизнеса в Вологодской области, представлены анализ тенденций его развития, предложения по совершенствованию регулирующей деятельности в этой сфере экономики. Работа основана на официальных статистических данных и результатах опросов предпринимателей.

Предназначена для специалистов региональных и муниципальных органов исполнительной власти, а также для читателей, интересующихся проблемами малого бизнеса. Рекомендуется преподавателям и студентам вузов при изучении экономических дисциплин.

ISBN 5-93299-072-4

© Гулин К.А., Хамидулина Е.А., 2005
© Вологодский научно-координационный центр
ЦЭМИ РАН, 2005

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Введение</i>	6
1. Тенденции развития малого предпринимательства региона	
1.1. Современное состояние и структура малого предпринимательства.....	12
1.2. Экономические показатели развития малого бизнеса....	20
2. Место малого бизнеса в отраслях народнохозяйственного комплекса	
2.1. Промышленность.....	28
2.2. Строительство.....	33
2.3. Сфера услуг.....	35
3. Социальное значение малого предпринимательства.....	39
4. Условия функционирования малого бизнеса в регионе.....	45
5. Государственная политика в отношении предпринимательства.....	56
6. Трудовые отношения в сфере малого бизнеса.....	62
7. Перспективы развития предпринимательской деятельности в регионе.....	68
<i>Заключение</i>	74

К ЧИТАТЕЛЯМ

На фоне происходящих в последние годы в России социально-экономических преобразований растет роль малого предпринимательства. В настоящее время можно утверждать, что малый бизнес – это тот инструмент, который способен придать экономическим процессам в стране стабильность и поступательность.



Вологодская область накопила довольно большой опыт в части создания условий для развития предпринимательской деятельности. Начиная с 1996 г. разрабатываются региональные программы государственной поддержки малого бизнеса. Во многих муниципальных образованиях приняты целевые программы его поддержки, созданы советы предпринимателей. Ежегодно проводится конкурс «Предприниматель года», и ныне в нем участвовало уже порядка 40 субъектов малого бизнеса. Активно развивается выставочно-ярмарочная деятельность. Так, выставки-ярмарки «Российский лес» и «Российский лен» стали своего рода брендом Вологодской области. Работает технопарк, созданный на базе малого инновационного предприятия «Александра плюс». В дальнейшем планируется создание сети подобных технопарков.

Тем не менее развитие малого предпринимательства в регионе пока идет не столь активно, как хотелось бы, по многим причинам и фи-

нансово-экономического, и организационного характера. Весьма неравномерно происходит развитие малого бизнеса в районах области.

Ограниченность информационного поля деятельности субъектов малого бизнеса, обусловленная неполнотой статистических данных, создает дополнительные сложности органам государственной власти и затрудняет принятие рациональных управленческих решений.

Представляемая читателю книга, подготовленная специалистами Вологодского научно-координационного центра ЦЭМИ РАН, является попыткой системного анализа развития сферы малого предпринимательства региона и осмысления проблем, существующих в ней на сегодняшний день. Надеемся, что эта работа поможет также сделать обоснованный выбор основных направлений системы государственной и муниципальной поддержки малого бизнеса.

*Начальник департамента
промышленности, предпринимательства
и лесного комплекса
Правительства Вологодской области
В. В. Грачев*

ВВЕДЕНИЕ

Одним из наиболее перспективных направлений социально-экономического развития территорий является расширение и развитие сферы малого предпринимательства. Это объясняется следующими его особенностями:

- способностью придать экономике региона гибкость за счет оперативного реагирования на изменение конъюнктуры рынка;
- возможностью мобилизации значительных недоиспользуемых в сфере крупного и среднего бизнеса финансовых, производственных и трудовых ресурсов;
- активным участием в формировании конкурентной среды;
- способностью уменьшить социальную напряженность, присущую рыночной экономике, ввиду того, что малое предпринимательство является фундаментальной основой формирования «среднего класса».

Перечисленные выше свойства показывают: в процессе развития рыночных отношений малый бизнес может играть существенную роль в формировании регулируемого, социально-ориентированного рыночного механизма и в достижении стабилизации экономики региона, что в конечном итоге ведет к повышению уровня и качества жизни населения. Кроме того, малое предпринимательство способно обеспечить предпосылки для быстрого и устойчивого экономического подъема в перспективе.

В настоящее время и в России в целом, и в подавляющем большинстве ее регионов малый бизнес пока не играет значимой роли в народнохозяйственном комплексе. Так, доля малых предприятий (МП) в России по данным за 2003 г. составляла около 23% от общего числа предприятий, численность занятых на них – 15% от общей численности занятых, доля продукции малых предприятий в ВВП – порядка 12%, вклад в консолидированный бюджет РФ – 1% от суммы

всех налоговых поступлений¹. По основным показателям развития МП большинство российских регионов находится на крайне низком уровне. Так, почти во всех регионах на тысячу жителей приходится не более 9 малых предприятий. Только Москва и Санкт-Петербург по плотности распространения МП приближаются к уровню стран-членов ЕС и лидеров рыночной трансформации – Польши, Чехии, Венгрии, где на тысячу жителей приходится от 30 до 50 МП².

В то же время в развитых странах малые и средние предприятия (МСП)³ составляют важнейший сектор национальных экономик (таблица). Если крупные предприятия определяют уровень научно-технического и производственного потенциала страны, то МСП, являясь наиболее массовой формой деловой жизни, обеспечивают стабильность социально-экономического развития⁴.

В России, в связи с поставленной задачей ускорения экономического роста и повышения его «качества», устойчивое развитие малого предпринимательства, в котором традиционно заложен высокий инновационный потенциал, приобретает особое значение.

¹ Исходные данные:

- всего налоговых доходов в консолидированном бюджете РФ за 2003 г. – 3357721,48 млн. руб. (Источник: Бюджетная система Российской Федерации: Отчет об исполнении консолидированного бюджета РФ на 1 января 2004 г. / <http://www.budgetrf.ru/Publications/2003/Pursuance/Federal/Report/fedminfin2003cons/fedminfin2003cons050.htm>);

- всего налоговых поступлений от субъектов малого предпринимательства РФ (включая поступления единого налога по упрощенной системе налогообложения и единого налога на вмененный доход) – 33790,602 млн. руб. (Источник: Динамика развития малого предпринимательства в регионах России в 2003 году / Национальный институт системных исследований проблем предпринимательства. <http://www.nisse.ru/analytics.html?id=document12>).

² Челупенко А. Ю. Малое предпринимательство в России. http://www.nisse.ru/analytics.html?id=mp_russia

³ Следует иметь в виду, что согласно нормам, принятым в ЕС, малым считается предприятие, в котором трудится менее 100 человек, средним – от 100 до 250 человек, крупным – более 250 человек. В Европе чаще всего применяется термин «малые и средние предприятия», при этом численность работающих на них принимается до 250 человек. В США к этой категории относят компании с персоналом менее 500 человек и используют при этом термин «малые предприятия». В то же время основная их часть по масштабам сопоставима с российскими МП. Так, по данным ежегодного доклада о развитии малого бизнеса в США, в 2001 г. доля фирм с численностью занятых до 19 человек составляла 89%, от 20 до 99 человек – 9%, от 100 до 499 человек – 1,5%, 500 и более человек – лишь 0,5%. (Посчитано по: The Small Business: A Report to the President. United States Government Printing Office. – Washington, 2004. – P. 278.)

⁴ Малое предпринимательство в России: прошлое, настоящее и будущее. – М., 2004. – С. 217.

**Сравнительные данные о развитии
малого и среднего предпринимательства в странах ЕС
(на середину 1990-х гг.)¹**

	Количество МСП (тыс.)	Количество МСП на 1000 жителей	Занятость на МСП (млн. чел.)	Доля МСП в общей занятости (%)	Доля МСП в валовом внутреннем продукте (%)
Великобритания	2 630	46	13,6	49	50 – 53
Германия	2 290	37	18,5	46	50 – 52
Италия	3 920	68	16,8	73	57 – 60
Франция	1 980	35	15,2	54	55 – 62
ЕС в целом	15 770	45	68	72	63 – 67
США	19 300	74	70,2	54	50 – 52
Япония	6 450	50	39,5	78	52 – 55

Однако из-за отсутствия целенаправленной государственной политики в отношении развития малого бизнеса предпринятые в последние годы шаги в области реформирования налоговой системы, некоторого упорядочения контрольно-разрешительной деятельности государственных ведомств не сделали внешнюю среду предпринимательства более благоприятной.

Значительные возможности для ее улучшения (в части регистрации, лицензирования и сертификации, контроля и разрешительной практики, регулирования арендных отношений и т.д.) имеются на региональном и муниципальном уровнях. Приоритетной задачей органов региональной и местной власти в сфере управления развитием предпринимательства является реализация этих возможностей. Для этой цели в ряде регионов РФ в соответствии с федеральным законом разрабатываются региональные программы поддержки малого предпринимательства.

Для Вологодской области проблема развития малого предпринимательства особенно актуальна ввиду высокой зависимости областного бюджета от налоговых поступлений крупных предприятий, прежде всего ОАО «Северсталь». При том что доля малых предприятий в общей численности предприятий и организаций области равняется 23%,

¹ Чепуренко А.Ю. Малое предпринимательство в России. http://www.nisse.ru/analytics.html?id=mp_russia.

а численность занятых на них – порядка 10% от общего числа занятых в экономике региона¹, их вклад в общий выпуск продукции в регионе составляет лишь около 5%. С одной стороны, это говорит о том, что темпы роста объема произведенной малыми предприятиями продукции значительно ниже аналогичного показателя для крупных и средних предприятий, и это предполагает более слабые позиции малых предприятий по сравнению с крупными и средними. С другой стороны, не следует оставлять без внимания тот факт, что на малых предприятиях, как правило, ведется двойная бухгалтерия и реальный объем производства, по-видимому, больше декларируемого.

Отдельной проблемой является слабое развитие предпринимательской деятельности в районах области (по данным Территориального органа госстатистики по Вологодской области, на конец 2003 г. 63% всех малых предприятий было сосредоточено в городах Вологде и Череповце). В то же время, учитывая приближающуюся реформу межбюджетных отношений (в связи с вступлением в силу с 2006 г. Федерального закона №131-ФЗ от 06.10.2003 г. «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»), расширение и укрепление сферы малого бизнеса на местах могло бы служить важнейшим фактором развития территорий.

Для расширения информационно-аналитической базы, необходимой для определения стратегии и тактики органов государственной власти в сфере поддержки малого предпринимательства, Вологодский научно-координационный центр ЦЭМИ РАН, начиная с 1995 г., осуществляет исследование проблем его функционирования и развития в регионе².

¹ Доля занятых в малом бизнесе с учетом численности индивидуальных предпринимателей составляет около 22%.

² Предыдущие публикации по теме: Ильин В.А., Жирнов Е.М. Малый и средний бизнес в Вологодской области. – Вологда, 1996; Ильин В.А., Жирнов Е.М. Малый бизнес в регионе: тенденции и проблемы развития. – Вологда, 1998; Ильин В.А. Малое предпринимательство в Вологодской области. – Санкт-Петербург, 1998; Малое предпринимательство в Вологодской области. Мониторинг социально-экономического положения. – Вологда, 1999; Хамидулина Е.А., Гулин К.А. Проблемы развития малого предпринимательства // Экономические и социальные перемены в регионе. – Вып. 18. – Вологда: ВНКЦ ЦЭМИ РАН, 2002; Хамидулина Е.А., Гулин К.А. Проблемы малого предпринимательства // Экономические и социальные перемены в регионе. – Вып. 23. – Вологда: ВНКЦ ЦЭМИ РАН, 2003; Хамидулина Е.А., Гулин К.А. Проблемы развития малого предпринимательства в Вологодской области // Экономика Северо-Запада: проблемы и перспективы развития. – 2004. – № 9.

Анализ проводится на основании статистических данных и результатов ежегодных опросов общественного мнения, проводимых Вологодским научно-координационным центром ЦЭМИ РАН.

Критерии, по которым ведется статистический учет субъектов малого предпринимательства определены Федеральным законом №88-ФЗ от 14.06.1995 г. «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации. В соответствии с ним к субъектам малого предпринимательства отнесены коммерческие организации (юридические лица), в уставном капитале которых доля участия РФ, субъектов РФ, общественных и религиозных организаций, благотворительных и иных фондов не превышает 25%; доля, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого предпринимательства, не превышает 25%, и средняя численность работников за отчетный период не превышает следующих предельных уровней (малые предприятия): в промышленности, строительстве и на транспорте – 100 человек, в сельском хозяйстве и научно-технической сфере – 60 человек, в оптовой торговле – 50 человек, в розничной торговле и бытовом обслуживании населения – 30 человек, в остальных отраслях и при осуществлении других видов деятельности – 50 человек. В 2004 г. для малых предприятий продолжали действовать указанные критерии отнесения к субъектам малого предпринимательства.

Малые предприятия, осуществляющие несколько видов деятельности (многопрофильные), относятся к таковым по критериям того вида деятельности, доля которого является наибольшей в годовом объеме оборота или годовом объеме прибыли.

К субъектам малого предпринимательства относятся также физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица (индивидуальные предприниматели), и крестьянские (фермерские) хозяйства.

Используемые в данной работе понятия «малый бизнес» и «малое предпринимательство» принимаются идентичными по своему значению и подразумевают все субъекты малого предпринимательства,

функционирующие на территории, т.е. малые предприятия (юридические лица) и индивидуальных предпринимателей.

Участниками опросов общественного мнения, проводимых ВНКЦ ЦЭМИ РАН, являются руководители или владельцы малых предприятий в городах Вологде и Череповце, в Бабаевском, Великоустюгском, Грязовецком, Кирилловском, Тарногском, Шекснинском районах. Метод опроса – анкетирование по месту фактического функционирования субъекта малого бизнеса. Репрезентативность выборки обеспечена соблюдением следующих условий: пропорций между населением городов Вологды и Череповца и районов области; пропорций между отраслевой принадлежностью субъектов малого предпринимательства; пропорций между организационными формами ведения бизнеса (юридические лица и предпринимательская деятельность без образования юридического лица).

Цель исследовательских работ ВНКЦ ЦЭМИ РАН – не только анализ государственной поддержки малых предприятий области на федеральном и региональном уровнях, но и разработка на его основе, а также на основе результатов мониторинга их развития научных и практических рекомендаций по совершенствованию регулирующей деятельности в данной сфере.

Выработанные в ходе исследования рекомендации и предложения могут послужить информационной и аналитической основой для разработки нормативных документов и программ развития, регулирующих функционирование малого бизнеса в регионе. Результаты исследования могут быть использованы для оценки эффективности существующей и определения дальнейшей стратегии и тактики региональных органов власти и управления (Правительства области и его отраслевых департаментов) по развитию малого предпринимательства.

1. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА РЕГИОНА

1.1. Современное состояние и структура малого предпринимательства

В Вологодской области на конец 2004 г. было официально зарегистрировано около 6,1 тыс. малых предприятий. После периода быстрого роста (1996 – 2000 гг.) их число в последующие годы оставалось довольно стабильным: отмечались лишь незначительные колебания этого показателя в большую или меньшую сторону (рис. 1.1). Наиболее высокий удельный вес малых предприятий в общем количестве зарегистрированных предприятий и организаций области фиксировался в 2000–2001 гг. (26-27%). В целом, несмотря на значительное увеличение количества малых предприятий в 1996 – 2004 гг. (в 1,7 раза), их место в экономической системе региона практически не изменилось.



Рис. 1.1. Динамика количества малых предприятий в Вологодской области

Источники: Статистический ежегодник Вологодской области. 2002. – Вологда: Вологодский облкомстат, 2003. – С.125-127.; Малый бизнес Вологодской области в 2003 году. Статистический бюллетень. – Вологда: Вологодский облкомстат, март 2004. – С. 7; Социально-экономическое положение Вологодской области в январе-феврале 2005 г.: Доклад. – Вологда: Вологодский облкомстат, 2005. – С. 57.; О положении в экономике и социальной сфере Вологодской области в 2004 г.: Доклад. – Вологда: Вологодский облкомстат, 2004. – С. 78.

Среднегодовые темпы роста малых предприятий региона в 1998 – 2000 гг. значительно опережали соответствующий показатель России (рис. 1.2), благодаря чему довольно значительно уменьшился разрыв между количеством малых предприятий на 100 тыс. населения в Во-

логодской области и в среднем по РФ. Если в 1996 г. показатель Вологодской области был меньше среднероссийского более чем в два раза, то в 2003 г. – только в 1,2 раза (рис. 1.3).

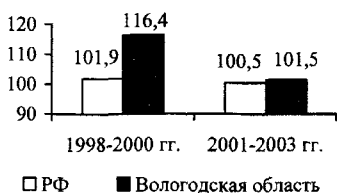


Рис. 1.2. Среднегодовые темпы роста количества малых предприятий в РФ и в Вологодской области (%)

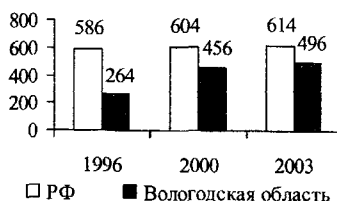


Рис. 1.3. Количество малых предприятий на 100 тыс. населения в РФ и Вологодской области (ед.)

По относительному количеству малых предприятий Вологодская область в 2003 г. занимала только шестое место среди субъектов Федерации, входящих в Северо-Западный федеральный округ РФ (рис. 1.4), превосходя, однако, большинство регионов Севера (за исключением Республики Карелия). По показателю количества малых предприятий в пересчете на 1000 жителей (5 единиц) область в несколько раз уступала критериям стран ЕС (см. таблицу, данную во введении).

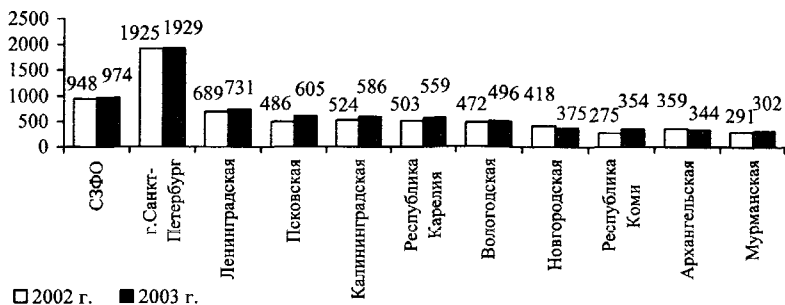


Рис. 1.4. Количество малых предприятий на 100 тыс. жителей в регионах Северо-Западного федерального округа (ед.)

Источник: Динамика развития малого предпринимательства в регионах России в 2003 году / Национальный институт системных исследований проблем предпринимательства.
<http://www.nisse.ru/analytics.html?id=document12>.

Основное место в сфере малого бизнеса (табл. 1.1) традиционно занимают торговля товарами народного потребления и общественное питание. Их доля в общем количестве зарегистрированных малых предприятий региона в период с 1999 по 2004 г. составляла от 34 до 41%. Удельный вес малых предприятий, занятых в сфере промышленности, сократился за этот период с 21 до 16%, в строительстве – с 22 до 17%.

Таблица 1.1

Распределение малых предприятий по отраслям экономики
(в % от общего числа МП Вологодской области)

Отрасль	Год				
	1999	2001	2002	2003	2004
Торговля товарами народного потребления и общественное питание	35,3	41,4	34,5	37,1	33,8
Промышленность	20,7	17,4	18,6	17,2	15,8
Строительство	22,0	16,8	17,6	16,5	17,2
Оптовая торговля продукцией производственно-технического назначения	*	3,6	7,4	8,2	10,1
Сельское хозяйство	3,5	6,3	4,7	4,3	4,0
Транспорт	1,7	2,0	2,0	1,9	2,6
Жилищно-коммунальное хозяйство и непроеизводственные виды бытового обслуживания населения	1,5	1,4	1,5	1,5	*
Здравоохранение, физкультура и социальное обеспечение	1,1	1,1	1,5	1,1	1,5
Связь	0,5	0,9	1,0	0,7	*
Культура и искусство	0,7	0,7	0,9	0,7	*
Наука и научное обслуживание	0,9	0,8	0,8	0,7	0,8
Образование	0,3	0,2	0,2	0,3	*
Другие виды деятельности	11,8	7,2	9,3	9,9	*

* Нет исходных официальных статистических данных (количество малых предприятий по данным отраслям экономики).

Все большее значение в малом бизнесе приобретают предприятия оптовой торговли продукцией производственно-технического назначения: их доля в 2004 г. выросла по сравнению с 2001 г. в 2,8 раза. Во всех других отраслях значение показателя осталось практически на том же уровне. По одному и менее проценту в общей численности малых предприятий занимают предприятия сферы здравоохранения, связи, культуры, науки, образования (по данным за 2003 г.).

Среднесписочная численность занятых на малых предприятиях Вологодской области (табл. 1.2), после активного роста, продолжав-

шегося до 2001 г. (в среднем на 2052 человека, или 3% ежегодно), и значительного снижения (на 12%) в 2002 г., в последующие два года вновь возросла (на 8%). Это в основном явилось следствием увеличения количества самих малых предприятий.

Таблица 1.2

Среднесписочная численность работающих на малых предприятиях и индивидуальных предпринимателей Вологодской области

Показатель	Год							2004	
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Чел.	в % к 1998 г.	
Среднесписочная численность работающих на МП									
- всего, чел.	60 237	61 350	64 644	66 393	58 572	62 584	63 305	103,9	
- в расчете на одно предприятие, чел.	15	13	11	11	10	10	10	-	
Численность индивид. предпринимателей, тыс. чел.	59,9	61,4	67,7	71,5	73,7	75,1	81,5	136,1	

Источники: Статистический ежегодник Вологодской области. 2002. – Вологда: Вологодский облкомстат, 2003. – С.125-127.; Малый бизнес Вологодской области в 2003 году: Статистический бюллетень. – Вологда: Вологодский облкомстат, март 2004. – С. 7; Социально-экономическое положение Вологодской области в январе-феврале 2005 г.: Доклад. – Вологда: Вологодский облкомстат, 2005. – С. 58; О положении в экономике и социальной сфере Вологодской области в 2004 г.: Доклад. – Вологда: Вологодский облкомстат, 2004. – С. 78.

Средний размер малых предприятий области в период с 1998 по 2004 гг. сократился с 15 до 10 человек. Это было связано с сокращением удельного веса в сфере малого бизнеса предприятий, функционировавших в сферах промышленности, строительства и сельского хозяйства (их средний размер на конец 2003 г. составлял порядка 15-16 чел., в 1998 г. – 20-24 чел.). Для сферы услуг, в свою очередь, характерны меньшие и довольно постоянные размеры предприятий (до 10 чел. – в торговле и общественном питании, ЖКХ и непромышленных видах бытового обслуживания, здравоохранении, связи). Увеличивающийся спрос на транспортные услуги определяет развитие малых предприятий в этой отрасли: их средний размер увеличился с 8 чел. в 1999 г. до 26 чел. в 2003 г.

Доля жителей области, работающих на малых предприятиях, в общей среднесписочной численности занятых области достигла к 2003 г. примерно 13% (рис. 1.5). По этому показателю Вологодская область занимала лишь шестое место среди регионов Северо-Запада, превосходя все территории Европейского Севера, но значительно уступая лидерам округа – Калининградской и Ленинградской областям, не говоря уже о Санкт-Петербурге. Сохранялось отставание и от среднероссийского уровня.

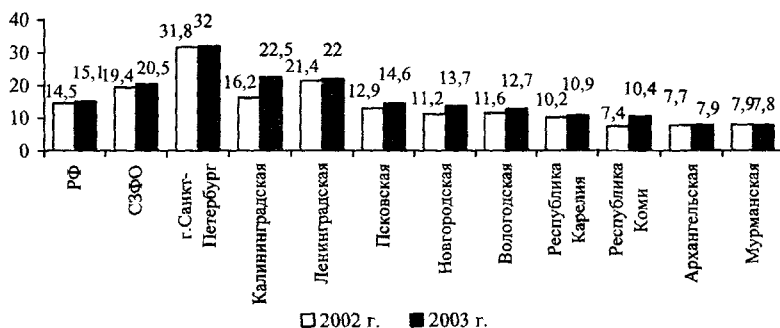


Рис. 1.5. Доля занятых на малых предприятиях в общей среднесписочной численности занятых в регионах Северо-Западного федерального округа (%)

Источник: Динамика развития малого предпринимательства в регионах России в 2003 году /Национальный институт системных исследований проблем предпринимательства.
<http://www.nisse.ru/analitics.html?id=document12>.

В сфере малого бизнеса области по состоянию на 01.01.2004 г. было занято более 81,5 тыс. индивидуальных предпринимателей. Их численность по сравнению с 1998 г. возросла на 36%. При этом подавляющее большинство индивидуальных предпринимателей (по данным за 2003 г.) было сконцентрировано в крупных городах региона – Вологде и Череповце (32 и 31% соответственно), 8% – в Великоустюгском, 4% – в Сокольском, по 3% – в Череповецком и Вологодском районах (в других муниципальных образованиях – по одному и менее проценту).

Численность индивидуальных предпринимателей на 1 тыс. населения в среднем по области в 2003 г. составляла 61 чел. (табл. 1.3).

Таблица 1.3

**Распределение муниципальных образований Вологодской области
по численности индивидуальных предпринимателей на 1 тыс. населения в 2003 г.**

Более 60 чел.	От 40 до 60 чел.	От 20 до 40 чел.	Менее 20 чел.
Великоустюгский (92) г. Вологда (80) г. Череповец (77) Харовский (66)	Череповецкий (58) Бабушкинский (54) Сокольский (52) Междуреченский (42) Тотемский (43) Кадуйский (43) Устюженский (44) Вологодский (44) Верховажский (50)	Тарногский (40) Белозерский (37) Сямженский (37) Грязовецкий (36) Кирилловский (32) Нюксенский (32) Усть-Кубинский (32) Бабаевский (29) Никольский (27) Вытегорский (25) Вашкинский (24) Вожегодский (22) Шекснинский (21)	Кичменгско- Городецкий (15) Чагодощенский (13)

Источник: Районы Вологодской области. Социально-экономические показатели районов области. 1998–2003: Официальный статистический сборник. – Т. 2. – Вологда, 2004. – С. 136.

Наибольшее значение этого показателя зафиксировано в Великоустюгском районе (92 чел.), в гг. Вологде и Череповце (соответственно 80 и 77 чел.), в Харовском районе (66 чел.). В тринадцати муниципальных образованиях области значение показателя составляло от 20 до 40 чел., в девяти – от 40 до 60 чел. Менее 20 предпринимателей на 1 тыс. населения фиксировалось в Чагодощенском и Кичменгско-Городецком районах.

Общая численность населения, занятого в сфере малого бизнеса (с учетом индивидуальных предпринимателей), после снижения в 2002 г., ежегодно увеличивалась (в основном за счет численности предпринимателей), превысив в 2004 г. значения всех последних лет (рис. 1.6). В целом на конец 2004 г. она составила 121% к 1998 г. Однако доля занятых в малом бизнесе в общей численности занятых в экономике области в 1998–2004 гг. оставалась без особых изменений (порядка 21–22%).

Приведенные статистические данные показывают, что сектор малого предпринимательства региона после периода активного роста (до 2001 г.) вступил в фазу стагнации. Замедление темпов развития малого бизнеса как экономического института – общероссийское явление.

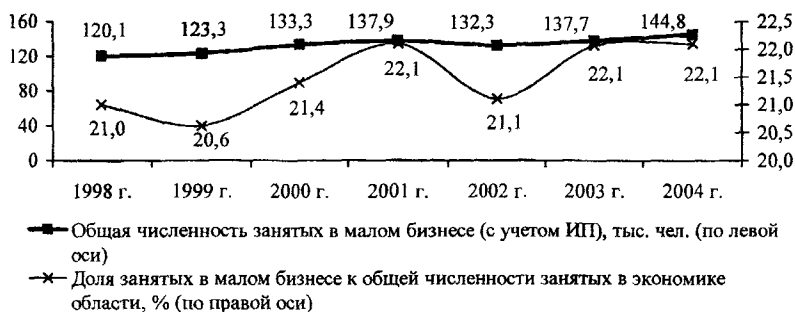


Рис. 1.6. Доля занятых в сфере малого бизнеса к общему числу занятых (с учетом индивидуальных предпринимателей, в %)

Причинами этого могут служить либо исчерпание предпринимательского потенциала общества, либо отсутствие достаточных благоприятных условий для дальнейшей поступательной динамики малого бизнеса.

Результаты изучения мнений населения по отношению к малому предпринимательству, регулярно проводимого ВНКЦ ЦЭМИ РАН, говорят о росте социального потенциала для развития этого сектора экономики. В 2003 г. более четверти населения области (28%) считали для себя возможным и реальным, при благоприятных обстоятельствах, открыть свое собственное дело, заняться бизнесом (в 2001 г. таких ответов было значительно меньше – 22%). Большая часть «потенциальных предпринимателей» – мужчины, главным образом в возрасте от 25 до 39 лет, имеющие высшее или незаконченное высшее образование. Наибольшую готовность заняться бизнесом демонстрировали руководители государственных предприятий, военнослужащие, учащиеся, а также крестьяне.

Безусловно, это только потенциал, внутреннее желание определенной социальной группы изменить свою жизнь, стать более самостоятельными в своей экономической деятельности, более независимыми в реализации материальных потребностей. Реализация этого потенциала крайне затруднительна при отсутствии сопутствующих ей условий. Более половины жителей области, предрасположенных к открытию своего дела (61%), под благоприятными обстоятельствами для открытия бизнеса понимают прежде всего наличие финансовой помощи (табл. 1.4).

Таблица 1.4

Распределение ответов на вопрос: «При каких условиях Вы могли бы открыть свое дело, заняться бизнесом?» (в % от числа опрошенных)

Вариант ответа	2001 г.	2003 г.
Наличие финансовой помощи	68,3	60,9
Наличие помещений, оборудования	19,2	21,1
Снижение налогового бремени	24,4	20,9
Наличие организации, помогающей открыть свое дело	14,3	18,2
Упрощение налоговой системы	24,4	16,7
Уменьшение и устранение криминального нажима в сфере малого бизнеса	20,4	13,1
Наличие необходимой справочной информации	12,5	8,5
Другое	1,8	1,2
Затрудняюсь ответить	5,5	8,3

Далее они называют снижение налоговых выплат, наличие помещений и оборудования (по 21%), организации, помогающей открыть свое дело (18%), и т.д.

Наиболее предпочтительными сферами для занятия бизнесом жители области считают оказание услуг (29%), розничную торговлю (17%), строительство (15%) и оптовую торговлю (14%), то есть сферы с быстрым оборотом денежных средств. Промышленное производство менее привлекательно для «потенциальных предпринимателей» (10%), по-видимому, потому, что требует не только значительных начальных вложений, но и определенных технических знаний и навыков.

Даже частичная реализация «предпринимательского потенциала» населения позволит придать новый импульс расширению сектора малого бизнеса и повышению его роли в экономике региона, приближению его значимости к уровню развитых стран мира. Это, в свою очередь, позволит повысить степень устойчивости региональной экономики в условиях нарастающей глобализации за счет повышения ее «внутренней мобильности», что смягчит вероятные структурные потрясения, связанные со вступлением страны во Всемирную торговую организацию. Способен ли сегодня сектор малого предпринимательства региона отвечать на эти вызовы времени? Попытаемся определить это, рассмотрев экономические показатели его функционирования.

1.2. Экономические показатели развития малого предпринимательства

Одним из важнейших показателей для оценки развития малых предприятий является *объем произведенной ими продукции (работ, услуг)*. В действующих ценах он увеличился за период 1997 – 2004 гг. в 10 раз; с учетом инфляции – в 2,1 раза. При этом наибольший рост был характерен для 2003 г. (в 1,7 раза к 2002 г., в сопоставимых ценах; табл. 1.5).

Таблица 1.5

Объем продукции (работ, услуг), произведенной малыми предприятиями Вологодской области

Показатель	Год							
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Всего, млн. руб. (в 1997 г. – млрд. руб.), в дейст- вующих ценах	1 853	2 651	5 013	6 583	8 032	8 599	16 865	18 313
Индекс цен продукции МП, в % к 1997 г.		117,8	193,2	245,7	284,8	339,7	390	467,5
Всего, в сопоста- вимых ценах к 1997 г., млн. руб.		2 251	2 594	2 680	2 820	2 531	4 324	3 917
Индекс физиче- ского объема про- изводства, в сопоставимой оценке к преды- дущему году, %		121,5	159,6	74,6	105,3	89,8	170,8	90,6
Выпуск продук- ции в целом по области, млн. руб. (в 1997 г. – млрд руб.), в действ. ценах	44 913	49 358	86 966	138 386	149 939	179 474	нет данных	
Доля МП в произ- водстве товаров и услуг в области, %	4,1	5,4	5,8	4,8	5,4	4,8	нет исходных данных	
Доля МП в общем объеме товаров и услуг крупных, средних и МП, %	нет данных		6,5		9,5		нет данных	

Источники: Статистический ежегодник Вологодской области 1995-2003. – Вологда: Вологодский облкомстат, 2004. – С. 12, 18, 116-120, 282, 285, 287; Социально-экономическое положение Вологодской области в январе-феврале 2005 г. – Вологда: Вологодский облкомстат, 2005. – С. 59.

Расчет индекса цен продукции малых предприятий представлен в таблице 1.6; расчет объема продукции малых предприятий в сопоставимых к 1997 г. ценах – в таблице 1.7.

Таблица 1.6

Расчет индекса цен на продукцию малых предприятий Вологодской области

Год	Показатели	Сфера деятельности							Средневзвешенный индекс цен продукции МП (в % к предыдущему году)
		Промышленность	Строительство	Торговля и ОП	Сельское хозяйство	Транспорт	Другие виды	Всего	
1998	W_z	1057	769	319	111	33,5	361,5	2651	
	I_z	112,4	109,5	163,5	114,0	117,6	111,8		117,8
	$W_z \cdot I_z$	1188,1	842,1	521,6	126,5	39,4	404,2	3121,8	
1999	W_z	1800	1209,1	718,4	145	56,9	1082,9	5013	
	I_z	181,9	180,2	136,9	219,7	145,4	128,1		164,1
	$W_z \cdot I_z$	3274,2	2180,1	983,5	318,6	82,7	1387,2	8228,2	
2000	W_z	1474	1836	1502,6	180,5	114,4	1475,5	6583	
	I_z	132,6	129,5	119,7	111,9	147,1	126,6		127,1
	$W_z \cdot I_z$	1954,5	2377,6	1798,6	202	168,3	1868	8369	
2001	W_z	2001	2574	1912	215	149	1181	8032	
	I_z	104,3	112,9	115,4	131,2	106,1	141,6		115,9
	$W_z \cdot I_z$	2087,5	2905,5	2206,5	282,5	158	1672,2	9312	
2002	W_z	2273	2582,4	2272	213,8	403,7	854,1	8599	
	I_z	133,6	111,6	113,1	103,9	112,6	127,7		119,3
	$W_z \cdot I_z$	3036,7	2882	2569,6	222,1	454,6	1090,7	10256	
2003	W_z	2628,8	3320,2	8693,3	200,3	654,9	1367,5	16865	
	I_z	121,3	111,7	113,1	103,7	118	121		114,8
	$W_z \cdot I_z$	3188,7	3708,7	9832,1	207,7	772,8	1654,7	19365	
2004	W_z	4072	4943	5858	434	879	2127	18313	
	I_z	139,5	114,6	111,8	116,4	133,5	111,8		119,9
	$W_z \cdot I_z$	5680,2	5665	6549,2	505,4	1174	2377,5	21951	

$$I_{ц.мп.} = \frac{\sum_{i=1}^n (W_z \times I_z)}{\sum W_z}$$

где: $I_{ц.мп.}$ – индекс цен на продукцию малых предприятий, в % к предыдущему году;

$n = 1 - 7$;

W_z – объем произведенной продукции (работ, услуг)

в n -ной сфере деятельности, в действующих ценах, млн. руб.;

I_z – отраслевой индекс цен, в % к предыдущему году.

Таблица 1.7

Расчет объема продукции малых предприятий Вологодской области (к 1997 г.)

Показатель	Год						
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Средневзвешенный индекс цен продукции МП (в % к пред. году)	117,8	164,1	127,1	115,9	119,3	114,8	119,9
Индекс цен продукции МП (в % к 1997 г. – цепной)	117,8	193,2	245,7	284,8	339,7	390,0	467,5
Всего объем продукции МП (в сопоставимых к 1997 г. ценах, млн. руб.)	2 251,2	2 594,2	2 679,6	2 820,1	2 531,4	4 323,9	3 917

В 2004 г. объем производства малых предприятий в действующих ценах вновь увеличился (на 8,5% по сравнению с 2003 г.). Однако темпы инфляции значительно опережают темпы этого роста, в результате чего физический объем производства товаров и услуг малых предприятий составил лишь 91% от уровня 2003 г.

Попытаемся определить, чем вызван столь резкий рост объема производства малых предприятий в 2003 году и почему уже в следующем фактически произошло его снижение.

В 2003 г. увеличение реальных денежных доходов населения области (109,4% к уровню 2002 г.¹) в значительной степени определило рост объема продаж потребительских товаров (причем не только в сфере малого бизнеса). В целом по области по сравнению с 2002 г. увеличился (в действующих ценах) объем продаж продовольственных и непродовольственных товаров (на 22 и 18% соответственно). Но при этом произошло некоторое *перераспределение в структуре оборота розничной торговли*: увеличилась доля товаров, реализуемых через малые предприятия (с 17% в 2002 г. до 22% в 2003 г.), и снизилась доля товаров, реализуемых через крупные и средние организации (с 22 до 18%), рынки (с 25 до 24%). Основная причина, на наш взгляд, заключается в том, что при сегодняшней насыщенности рынка товарами народного потребления основной фактор, привлекающий население, – это уровень сервиса, и именно малые предприятия оказались

¹ Источник: Статистический ежегодник Вологодской области 1995-2003. – Вологда: Вологодский облкомстат, 2004. – С. 69.

наиболее чуткими к такому требованию потребительского рынка. Косвенным доказательством этого может служить тот факт, что, по данным опроса, 44% предпринимателей оценили качество выпущенных в 2003 г. на их предприятия товаров (оказываемых услуг) как более высокое, чем в 2002 г., 38% – как оставшееся на том же уровне. Снижение качества отметили лишь 1% респондентов.

Объем услуг предприятий *торговли и общественного питания* в 2003 г. увеличился на 4 млн. руб. (или в 3,4 раза) в сопоставимых к 2002 г. ценах, тогда как общий объем произведенной малыми предприятиями продукции – на 6 млн. руб. Столь значительное увеличение последнего показателя в большей степени произошло за счет сферы торговли.

Рост, но в меньшей степени, объема производства товаров и услуг малых предприятий был характерен в 2003 г. и для ряда других отраслей. Это строительство (физический объем отрасли увеличился в 1,2 раза по сравнению с 2002 г.); оптовая торговля товарами производственно-технического назначения – в 3,3 раза; связь – в 1,2 раза; транспорт – в 1,4 раза; ЖКХ и непромышленные виды бытового обслуживания – в 1,1 раза; наука – в 1,1 раза; здравоохранение, физкультура и социальное обеспечение – в 1,1 раза.

В промышленных и сельскохозяйственных МП в 2003 г. отмечалось снижение объема производства. Так, индекс физического объема продукции малого промышленного производства составил 95% к 2002 г., тогда как в целом по области (согласно данным областного комитета статистики) – 103%; в РФ – 107%. Индекс объема сельскохозяйственного производства в сфере малого бизнеса был равен 90% к уровню 2002 г. (в целом по области – 100%).

По показателю объема производства продукции (работ, услуг) на душу населения (в сопоставимой оценке) в 2003 г. Вологодская область переместилась на 4 место среди регионов Северо-Запада (с 7 места в 2002 г.), уступая только г. Санкт-Петербургу, Калининградской области и Республике Коми (рис. 1.7). По этому параметру область превосходила величину, фиксируемую в среднем по РФ.

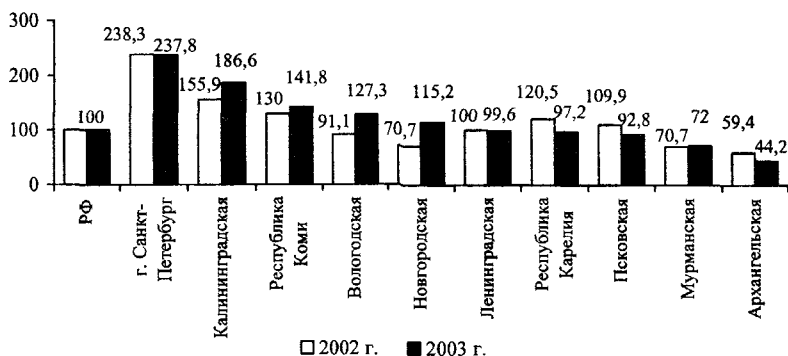


Рис. 1.7. Объем производства продукции (работ, услуг) на малых предприятиях Северо-Западного федерального округа на душу населения (с учетом стоимости фиксированного набора потребительских товаров и услуг для межрегиональных сопоставлений покупательной способности, в % от среднего по РФ)

Источник: Динамика развития малого предпринимательства в регионах России в 2003 году / Национальный институт системных исследований проблем предпринимательства. <http://www.nisse.ru/analytics.html?id=document12>.

В 2004 г. ситуация, можно сказать, существенно изменилась, и прежде всего за счет торговли, т.к. именно эта отрасль в основном определяла рост областного объема производства товаров и услуг малых предприятий в 2003 г.

Физический объем производства услуг торговли (включая розничную и оптовую торговлю и общественное питание) составил лишь 60% от уровня 2003 г. (справочно: в действующих ценах объем уменьшился на 3 млн. руб.; общий объем выпуска продукции малых предприятий, по всем отраслям, увеличился на 1,5 млн. руб.). При этом рост производства в промышленности (на 1,4 млн. руб. в действующих ценах, индекс физического объема – 108% к 2003 г.) и строительстве (на 1,6 млн. руб. в действующих ценах, индекс – 130% к 2003 г.) – двух других крупных по удельному объему отраслям – лишь компенсировал такое значительное снижение в сфере торговли.

В качестве справки отметим, что в целом по области в 2004 г. объем продаж потребительских товаров (в сфере розничной торговли) по сравнению с 2003 г. также уменьшился (на 38% в действующих ценах).

Рост физического объема производства характерен для малых предприятий, занятых в сфере сельского хозяйства (в 1,9 раза к 2003 г.), транспорта (101%), здравоохранения, физкультуры и социального обеспечения (в 2 раза). Снижение отмечается в сфере науки и научного обслуживания (индекс – 52% к 2003 г.).

Соответственно, в 2004 г. изменились по сравнению с 2003 г. и доли основных отраслей в общем выпуске товаров и услуг малых предприятий (табл. 1.8). Удельный вес сферы торговли снизился с 52 до 32%; строительства и промышленности, напротив, увеличился с 20 до 27% и с 16 до 22% соответственно, почти достигнув уровня 2002 г.

Таблица 1.8
Отраслевое распределение объема произведенной продукции (работ, услуг) на малых предприятиях Вологодской области (в %)

Отрасли	2000 г.	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.
Торговля (включая оптовую торговлю товарами производственно-технического назначения) и общественное питание	22,8	23,8	26,5	51,5	32,0
Строительство	27,9	32,0	30,0	19,7	27,0
Промышленность	22,4	24,9	26,4	15,6	22,2
Транспорт	1,7	1,9	4,7	3,9	4,8
Сельское хозяйство	2,7	2,7	2,5	1,2	2,4
Здравоохранение, физкультура и социальное обеспечение	1,2	1,0	1,3	0,8	1,7
Наука и научное обслуживание	2,1	2,2	0,9	0,6	0,3
ЖКХ и непроизводственные виды бытового обслуживания населения	0,4	0,4	0,7	0,5	*
Связь	1,1	1,7	0,5	0,4	*
Культура и искусство	0,3	0,4	0,5	0,3	*
Образование	0,02	0,01	0,1	0,01	*
Другие виды	17,2	9,0	5,9	5,5	*
Всего	100	100	100	100	100

* В настоящее время отсутствуют официальные статистические данные по объему производства в этих отраслях.

Физический объем инвестиций в основной капитал малых предприятий области в 2003 г. достигал порядка 111% к уровню предыдущего года (рис. 1.8), по-видимому, за счет сферы строительства, т.к. только для нее в 2003 г. было характерно увеличение физического объема инвестиций (122% к 2002 г.). В сельском хозяйстве данный показатель находится на уровне 2002 г. В промышленности физический объем инвестиций составил 98% от показателя 2002 г., торговле

и общественном питании – 95%, в сфере здравоохранения, физкультуры и социального обеспечения – 76%, культуры – 58%, в остальных отраслях – значительно ниже 2002 г.



Рис. 1.8. Инвестиции в основной капитал малых предприятий Вологодской области

Источники: Развитие малого предпринимательства в области: Статистический бюллетень. – Вологда: Вологодский облкомстат, 2001; Малый бизнес Вологодской области: Статистический бюллетень. – Вологда: Вологодский облкомстат, 2002, 2003, 2004; Социально-экономическое положение Вологодской области в январе-феврале 2005 г. – Вологда: Вологодский облкомстат, 2005. – С. 59.

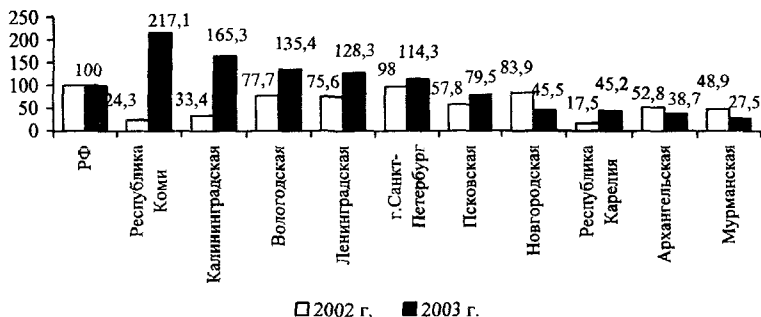


Рис. 1.9. Объем инвестиций в основной капитал на малых предприятиях Северо-Западного федерального округа в расчете на душу населения (с учетом стоимости фиксированного набора потребительских товаров и услуг для межрегиональных сопоставлений покупательной способности, в % от среднего по РФ)

Источник: Динамика развития малого предпринимательства в регионах России в 2003 году / Национальный институт системных исследований проблем предпринимательства. <http://www.nisse.ru/analytics.html?id=document12>.

Согласно данным за 2002 – 2003 гг., Вологодская область находилась на третьем месте среди регионов Северо-Запада РФ по показателю объема инвестиций в основной капитал на малых предприятиях в расчете на душу населения (в сопоставимой оценке; рис. 1.9), значение которого превосходило и среднероссийское.

Анализ экономических показателей функционирования малого предпринимательства региона показывает высокую степень готовности данного сектора к устойчивому развитию и повышению доходности. Следовательно, он может рассматриваться как одна из основных движущих сил экономики территории. Роль малого бизнеса в социально-экономическом развитии региона мы попытаемся показать в следующем разделе работы.

2. МЕСТО МАЛОГО БИЗНЕСА В ОТРАСЛЯХ НАРОДНОХОЗЯЙСТВЕННОГО КОМПЛЕКСА

Значительный интерес с точки зрения понимания роли малого бизнеса в экономике региона, а также совершенствования регулирующей деятельности государства, местных органов власти, общественных организаций в этой сфере представляет собой динамика его развития в отраслевом разрезе. Состояние официальной статистической информации позволяет провести подобный анализ не по всем отраслям экономики, поэтому в данной работе мы анализируем те отрасли, которые имеют значительный удельный вес в малом бизнесе области (промышленность, строительство), и частично – сферу услуг (в т.ч. торговля и общественное питание)¹.

2.1. Промышленность

Малые предприятия промышленности составляют шестую часть от числа всех малых предприятий Вологодской области. В динамике их развития можно условно выделить несколько периодов. До 1999 г. – период значительного роста числа предприятий, уменьшение их среднего размера (с 23 чел. в 1998 г. до 20 чел. в 1999 г.); с 2000 по 2002 гг. – период относительной стабильности (число предприятий увеличивалось – около 4% в год, их средний размер составлял порядка 15 чел.; рис. 2.1).



Рис. 2.1. Динамика числа промышленных предприятий Вологодской области и численность занятых на них за 1999 – 2004 гг.

¹ Ввиду того, что на текущий момент отсутствуют полные статистические данные за 2004 г., имеющиеся за этот год данные в ряде случаев приведены в качестве справочной информации.

В 2003 – 2004 гг. число малых промышленных предприятий сокращалось, но факт роста численности занятых (по сравнению с 2002 г.) позволяет предположить, что это, скорее всего, является следствием «естественных потерь», характерных для сферы малого бизнеса. При этом средний размер предприятий увеличивался (16 чел. в 2003 г., 17 чел. – в 2004 г.).

По данным за 2004 г., число малых предприятий промышленности почти в четыре раза превышает число крупных и средних (рис. 2.1). Но при этом, если индексы физических объемов крупных и средних предприятий за период 1999 – 2004 гг. (даже учитывая значительное снижение в 2002 г.) превышают уровень 1999 г., соответствующие показатели малых – значительно ниже этого уровня (рис. 2.2). Тем не менее в 2004 г., после снижения в 2002 – 2003 гг. физических объемов производства малых предприятий, наметилась тенденция некоторого роста данного показателя – с 65 до 72%.

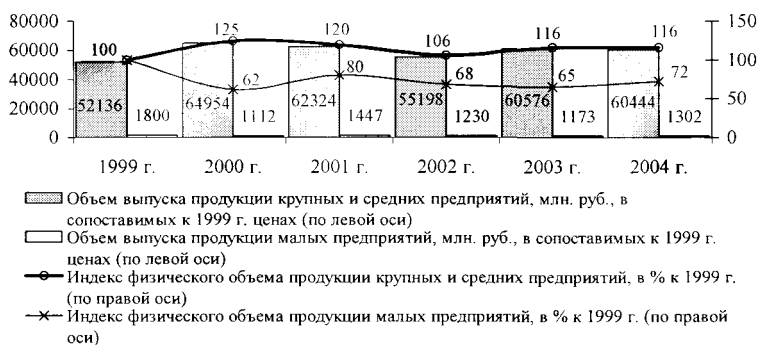


Рис. 2.2. Динамика выпуска продукции промышленными предприятиями Вологодской области за 1999 – 2004 гг.

Несмотря на преобладание сектора малого бизнеса в общем количестве предприятий промышленности, их доля в выпуске продукции промышленных предприятий региона оставалась крайне незначительной и составляла на протяжении 2000 – 2004 гг. лишь 2% (справочно: в 1998 г. – 4%, в 1999 г. – 3%). Доля малых предприятий в выпуске промышленной продукции малых, средних и крупных предприятий (без учета ОАО «Северсталь») несколько выше (4%; рис. 2.3).

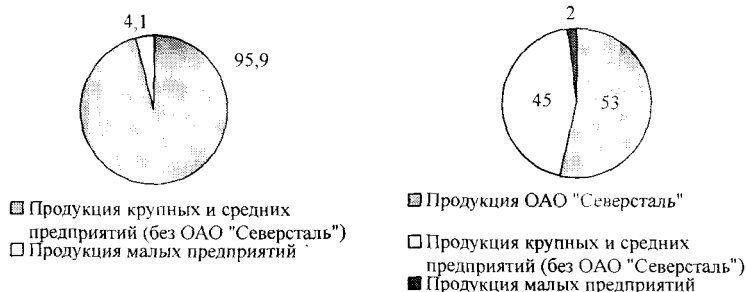


Рис. 2.3. Структура выпуска промышленной продукции предприятиями Вологодской области (% по данным за 2003 г.)

Источник: Промышленность Вологодской области: Статистический сборник. – Вологда, 2004. – С. 30.

Согласно данным опроса руководителей малых промышленных предприятий, проведенного Облстатом, основными факторами, ограничивавшими рост производства на малых предприятиях промышленности в 2003 г., названы неплатежеспособность заказчиков, недостаточный спрос на продукцию на внутреннем рынке и высокая конкуренция, изношенность оборудования, высокий уровень налогообложения (таблица).

Факторы, ограничивающие рост производства малых промышленных предприятий Вологодской области (в % от числа опрошенных руководителей)

Факторы	4 квартал 2001 г.	4 квартал 2003 г.
Неплатежеспособность заказчиков	31	47
Высокая конкуренция на рынке	62	47
Изношенность оборудования	58	47
Недостаточный спрос на продукцию на внутреннем рынке	50	43
Высокий уровень налогообложения	42	40
Высокий процент коммерческого кредита	20	23

Источники: Малый бизнес Вологодской области в 2001 году: Статистический бюллетень. – Вологда, 2002. – С. 38; Малый бизнес Вологодской области в 2003 году: Статистический бюллетень. – Вологда, 2004. – С. 31.

В настоящее время малым промышленным предприятиям, даже на внутреннем рынке, который в данном случае является основным рынком сбыта, как правило, трудно составить конкуренцию крупным и средним, ведь последние, в отличие от малых, изначально имели и

гораздо большие производственные фонды, и отработанные технологии. Так, выпуск продукции на одного работника крупного (среднего) промышленного предприятия в 2000 – 2002 гг. в пять, а в 2003 – 2004 гг. в шесть раз превышал соответствующий показатель малого (рис. 2.4).



Рис. 2.4. Выпуск промышленной продукции на одного работника (тыс. руб.)

В 2004 г. объем выпуска продукции (в стоимостном выражении) на одного работника малого промышленного предприятия увеличился на 87 тыс. руб. в действующих и на 18 тыс. руб. в сопоставимых ценах¹. Это самый высокий показатель за период 1999 – 2004 гг.

С учетом ряда факторов (значительно большие производительность труда, фондоотдача и др.) крупные промышленные предприятия привлекательнее для инвесторов, нежели малые. На рисунке 2.5 видно, что инвестиции в основной капитал крупных и средних предприятий отличаются постоянным ростом, тогда как объемы инвестиций на малых предприятиях нестабильны. Однако следует отметить, что, несмотря на перепады значений, физические объемы инвестиций в основной капитал малых предприятий на протяжении 2000 – 2003 гг. превышают уровень 1999 г.

Таким образом, из-за длительной окупаемости финансовых вложений в промышленности и использования достаточно устаревшего оборудования и технологий, для того чтобы малые предприятия этой

¹ Индекс цен на продукцию промышленных предприятий в декабре 2004 г. к декабрю 2003 г. составил 139,5% (Источник: Социально-экономическое положение Вологодской области в январе-феврале 2005 г.: Доклад. – Вологда: Вологодский облкомстат, 2005). Соответственно, в сопоставимых к 2003 г. ценах объем выпуска продукции на одного работника в 2004 г. составил $242/1,395 = 173,5$ тыс. руб.

сферы в будущем стали достаточно конкурентоспособными, необходимым комплекс мер, обеспечивающих в первую очередь возможность вливания дополнительных финансовых средств в эту отрасль малого бизнеса. Это могут быть льготные (с пониженной процентной ставкой) и долгосрочные кредиты, развитие рынка лизинговых услуг и вторичного рынка оборудования, налоговые льготы и пр.



Рис. 2.5. Динамика объема инвестиций в основной капитал промышленных предприятий Вологодской области (в % к 1999 г.)

Очень интересен в этой части опыт экономически развитых стран Запада. Значительное внимание в этих странах уделяется стимулированию венчурных инвестиций и организации самого венчурного рынка, удобного как для малых предприятий, особенно начинающих, так и для инвесторов. Для уже существующих малых предприятий используются и другие механизмы финансовой поддержки. Так, во Франции более интенсивное финансирование субъектов МСБ планируется осуществить путем привлечения гражданских инвестиций.

Все большее значение приобретает такая форма поддержки МСБ, как поддержка малых фирм крупными компаниями. В пилотном проекте такую программу впервые начали в США в 1991 г. (Правительственная программа партнерства типа «ментор – протееже»). Сейчас подобная программа используется также во Франции.

Одним из основных направлений инвестиционной политики западных стран является создание условий для малого инновационного бизнеса, сближения научной и производственной сфер. В США, например, доля численности малых предприятий, занятых в сфере высоких технологий, составляет порядка 28% от общего числа предприятий этой сферы ¹.

2.2. Строительство ²

В строительной отрасли региона функционируют в основном малые предприятия, доля крупных и средних составляет лишь 5% (по данным за 2003 г.; рис. 2.6). Кроме того, в отрасли занято около тысячи индивидуальных предпринимателей, причем численность их постоянно растет.

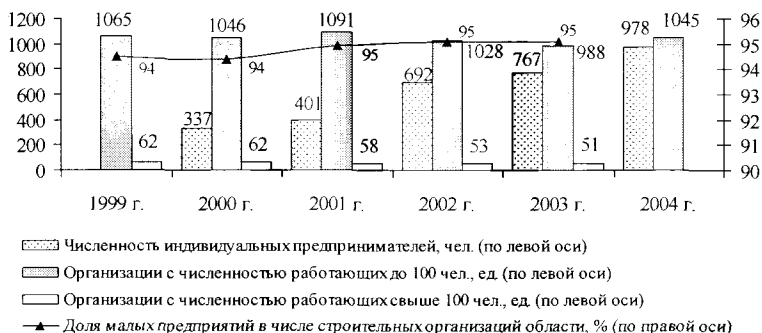


Рис. 2.6. Динамика числа организаций и индивидуальных предпринимателей в строительной отрасли Вологодской области (за 1999 – 2004 гг.)

Однако, несмотря на подавляющее преобладание малых предприятий в общем числе строительных организаций региона, на их долю (по данным за 2003 г.) приходится только 38% объема строительных работ в денежном выражении, на долю крупных и средних – 62%.

¹ Государственная политика США в отношении предпринимательства и малого бизнеса. http://www.nisse.ru/analitics.html?id=gp_usa.

² Статистические данные за 2004 г. приведены справочно.

В среднем одна крупная строительная организация производит работ (по данным за 2003 г. ¹) в среднем порядка на 104,2 млн. руб. в год, одна малая – 3,4 млн. руб. Такая значительная разница, вероятно, обусловлена тем, что крупные и малые предприятия функционируют в разных сферах одной отрасли. В первом случае – это прежде всего домостроительство, во втором – проведение мелких строительномонтажных и ремонтных работ.

Анализируя динамику выпуска продукции (работ) крупных и средних строительных организаций (рис. 2.7), можно заметить, что физический объем производимых ими работ на протяжении 2000 – 2003 гг. стабильно увеличивался, составив на конец 2003 г. 163% к уровню 1999 г.



Рис. 2.7. Динамика объемов выпуска продукции (работ) строительными организациями Вологодской области (1999 – 2004 гг.)

Поскольку крупные предприятия функционируют по большей части в сфере домостроительства, то рост физического объема выполняемых ими работ определяется прежде всего спросом на рынке недвижимости. В то же время малые предприятия, специализирующиеся

¹ Объем выпуска продукции (работ, услуг) строительных организаций области (юридических лиц, независимо от форм собственности) в 2003 г. составил 8634 млн. руб. (в действующих ценах; по данным Облкомстата), из них малых – 3320 млн. руб., соответственно крупных и средних (условно) – 5314 млн. руб.

на выполнении небольших строительных работ, зависят от спроса на рынке потребительских услуг. Этим, на наш взгляд, могут объясняться скачки в графике, отражающем индекс физического объема выпускаемой продукции (услуг) малых строительных предприятий. Тем не менее отрасль развивается достаточно устойчиво, физический объем выполняемых работ в 2003 г. составил 151% к уровню 1999 г. (в 2004 г. – 196%).

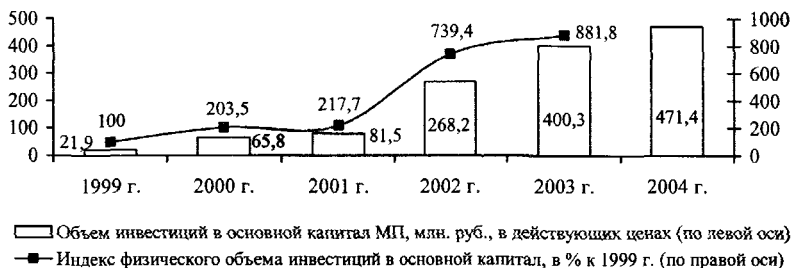


Рис. 2.8. Инвестиции в основной капитал малых строительных предприятий Вологодской области

Инвестиции в основной капитал малых строительных предприятий¹, начиная с 2002 г., резко возросли, и на конец 2003 г. их физический объем почти в девять раз превышал уровень 1999 г. (рис. 2.8).

2.3. Сфера услуг

Сфера услуг традиционно является наиболее привлекательной сферой для предпринимательства. По данным за 2004 г., в ней работает около половины всех малых предприятий области и порядка 60 тыс. индивидуальных предпринимателей (73% от общей их численности). Значительная ее составляющая – торговля товарами народного потребления и общественное питание достигает 34% общей численности малых предприятий области и 27% общего объема произведенной ими продукции (работ, услуг).

¹ Ввиду несопоставимости статистических данных по инвестициям в основной капитал строительных организаций области в целом и малых предприятий, график дан только для МП.

Малые предприятия торговли и общественного питания состав-ляли на конец 2004 г. 32% от числа всех предприятий и организаций области, функционирующих в этой сфере, в то время как в 2000 г. – 45%, в 2003 г. – 38% (рис. 2.9). Таким образом, несмотря на достаточно постоянное число малых предприятий торговли, их удель-ный вес постепенно снижается.



Рис. 2.9. Динамика числа предприятий торговли и общественного питания Вологодской области (1999 – 2004 гг.)

Основная же часть услуг этой отрасли, оказываемых населению субъектами малого бизнеса, выполняется индивидуальными предпринимателями. Так, в структуре розничного товарооборота области в 2003 г. на них приходилось порядка 36% (9627 млн. руб.), на малые предприятия – 18% (4771 млн. руб.), в целом на малый бизнес – более половины всего розничного товарооборота (рис. 2.10).

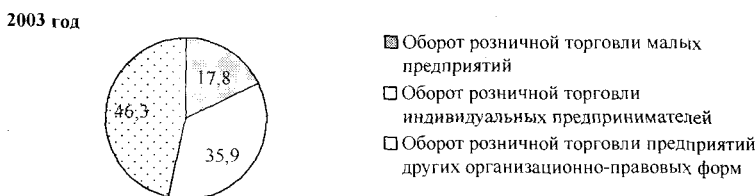


Рис. 2.10. Структура оборота розничной торговли Вологодской области (в % к общему объему товарооборота области в 2003 г.)

В числе платных услуг, оказываемых населению субъектами малого бизнеса, – бытовые, транспортные, жилищные, медицинские, туристические и другие. И здесь основной их объем приходится также на индивидуальных предпринимателей. Если в 2001 г. он составлял 1,5 млрд. руб., то в 2003 г. – уже 2,6 млрд. руб., в то время как объем платных услуг, оказанных населению малыми предприятиями, на порядок ниже (рис. 2.11). Однако в 2003 г. рост объема платных услуг, оказанных индивидуальными предпринимателями, был меньше аналогичного показателя других предприятий области. И в результате доля малого бизнеса в общеобластном объеме уменьшилась с 36 до 34%.

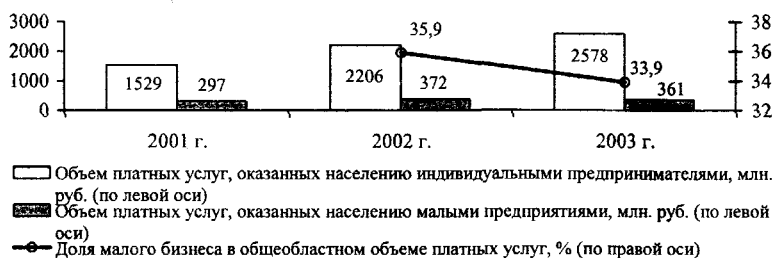


Рис. 2.11. Динамика объема платных услуг, оказываемых населению области субъектами малого предпринимательства

В структуре платных услуг, оказанных в 2003 г. населению области индивидуальными предпринимателями, 28% составляли бытовые услуги, 24% – услуги правового характера, 20% – транспортные, 14% – медицинские. По сравнению с 2001 г. увеличилась доля транспортных и медицинских услуг, уменьшилась – бытовых и услуг правового характера (рис. 2.12).

В сфере оказания населению области бытовых услуг деятельность индивидуальных предпринимателей тоже имеет определяющее значение. Так, если малыми предприятиями в 2003 г. было оказано бытовых услуг на сумму 109 млн. руб. (10% от общего их объема), предприятиями других организационно-правовых форм – 270 млн. руб. (25%), то индивидуальными предпринимателями – 710 млн. руб. (65%).

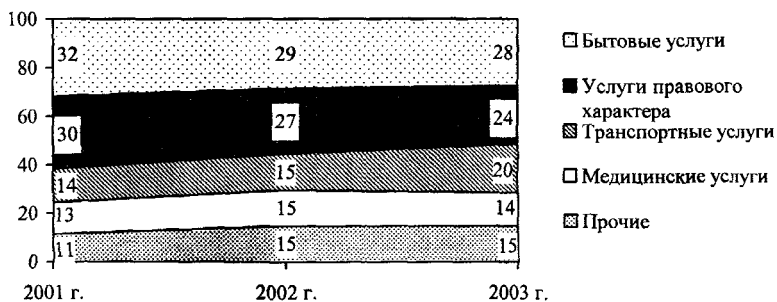


Рис. 2.12. Структура платных услуг, оказываемых населению индивидуальными предпринимателями (в %)

Таким образом, на основе результатов приведенного выше анализа можно сделать вывод о том, что наиболее стабильно развиваются субъекты малого предпринимательства, функционирующие в отраслях с быстрым оборотом денежных средств, таких, как строительство, торговля, различные виды платных услуг. Вклад малого бизнеса в общий объем услуг этих отраслей довольно значимый. Так, в сфере строительства на малые предприятия приходилось 38% объема услуг отрасли (по данным за 2003 г.), в сфере платных услуг – 34% (с учетом индивидуальных предпринимателей). В сфере розничной торговли более половины товарооборота также обеспечивают субъекты малого бизнеса. Следовательно, предпринимательское сообщество активно участвует как в удовлетворении потребительского спроса, мобилизуя при этом недоиспользуемые в сфере крупного и среднего бизнеса финансовые и производственные ресурсы, включая трудовые, так и в формировании конкурентной среды.

3. СОЦИАЛЬНОЕ ЗНАЧЕНИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Социальное значение предпринимательства может рассматриваться как с позиции его роли в решении социальных задач региона путем перераспределения доходов через налоговую систему, так и с точки зрения его возможностей по обеспечению существования той категории граждан, которые заняты в этой сфере экономики, а также членов их семей.

Изменения с 01.01.2003 г. налогового законодательства, регулирующего специальные режимы налогообложения для малого бизнеса, по отношению к действующему в 2002 г. повлекли за собой, с одной стороны, существенное снижение поступлений единого налога на вмененный доход (ЕНВД), с другой – рост поступлений единого налога, взимаемого по упрощенной системе налогообложения (ЕНУС). В целом по России поступления ЕНВД сократились в 2003 г. более чем на 40%, при этом почти в два раза увеличились поступления ЕНУС¹.

В Вологодской области поступления ЕНВД снизились более чем в два раза (табл. 3.1), поступления ЕНУС выросли в 4,4 раза. На сегодняшний день доля налоговых поступлений субъектов малого предпринимательства в налоговых доходах консолидированного бюджета области очень незначительна: в 2002 г. она составляла 1,9%; в 2003 г. – 0,9%.

Объем поступлений единого налога на вмененный доход от субъектов малого предпринимательства в расчете на душу населения (в сопоставимой оценке) в Вологодской области составлял 78% от среднего по РФ значения (по данным за 2003 г.), объем единого налога, взимаемого по упрощенной системе налогообложения, – 102% (табл. 3.2). По этим показателям в 2003 г. область занимала, соответственно, 6 и 8 места среди регионов Северо-Западного федерального округа.

¹ Источник: Динамика развития малого предпринимательства в регионах России в 2003 году. /Национальный институт системных исследований проблем предпринимательства. <http://www.nisse.ru/analitics.html?id=document12>

Таблица 3.1

**Налоговые поступления от субъектов малого предпринимательства
и их доля в налоговых доходах консолидированного бюджета
Вологодской области**

Показатель	2002 г.		2003 г.		
	Млн. руб.	В % от налоговых поступлений	Млн. руб.	В % к 2002 г. с учетом ИПЦ	В % от налоговых поступлений
Поступления единого налога на вмененный доход (ЕНВД) от субъектов МП	310,51	1,82	131,548	37,5	0,51
Поступления единого налога, взимаемого по упрощенной системе налогообложения для субъектов МП (ЕНУС)	21,393	0,13	106,594	442,1	0,42
Всего налоговых поступлений от субъектов малого бизнеса	331,903	1,9	238,142	-	0,9

Источник: Динамика развития малого предпринимательства в регионах России в 2003 году/ Национальный институт системных исследований проблем предпринимательства.
<http://www.nisse.ru/analitics.html?id=document12>.

Таблица 3.2

**Сравнительные оценки поступлений единого налога на вмененный доход
и единого налога, взимаемого по упрощенной системе налогообложения, в регионах
СЗФО (в расчете на душу населения; по данным за 2003 г.)**

Регион	ЕНВД		Регион	ЕНУС	
	В % к уровню РФ*	Место в СЗФО		В % к уровню РФ*	Место в СЗФО
РФ	100		РФ	100	
Калининградская обл.	374,2	1	Псковская обл.	178,5	1
г. Санкт-Петербург	313,4	2	Республика Карелия	175,6	2
Республика Коми	99,0	3	Калининградская обл.	161,6	3
Псковская обл.	98,9	4	Новгородская обл.	138,5	4
Архангельская обл.	97,5	5	Республика Коми	126,2	5
Вологодская обл.	78,3	6	Архангельская обл.	113,5	6
Новгородская обл.	75,6	7	Мурманская обл.	101,9	7
Республика Карелия	67,6	8	Вологодская обл.	101,6	8
Мурманская обл.	63,1	9	Ленинградская обл.	89,4	9
Ленинградская обл.	56,7	10	г. Санкт-Петербург	0,1	10

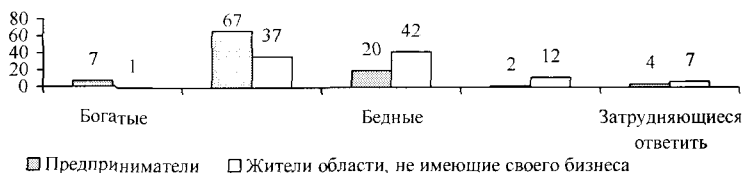
* С учетом стоимости фиксированного набора потребительских товаров и услуг для межрегиональных сопоставлений покупательной способности.

Источник: Динамика развития малого предпринимательства в регионах России в 2003 году/ Национальный институт системных исследований проблем предпринимательства.
<http://www.nisse.ru/analitics.html?id=document12>.

Таким образом, доля налоговых поступлений от субъектов малого бизнеса в общем объеме налоговых доходов в консолидированном бюджете области еще крайне незначительна и не позволяет рассматривать данный сектор экономики в качестве базиса для решения широкого спектра задач развития социальной сферы и поддержки социально незащищенных слоев.

С другой стороны, важнейшей особенностью малого предпринимательства является то, что в этой среде формируется слой граждан, способных самостоятельно обеспечивать материальные потребности – как свои лично, так и членов своих семей. Это позволяет не только обеспечивать благосостояние этой группы населения, но и снижать тем самым возможное бремя социальных расходов.

Как показывают результаты мониторинга общественного мнения ВНКЦ ЦЭМИ РАН, большинство предпринимателей области в 2004 г. (67%) относили себя именно к категории людей со средним достатком, тогда как среди жителей области, не имеющих своего бизнеса, эта цифра составляет 37%. Большинство «богатых» также концентрируется в предпринимательском слое. В то же время доля «бедных» и «нищих» в этих категориях составляла 22 и 54% соответственно (рисунок).



Социальная самоидентификация жителей Вологодской области
(2004 г., в % от числа опрошенных)

Фактический доход предпринимателей в 2,4 раза превышает средний по области, желаемый – в 1,9 раза. Соответственно, и покупательная способность доходов предпринимателей выше, чем у остальных жителей области. Только 11% из них, по оценкам, получаемых

доходов хватает, в лучшем случае, на приобретение продуктов питания, тогда как среди жителей области, не имеющих своего бизнеса, – 46%. Доля категорий с доходами выше среднего уровня и высокими составляет в этих двух группах 41 и 9% (табл. 3.3).

Таблица 3.3

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какая из приведенных характеристик наиболее точно характеризует Ваши денежные доходы?»
(2004 г., в % от числа опрошенных)

Вариант ответа	Предприниматели	Жители области, не имеющие своего бизнеса
Денег вполне достаточно, чтобы ни в чем себе не отказывать	18,6	2,3
Покупка большинства товаров длительного пользования (холодильник, телевизор) не вызывает у нас трудностей, однако покупка автомашины сейчас недоступна	22,8	6,9
Денег достаточно для приобретения необходимых продуктов и одежды, однако более крупные покупки приходится откладывать на потом	42,2	41,7
Денег хватает только на приобретение продуктов питания	11,0	35,9
Денег не хватает даже на приобретение продуктов питания, приходится «влезать в долги».	0,4	9,6

Анализ отношения населения Вологодской области к малому предпринимательству позволяет получить определенную характеристику потенциала развития этого вида деятельности в регионе, возможностей расширения его социальной среды.

По данным опросов, проведенных ВНКЦ ЦЭМИ РАН в 2001 и 2003 гг., выявлено, что за два года несколько увеличилась доля респондентов, положительно относящихся к малому бизнесу: теперь это более половины населения региона (в первую очередь, интеллигенция, студенты, сотрудники правоохранительных органов; табл. 3.4). В то же время доля отрицательных оценок составила 20% (в 2001 г. – 18%). По-прежнему в число отрицательно настроенных входят главным образом слабо защищенные категории населения – пенсионеры, безработные. Около четверти опрошенных не имеют четкой позиции по этому вопросу (в 2001 г. – треть от общего числа опрошенных).

Таблица 3.4

Распределение ответов на вопрос: «Как Вы в целом относитесь к малому бизнесу?» (в % от числа опрошенных)

Вариант ответа	2001 г.	2003 г.
Положительно и скорее положительно	48,7	56,5
Отрицательно и скорее отрицательно	17,7	19,6
Затрудняюсь ответить	33,6	23,9

Подобное распределение оценок говорит о том, что в региональном сообществе все еще сохраняется настороженное отношение к предпринимательской деятельности, и оно во многом зависит от уровня жизни населения региона.

Большая часть жителей области позитивно оценивает способность малого предпринимательства решать важнейшие социально-экономические задачи, которые в развитых странах преимущественно возлагаются именно на этот сектор экономики (табл. 3.5). Особенно благоприятно характеризуется роль малого бизнеса в создании новых рабочих мест, насыщении области товарами и услугами.

Таблица 3.5

Распределение ответов на вопрос: «В какой мере, по Вашему мнению, предприятия малого бизнеса в нашей области могут решить проблемы?» (в % от числа опрошенных)

Проблема	Вариант ответа					
	В полной мере или частично		Не решают		Затрудняюсь ответить	
	Год					
	2001	2003	2001	2003	2001	2003
Создание новых рабочих мест	57,8	56,3	11,2	15,0	31,0	28,7
Насыщение области товарами	52,9	50,2	10,5	16,1	36,6	33,7
Насыщение области услугами	50,4	49,9	11,0	14,8	38,6	35,3
Формирование среднего класса	36,4	37,9	17,3	20,3	46,3	41,8
Увеличение бюджетных поступлений	41,5	37,0	14,5	23,9	44,0	39,1

Таким образом, роль малого предпринимательства в развитии региона нельзя охарактеризовать однозначно. С одной стороны, оно позволяет обеспечивать благосостояние значительной части граждан, занятых в этой сфере, а также членов их семей. Достаточно успешно (в рамках существующих возможностей покупательной способности населения) решает малый бизнес и задачу насыщения потребительского рынка товарами народного потребления. С другой стороны, малый бизнес пока не занимает того места в социально-экономической жизни региона, которое характерно для развитых стран мира. Вероятная причина этого может крыться в недостаточно благоприятных внешних условиях для функционирования данного сектора экономики.

4. УСЛОВИЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РЕГИОНЕ

Политика в сфере поддержки малого предпринимательства предполагает формирование благоприятных условий для него по следующим направлениям:

1. Оптимизация нормативно-правовых основ регулирования малого бизнеса.
2. Развитие системы финансовой поддержки предпринимательства.
3. Совершенствование инфраструктуры поддержки (в т.ч. механизмов использования государственного и муниципального имущества, информационной поддержки, системы подготовки кадров для этой сферы, деятельности органов государственной власти, занятых в сфере поддержки малого предпринимательства).

Оценка внешних условий развития малого бизнеса проводится ВНКЦ ЦЭМИ РАН на основе результатов социологических опросов предпринимателей.

Состояние нормативно-правовых условий функционирования малого бизнеса в регионе в период 1999 – 2004 гг. характеризовалось предпринимателями¹ весьма критично. Оценки степени совершенства нормативно-правовой базы, налоговой системы, а также организационного механизма регистрации субъектов малого бизнеса, при некоторых колебаниях, не превышали 3 баллов по пятибалльной шкале (табл. 4.1).

Одним из направлений оптимизации нормативно-правовой базы малого предпринимательства является законодательное закрепление мер по уменьшению административных барьеров.

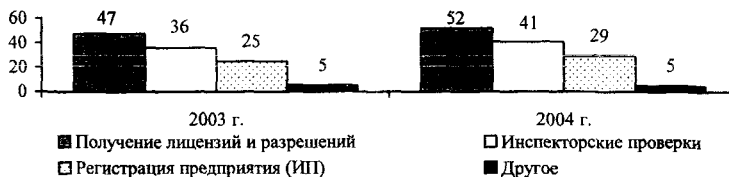
¹ Начиная с 1999 г. ВНКЦ ЦЭМИ РАН применяет методику Российского института стратегического анализа и развития предпринимательства. Она предлагает руководителям, владельцам малых предприятий и индивидуальным предпринимателям оценить внешние условия функционирования малого бизнеса по 5-балльной шкале в зависимости от степени их удовлетворенности ситуацией.

Таблица 4.1

**Оценки нормативно-правовых условий функционирования
малого предпринимательства (в баллах, по 5-балльной шкале)**

Фактор		Год					
		1999	2000	2001	2002	2003	2004
Совершенство нормативно- правовой базы МП	- в целом	2,4	2,6	2,9	2,6	2,6	2,8
	- в части, определяе- мой региональной властью	2,5	2,7	2,8	2,6	2,6	2,8
	- в части, определяе- мой муниципальной властью	2,4	2,5	2,8	2,4	2,5	2,7
Совершенство налоговой системы	- в целом	2,3	2,5	2,8	2,7	2,4	2,8
	- в части, определяе- мой региональной властью	2,3	2,5	2,8	2,8	2,5	2,8
Совершенство организационного механизма регистрации субъектов малого бизнеса		2,8	2,9	2,9	3,1	2,7	2,9

По мнению предпринимателей, *наибольшие трудности в части административного регулирования по-прежнему связаны с получением лицензий и разрешений, инспекторскими проверками и регистрацией предприятия*, причем доля предпринимателей, испытывающих подобного рода затруднения, в 2004 г. увеличилась (рис. 4.1).



**Рис. 4.1. Направления административного регулирования
малого предпринимательства, представляющие, по мнению респондентов,
наибольшие трудности (в % от числа опрошенных)**

Проблему лицензирования мы будем рассматривать, исходя из ответов респондентов, которые ведут активную предпринимательскую деятельность *не более двух лет* после принятия в августе 2001 г. Федерального Закона «О лицензировании отдельных видов деятельности» № 128-ФЗ¹.

¹ Опрос предпринимателей проводился ВНКЦ ЦЭМИ РАН в апреле – мае 2004 г., т.е. на тот момент еще не прошло трех лет со времени принятия закона.

Лишь 7% субъектов малого бизнеса, чья деятельность подлежит лицензированию, получили лицензию, срок действия которой соответствует законодательно определенному (5 лет). 30% предпринимателей получили лицензию сроком действия 3 года, 29% – менее трех лет; и то, и другое уже является прямым нарушением законодательства.

Закон предусматривает снижение лицензионного сбора до 1400 руб. (ранее – 2000 руб.), при этом лишь у 20% субъектов малого предпринимательства, занимающихся лицензируемыми видами деятельности, фактические расходы на получение лицензии соответствовали законодательно определенным (рис. 4.2).

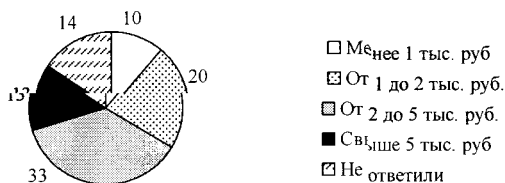


Рис. 4.2. Фактические затраты на получение лицензии (в % от числа респондентов, занимающихся лицензируемыми видами деятельности не более 2 лет)

Фактические расходы заявителей могут превышать официальную плату, если лицензии выдаются ведомствами, в которых сам процесс регламентируется другими законами (например, частотные лицензии Минсвязи)¹. Кроме того, исследования, проведенные в 2004 г. Центром экономических и финансовых исследований и разработок (ЦЭФИР), показали, что местные власти и инспекции продолжают выдавать, хотя и в небольших количествах, разрешения на виды деятельности, предусмотренные законом 1998 г., но не являющиеся в настоящее время лицензируемыми (разрешения на торговлю, лицензии на телерадиовещание, обслуживание контрольно-кассовых машин,

¹ Национальный институт системных исследований проблем предпринимательства. http://www.nisse.ru/analitics.html?id=mon_aipd.

эксплуатация подъемных механизмов и ювелирные работы ¹⁾). Насколько эта ситуация характерна для Вологодской области, необходимо, на наш взгляд, проверить в рамках деятельности комиссии по снятию административных барьеров, сформированной при губернаторе области.

Второй по сложности для предпринимателей региона является проблема инспекторских проверок. Закон регламентирует проведение проверок не чаще одного раза в два года. Лишь на 6% опрошенных предприятий частота проверок соответствует установленной. Количество внеплановых проверок не ограничено, но упорядочена процедура их проведения. В 2004 г. на половине предприятий инспекторские проверки проводились несколько раз в год, причем по сравнению с 2003 г. доля таких предприятий увеличилась; треть предприятий проверялась в среднем один раз в год (рис. 4.3).

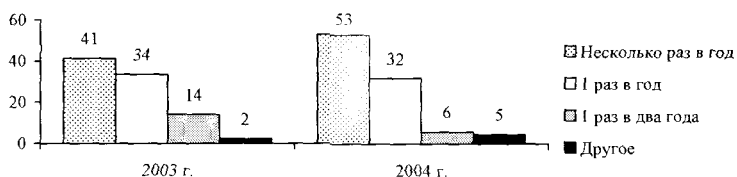


Рис. 4.3. Частота инспекторских проверок на предприятиях (в % от числа опрошенных)

В таблице 4.2 представлен рейтинг ведомств по частоте проводимых ими неоднократных проверок одного и того же предприятия. Штрафные санкции по результатам проверок применялись в 38 случаях из ста.

Что касается регистрации предприятия, то эта проблема рассматривалась на основе данных опроса респондентов, которые ведут активную предпринимательскую деятельность *не более 1 года*, т.е. уже после введения в июле 2002 г. принципа «одного окна» и передачи

¹⁾ Там же.

Таблица 4.2

**Рейтинг ведомств по частоте проводимых ими неоднократных проверок
одного и того же предприятия (в % от числа опрошенных)**

Ведомство	2002 г.	2003 г.
Управление Федеральной налоговой службы*	53,1	49,4
Управление государственной инспекции по торговле, качеству товаров и защите прав потребителей по Вологодской области	18,8	38,6
Управление внутренних дел Вологодской области	21,9	31,3
Центр Госсанэпиднадзора Вологодской области	28,1	31,3
Управление государственной противопожарной службы Вологодской области	18,8	30,1
Вологодский центр стандартизации, метрологии и сертификации Госстандарта России*	10,4	21,7
Департамент природных ресурсов и охраны окружающей среды Вологодской области	3,1	13,3
Комитет природных ресурсов Министерства природных ресурсов по Вологодской области	5,2	8,4
Другое	1	2,4

* Ведомства, по отношению к которым не применяются нормы закона №143-ФЗ от 08.08.2001 г. «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля (надзора)». В данном случае действуют внутриведомственные положения.

функций регистрационного органа налоговой службе. Согласно Федеральному Закону №129-ФЗ от 08.08.2001 г. «О государственной регистрации юридических лиц», государственная регистрация должна проводиться в срок не более 5 дней. Из числа респондентов, которые вновь регистрировали предприятие после изменений в законодательстве, лишь 19% отметили, что реальные затраты времени на регистрацию не превышали 7 дней. У большинства (56%) регистрация заняла от 7 до 20 дней, у 15% – свыше 20 дней. На наш взгляд, столь длительный процесс может объясняться тем, что на практике, кроме регистрационного (налоговая служба), предприниматели должны посетить ряд других учреждений. Это Пенсионный фонд, фонды социального и медицинского страхования, пожарная и санитарно-эпидемическая службы. Соответственно, решать данную проблему необходимо на региональном уровне в рамках межведомственного взаимодействия.

Реальная плата за регистрацию предприятия не превышала установленную (не более 2000 руб.) только у 30% субъектов малого бизнеса области (рис. 4.4), на всех остальных предприятиях она была выше.

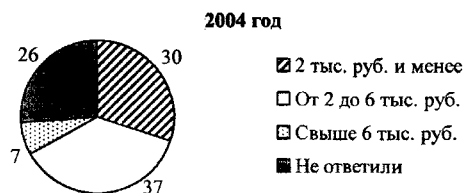


Рис. 4.4. Фактические расходы на регистрацию предприятия (индивидуального предпринимателя), в % от числа респондентов, ведущих активную предпринимательскую деятельность не более одного года

Таким образом, проблемы в сфере административного регулирования связаны в основном не с федеральным законодательством, а с его применением на местах. Соответственно, и решать их нужно в рамках региона и конкретно муниципальных образований.

Особенно беспокоят предпринимателей такие факторы в процедурах административного регулирования, как:

- бюрократические проволочки и возможность разного толкования положений, инструкций (эти факторы отметили по 35% опрошенных);
- отставание нормативных документов от предпринимательской практики (29%);
- избыточность контролирующих органов (28%);
- множественность проверок и непредсказуемость их результатов (24 и 23% соответственно);
- чрезмерный объем канцелярской работы (21%);
- проблематичность защиты своих законных интересов (19%);
- некомпетентность проверяющих, материальные издержки и необоснованные штрафы (16 и 15% соответственно);
- попытки вымогательства (12%);
- нарушение законодательства и превышение служебных полномочий со стороны чиновников (по 10%).

Как наиболее действенные меры для уменьшения административных барьеров предпринимателями названы (по степени значимости):

- сокращение числа лицензируемых видов деятельности;
- переход к комплексным проверкам не чаще одного раза в два года;

- активизация деятельности комиссии по снятию административных барьеров, созданной при правительстве Вологодской области;
- ограничение прав ведомств при проверке предприятий;
- переход от разрешительного порядка регистрации юридического лица или индивидуального предпринимателя к уведомительному;
- активизация деятельности предпринимательских объединений.

Оценки предпринимателей в отношении финансово-кредитных условий развития малого бизнеса, так же как и нормативно-правовых параметров их функционирования, в основном не превышают 3 баллов по пятибалльной шкале (табл. 4.3). Наиболее благоприятно характеризуется объем платежеспособного спроса населения на товары и услуги малого бизнеса, объем регионального рынка субподрядных работ и совершенство организационного механизма их распределения. Самые низкие оценки из года в год даются существующему механизму предоставления гарантий перед финансово-кредитными организациями со стороны региональных и муниципальных органов власти, а также возможностям получения прямой финансовой поддержки проектов субъектов малого предпринимательства из регионального фонда.

В региональных бюджетах РФ существует статья расходов денежных средств на развитие рыночной инфраструктуры, в частности на малый бизнес и предпринимательство. Но из данных таблицы 4.4 видно, что далеко не во всех субъектах Северо-Западного федерального округа осуществляется финансирование мероприятий по развитию малого бизнеса со стороны регионального бюджета. К таким субъектам относится и Вологодская область. К примеру, если в соседней Архангельской области из регионального бюджета в 2001 – 2004 гг. стабильно выделяются денежные средства на поддержку предпринимательства, то в Вологодской – впервые в 2004 г. (причем крайне незначительная сумма).

Таблица 4.3

**Оценки финансово-кредитных условий функционирования субъектов
малого бизнеса (в баллах, по 5-балльной шкале)**

Факторы	Год					
	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Объем платежеспособного спроса населения на товары и услуги, в удовлетворении которого могут участвовать субъекты малого бизнеса	2,5	2,8	3,0	2,8	2,7	3,2
Уровень платежной дисциплины внутри региона	2,6	2,8	2,9	2,6	2,8	3,0
Объем регионального рынка субподрядных работ, в выполнении которых могут участвовать субъекты малого бизнеса	2,6	2,7	2,9	2,8	2,7	3,0
Совершенство организационного механизма распределения субподрядных работ	2,5	2,6	2,5	2,6	2,5	3,0
Условия получения банковских кредитов	2,4	2,4	2,6	2,6	2,3	2,7
Совершенство организационного механизма распределения госзаказа	2,4	2,5	2,5	2,6	2,5	2,7
Механизм предоставления гарантий перед финансово-кредитными организациями со стороны региональных органов власти	2,2	2,3	2,3	2,4	2,2	2,5
То же, со стороны муниципальных органов власти	2,1	2,4	2,3	2,4	2,2	2,5
Возможности получения прямой финансовой поддержки проектов МП (предпринимателей) из регионального фонда	2,2	2,2	2,2	2,4	2,0	2,5

Таблица 4.4

**Расходы бюджетов по статье «Развитие рыночной инфраструктуры
(малый бизнес и предпринимательство)» в субъектах СЗФО РФ (тыс. руб.)**

	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.
Архангельская область	4 832	3 749	10 945	4 456
Республика Карелия	500	525	1 984	2 999
Ленинградская область	3 647	765 921	25 408	2 062
г. Санкт-Петербург	48 188	63 221	848	805
Вологодская область	-	-	-	30
Калининградская область	-	-	1 047	-
Республика Коми	21 539	3 658	162	-
Псковская область	505	-	-	-
Новгородская область	-	-	-	-
Мурманская область	-	-	-	-
<i>Всего по СЗФО</i>	<i>79 211</i>	<i>837 074</i>	<i>40 394</i>	<i>10 352</i>
Всего по РФ	872 525	1 130 444	1 428 505	1 649 169

Источник: Официальный сайт Министерства финансов. <http://www.mivfin.ru/home.htm>.

Между тем любой предприниматель скажет, что невозможно получить прибыль от предприятия, не вложив денежных средств в его развитие. Поэтому органам региональной власти области необходимо пересмотреть свою позицию по отношению к вопросам развития малого бизнеса с тем, чтобы не оставаться просто сторонними наблюдателями, а создавать определенную базу, необходимую для управления его развитием. И финансовая поддержка в данном случае является далеко не последним фактором, особенно в рамках создания благоприятных финансово-кредитных условий.

На развитие своего бизнеса около половины предпринимателей направляют от 20 до 50% прибыли, пятая часть – от 50 до 100%, и еще пятая часть – от 10 до 20%. Растет доля предпринимателей, использующих в своем бизнесе заемные средства: если в 2002 г. она составляла 48%, то в 2004 г. – 60%. При этом в качестве источника заемных средств шире стал использоваться банковский кредит (75% в 2004 г. против 41% в 2002 г.; рис. 4.5).

Возросла доля предпринимателей, привлекающих кредиты предприятий-партнеров (15% в 2004 г. и 5% в 2002 г.). В то же время довольно незначительная часть субъектов малого бизнеса использует в своей деятельности лизинговые услуги (лишь 8%), и по-прежнему велика доля займов у друзей и знакомых (50%).

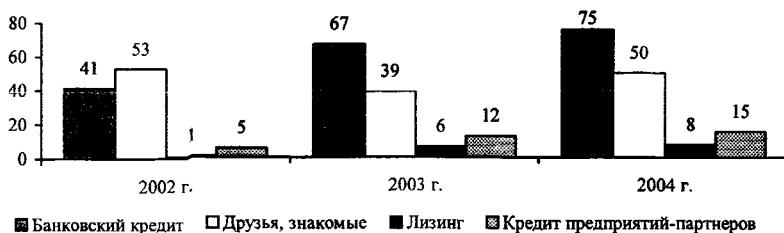


Рис. 4.5. Доля источников привлечения заемных средств (в % от числа опрошенных)

В 2003 – 2004 гг. среди предпринимателей сформировалась определенная доля прогнозирующих расширение своего производства: из них 50% – в ближайшие 1 – 3 года и 40% – в перспективе свыше 3 лет (рис. 4.6).

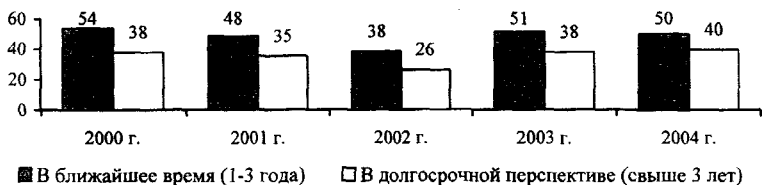


Рис. 4.6. Доля респондентов, отметивших реальную возможность расширения своих предприятий в перспективе (в % от числа опрошенных)

Тем не менее нехватка собственных финансовых средств остается наиболее острой проблемой для субъектов малого бизнеса, что, естественно, ограничивает возможности их развития. Результаты опроса показывают, что на 36% малых предприятий области используется морально устаревшее оборудование, а значит, необходимо улучшение их технической базы. Финансовый дефицит средств сдерживает и внедрение инновационных технологий. Между тем именно новые технологии могут стать катализатором развития малого предпринимательства. Именно на них делает ставку и Правительство РФ, выдвигая задачу удвоения ВВП к 2010 г.

Конечно, инновации – это не всегда дорогостоящие технологии производства, это любые изменения (новшества), впервые используемые на каком-то предприятии и приносящие конкретную экономическую и/или социальную пользу. Нужно учитывать, что использование инноваций связано с определенным риском, и поэтому необходима креативность в мышлении и руководства, и сотрудников. Тот факт, что 58% предпринимателей в ближайшие 1-3 года предполагают внедрить на их предприятиях новые технологии, говорит о существовании определенного инновационного потенциала в сфере малого бизнеса области.

Оценивая состояние различных сторон существующей в регионе инфраструктуры поддержки малого бизнеса, предприниматели настроены в основном довольно критично (табл. 4.5).

Таблица 4.5

Оценка состояния инфраструктуры поддержки малого предпринимательства
(в баллах, по пятибалльной шкале)

Фактор	Год					
	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Доступность коммунальных, транспортных и услуг связи	3,1	3,0	3,3	3,0	3,2	3,2
Доступность материальных, топливных, энергетических ресурсов	2,8	2,6	2,8	3,0	2,9	3,2
Наличие квалифицированных трудовых ресурсов	3,0	3,1	3,1	2,9	3,1	3,1
Доступность консалтинговых услуг	2,7	2,9	3,0	2,8	2,9	2,9
Возможность формирования субъектами малого бизнеса необходимой технической базы	2,5	2,6	2,9	2,7	2,7	2,9
Доступность земли	2,6	2,6	2,8	2,7	2,7	2,9
Доступность помещений	2,8	2,7	2,7	2,8	2,7	2,9
Безопасность условий деятельности субъектов малого предпринимательства	2,4	2,5	2,8	2,7	2,8	2,8
Совершенство системы информационного обеспечения деятельности субъектов малого предпринимательства	2,5	2,8	2,9	2,8	2,7	2,7
Доступность современных технологий и «ноу-хау»	2,7	2,9	2,9	3,0	2,7	2,7
Внимание региональных органов управления к субъектам малого предпринимательства	2,2	2,3	2,7	2,5	2,4	2,7
Внимание органов местного самоуправления к субъектам малого предпринимательства	2,3	2,3	2,8	2,5	2,5	2,6
Возможность влияния общественных объединений предпринимателей на принятие управленческих решений, касающихся их деятельности	2,2	2,3	2,5	2,5	2,3	2,5

Незначительное превышение трехбалльной отметки (по пятибалльной шкале) отмечено только в отношении степени доступности коммунальных, транспортных услуг и услуг связи, а также материальных, топливных и энергетических ресурсов. Самая низкая степень удовлетворенности выражается предпринимателями по отношению к таким факторам, как внимание органов местного самоуправления к субъектам малого бизнеса и возможность влияния общественных объединений предпринимателей на принятие управленческих решений, касающихся их деятельности.

5. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Как показывает мировая практика, малое предпринимательство, если учитывать его характерные особенности, нуждается в постоянном внимании и поддержке со стороны государства. В промышленно развитых странах Запада решением вопросов малого и среднего бизнеса на протяжении десятилетий занимаются специально созданные государственные структуры, которые на сегодняшний день накопили огромный опыт в части создания механизмов поддержки малых и средних предприятий.

В США это Администрация по вопросам развития малого бизнеса (SBA), с основным штатом сотрудников около 3 тыс. чел., реализующая часть своих программ через центры развития малого бизнеса (SBDC, по одному и более в каждом штате), которые в свою очередь ведут работу через широкую сеть (около 1100 ед.) сервисных пунктов, максимально приближенных к субъектам малого бизнеса.

А, например, деятельность Национальной ассоциации бизнес-инкубаторов (NBIA), членами которой являются около 1200 американских и зарубежных ассоциаций, давно вышла за пределы страны: NBIA предоставляет консультационные услуги по всему миру, ее возможности охватывают практически весь комплекс вопросов, связанных с созданием нового предприятия и обеспечением его перспектив¹.

В Великобритании комплекс государственной поддержки предпринимательства осуществляется правительственным органом – Организацией по поддержке малого бизнеса, которая по структуре и задачам схожа с SBA. Организация курирует и частично финансирует мероприятия региональных звеньев, созданных во всех регионах страны, направленных на предоставление малым и средним предприятиям независимых консультаций по вопросам их деятельности².

¹ Государственная политика США в отношении предпринимательства и малого бизнеса. http://www.nisse.ru/analytics.html?id=gp_usa.

² Лоболь В. Поддержка малого и среднего бизнеса в промышленно развитых странах. Электронный каталог ЦСМБ, г. Тараз. <http://www.tarazinfo.kz>.

В Германии организацией содействия малым и средним предприятиям выступает Специальный фонд европейской программы реконструкции, созданный еще в 1950 г. В Италии функции координирования системы содействия малому и среднему бизнесу выполняет Министерство промышленности, работающее в непосредственном контакте с итальянской конфедерацией промышленников и региональными торговыми палатами¹.

Характерной чертой политики экономически развитых стран является то, что государственные службы поддержки малого и среднего бизнеса работают в тесном контакте с другими ведомствами и неправительственными учреждениями: университетами, промышленными компаниями, ассоциациями, банками, инвестиционными компаниями и т.п. Например, в США эти государственные службы – активные посредники между государством и субъектами малого бизнеса, обеспечивая последним достойную долю в федеральных закупках и контрактах (она составляет более 23%). Действуют даже специальные информационно-организационные системы, осуществляющие мониторинг и информирование одного из управлений SBA о случаях неоправданного использования ведомствами контрактных требований, мешающих малым предприятиям участвовать в конкурсе федеральных закупок, и игнорирования правительственным управлением по закупкам требований о резервировании части заявок для малого бизнеса².

В России, в отличие от большинства западных стран, не существует отдельной государственной структуры поддержки малого предпринимательства. Ранее эти функции были в компетенции Министерства по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства. Но Указом Президента РФ №314 от 09.03.2004 г. данное министерство упразднили, а вновь образованной Федеральной антимонопольной службе в Аппарате Правительства передали функции кон-

¹ Поболь В. Поддержка малого и среднего бизнеса в промышленно развитых странах. Электронный каталог ЦСМБ, г. Тараз. <http://www.tarazinfo.kz>.

² Государственная политика США в отношении предпринимательства и малого бизнеса. http://www.nisse.ru/analitics.html?id=gp_usa.

троля над деятельностью естественных монополий и рекламной сферы ¹. В свою очередь, поддержка предпринимательства стала частью деятельности Министерства экономического развития и торговли (в его составе – Департамент государственного регулирования в экономике; отдел регулирования предпринимательской деятельности, конкуренции и рекламы ²).

В Вологодской области государственную поддержку малого предпринимательства координирует управление по качеству, инновационной деятельности и предпринимательству департамента промышленности, предпринимательства и лесного комплекса.

Развитие малого бизнеса как в стране, так и в регионе зависит не только от проводимой экономической политики, но и от того, насколько она поддерживается представителями деловых кругов, в т.ч. и сферы предпринимательства. Из данных опроса следует, что в 2002 г. экономическая политика, которой придерживались Правительство РФ и правительство области, была понятна лишь третьей части предпринимателей (31 и 27% соответственно; рис. 5.1). Однако в 2003 г. она находит у них большее понимание (40%). Еще примерно такая же их часть (44%) не смогла ответить на этот вопрос. «Не понятна» и «в основном не понятна» проводимая политика 14–15% предпринимателей.



Рис. 5.1. Степень понимания предпринимателями экономической политики, проводимой Правительством РФ и правительством области (в % от числа опрошенных)

¹ Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы.
<http://www.fas.gov.ru/structure/452.shtml>.

² Официальный сайт Министерства экономического развития и торговли.
<http://www.economy.gov.ru>.

Кроме того, в 2003 г. возросла и степень согласия предпринимателей с экономической политикой, проводимой Правительством РФ и региона (соответственно: с 18% в 2002 г. до 29% в 2003 г. и с 14 до 31%; рис. 5.2).



Рис. 5.2. Степень согласия предпринимателей с экономической политикой, проводимой Правительством РФ и правительством области (в % от числа опрошенных)

Согласно результатам опроса, наиболее высоко (по 10-балльной шкале) в 2004 г. по-прежнему оценивается деятельность Президента РФ (7,7 балла; рис. 5.3). Деятельность губернатора Вологодской области оценена на 6,5 балла (против 5,7 балла в 2003 г.), глав администраций районов – в среднем по 5,1 балла (в 2003 г. – 4,7 балла).



Рис. 5.3. Ответы респондентов на вопрос: «Какую оценку от 1 до 10 баллов Вы дали бы деятельности...?» (в % от числа опрошенных)

Уровень осведомленности предпринимателей о деятельности по поддержке малого бизнеса со стороны региональных и местных органов власти в 2004 г. заметно выше, чем в 2003 г.: соответственно 66 и 54% респондентов (против 46 и 32%) более или менее знакомы с мероприятиями государственной поддержки (рис. 5.4).

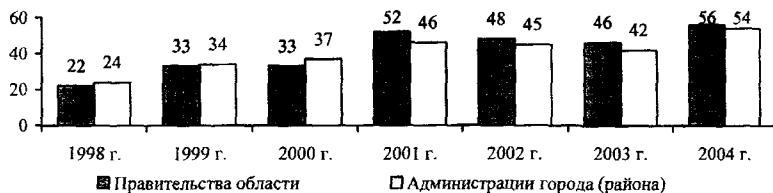


Рис. 5.4. Уровень осведомленности предпринимателей о деятельности по поддержке малого предпринимательства со стороны правительства области и администрации города, района (в % от числа опрошенных)

Но лишь 14% предпринимателей (в 2003 г. – 10%; рис. 5.5) согласны с тем, что в какой-то мере помощь государства осуществляется, хотя далеко не всегда и не во всем (доля тех, кто считает ее существенной, крайне незначительна и составляет 2%). Пятая часть опрошенных (22%) оценили государственную помощь в развитии и/или становлении своей деятельности как довольно слабую, 36% – как отсутствующую.

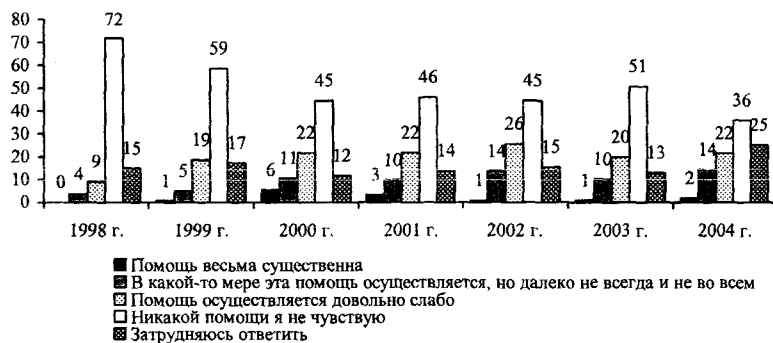


Рис. 5.5. Ответы респондентов на вопрос: «Как Вы оцениваете государственную помощь в становлении и развитии своей предпринимательской деятельности?» (в % от числа опрошенных.)

Результативность взаимодействия органов региональной и местной власти с предпринимателями оценена несколько выше, чем в 2003 г., особенно правительства области (5,2 против 3,9 балла). Тем не менее оценки довольно низкие (рис. 5.6).



Рис. 5.6. Ответы респондентов на вопрос: «Какую оценку от 1 до 10 баллов Вы дали бы результативности взаимодействия исполнительных органов власти с предпринимателями Вашего города (района)?» (в % от числа опрошенных)

В качестве наиболее эффективных видов государственной поддержки малого бизнеса со стороны региональных и муниципальных органов власти предпринимателями названы (по степени уменьшения эффективности): совершенствование законодательной базы; прямые инвестиции; предоставление налоговых льгот в рамках действующего законодательства на региональном и местном уровнях; обеспечение финансовой поддержки на начальном этапе внедрения инновационных технологий; предоставление на льготных условиях производственных площадей; предоставление субъектам малого бизнеса гарантий со стороны органов власти по обязательствам перед финансово-кредитными организациями; ослабление административного регулирования; развитие лизинговых компаний; организация курсов повышения квалификации для предпринимателей и наемных работников; организация выставок-ярмарок; обеспечение безопасности от криминальных структур; подготовка кадров для отраслей малого бизнеса; совершенствование справочно-информационного обеспечения; содействие в развитии системы общественных объединений предпринимателей; содействие развитию межрегиональных связей и связей с зарубежными партнерами.

6. ТРУДОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ В СФЕРЕ МАЛОГО БИЗНЕСА

В связи с ростом численности занятых в малом бизнесе на протяжении последних лет, увеличением доли работников малых предприятий в общей численности занятых значительный интерес представляет анализ трудовых отношений, складывающихся между работниками и работодателями в этой сфере. Он позволяет оценить степень обеспеченности трудовых прав работников малых предприятий, предусмотренных Трудовым кодексом РФ, а также выявить проблемы малых предприятий, связанные с вопросами трудовых отношений.

В настоящее время в малом предпринимательстве занята пятая часть (22%) от общей численности занятых в экономике области, из них на малых предприятиях – около половины (44%) всех занятых в малом бизнесе¹. Большая доля занятых на малых предприятиях сконцентрирована в таких отраслях, как промышленность, строительство и торговля (табл. 6.1).

Таблица 6.1

Доля занятых на малых предприятиях Вологодской области по отраслям экономики (% к общей среднесписочной численности занятых на малых предприятиях)

Отрасль экономики	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.
Промышленность	27,2	27,6	26,9	26,6
Строительство	30,9	25,0	25,4	26,9
Торговля и общественное питание	19,2	23,1	22,6	20,5
Оптовая торговля продукцией производственно-технического назначения	2,1	3,6	4,8	3,2
Сельское хозяйство	9,0	7,9	7,0	7,1
Транспорт	2,1	3,0	4,9	4,4
Здравоохранение, физкультура и социальное обеспечение	0,4	1,0	0,7	1,0
Наука и научное обслуживание	0,5	0,7	0,4	0,5
Другие отрасли экономики	8,6	8,1	7,2	9,7

Как следует из данных опроса руководителей малого бизнеса, проведенного в 2004 г., наиболее распространенными в области являются малые предприятия с численностью от 1 до 5 человек (35% от их общего количества). Далее идут предприятия с численностью от 6 до 10 чел. (27%), от 11 до 20 чел. (22%), от 21 до 50 чел. (11%), свыше 50 человек (5%).

¹ По данным за 2004 г.

Происходит постепенное увеличение доли предприятий, на которых заключаются трудовые договоры между администрацией и наемными работниками (76% в 2004 г. и 55% в 2002 г.). Это говорит о том, что трудовые отношения в малом бизнесе становятся все более цивилизованными.

Большую популярность приобретает также такой вид найма, как агентские соглашения на предоставление услуг фирме (11% в 2004 г. против 4 – 5% в 2002 – 2003 гг.). Согласно официальным статистическим данным, работники, выполнявшие в 2004 г. работы по договорам гражданско-правового характера, составляли порядка 4% от всех замещенных рабочих мест на малых предприятиях, а внешние совместители – около 6%.

Но на части предприятий (11%) факты принятия на работу по-прежнему документально не оформляются (рис. 6.1).

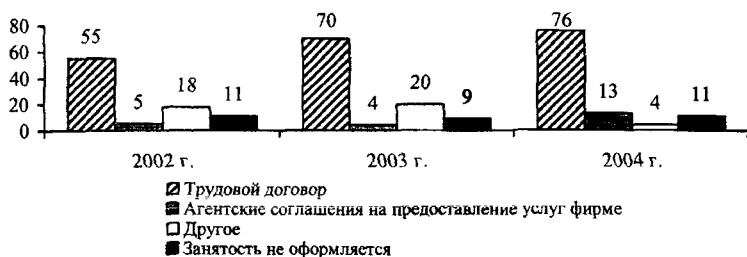


Рис. 6.1. Условия найма на малых предприятиях (% от числа опрошенных)

Результаты опроса жителей области, проведенного ВНКЦ ЦЭМИ РАН в 2004 г. в рамках изучения ее трудового потенциала, показывают, что большинство работников (67%), занятых на малых предприятиях, в большей или меньшей степени удовлетворены размером своей заработной платы. А более половины (56%) считают, что существующий заработок вполне соответствует уровню их образования, квалификации и профессионализма или даже превышает его. При этом большинство сотрудников малых предприятий (63%) в значительной степени реализуют на работе свои способности.

В таблице 6.2 приведены сравнительные оценки приоритетов служащих государственных бюджетных и частных малых предприятий. Фактор заработной платы является самым значимым для большинства работников, вне зависимости от формы собственности предприятий и организаций, где они заняты. В целом принципиальных отличий в мотивации трудящихся по этому критерию не прослеживается.

Таблица 6.2

Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Что для Вас является наиболее значимым в Вашей работе?» (в 2002 – 2003 гг.; в %)

Приоритет	Частное, малое предприятие	Государственное бюджетное предприятие
Заработная плата	80,0	75,6
Условия работы	61,9	66,2
Отношения с сотрудниками	38,9	46,0
Уверенность в будущем, гарантия занятости, стабильность	36,9	38,4
Отношения с начальством, стиль руководства	29,3	36,6
Безопасность труда	26,2	27,3
Признание и одобрение результатов работы	21,4	20,1
Возможность достижения успеха на работе	21,4	20,4
Дополнительные льготы	19,5	27,8
Возможность продвижения по службе	16,4	13,9
Возможность творческого и личного роста	11,0	14,0
Возможность быть информированным о делах фирмы, участвовать в принятии решений, представлять от лица фирмы	11,0	6,8
Отношения с подчиненными	10,2	13,6
Высокая степень ответственности	9,5	11,0

Источник: Ильин В.А., Гулин К.А., Леонилова Г.В., Давыдова В.В. Трудовой потенциал региона: состояние и развитие. – Вологда: ВНКЦ ЦЭМИ РАН, 2004. – С. 93.

В несколько большей степени для работников малых предприятий значимы возможность непосредственного участия в принятии управленческих решений, признание и одобрение результатов работы, возможность продвижения по службе. Иными словами, можно сказать, что работники малых предприятий более амбициозны и, соответственно, более нацелены на карьерный рост, нежели работники государственных предприятий. В свою очередь, последние чаще выделяют

условия работы, гарантию занятости в будущем, наличие дополнительных льгот, отношения с сотрудниками и руководством.

Обязательный (в соответствии с Трудовым кодексом РФ) социальный пакет предоставляется работникам примерно на половине малых предприятий. Так, выплата пособий по временной нетрудоспособности предусмотрена на 45% предприятий. С 14 до 43% увеличилась доля предприятий, где сотрудникам предоставляется ежегодный оплачиваемый отпуск длительностью не менее 28 календарных дней, и снизился (по сравнению с 2002 г.) удельный вес таких предприятий, на которых предоставление отпуска вообще не практикуется (рис. 6.2).

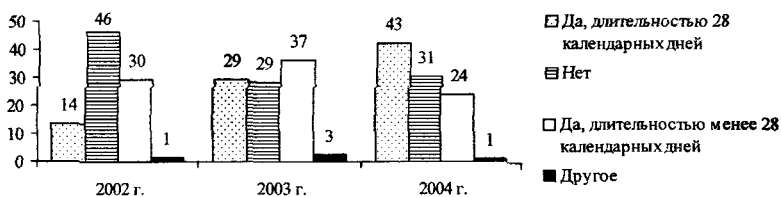


Рис. 6.2. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Предоставляется ли работникам Вашего предприятия ежегодный оплачиваемый отпуск?» (в % от числа опрошенных)

На 50% предприятий существует практика неденежных доходов сотрудников. В первую очередь – это подарки работникам и их детям, приуроченные к каким-либо праздникам. Кроме этого, на части предприятий осуществляется доставка сотрудников на работу транспортом предприятия, добровольное медицинское страхование за счет средств фирмы, бесплатные обеды на предприятии или дотации на обеды, оплата проездного билета на общественный транспорт.

Администрация большинства малых предприятий (80%) придает необходимое значение условиям труда работников, в частности режиму труда и отдыха, психологическому климату в коллективе, оборудованию рабочего места, защищенного от воздействия вредных и опасных факторов.

Из данных рисунка 6.3 видно, что основными источниками пополнения кадров на малом предприятии остаются ближайшее окружение и объявления в средствах массовой информации.

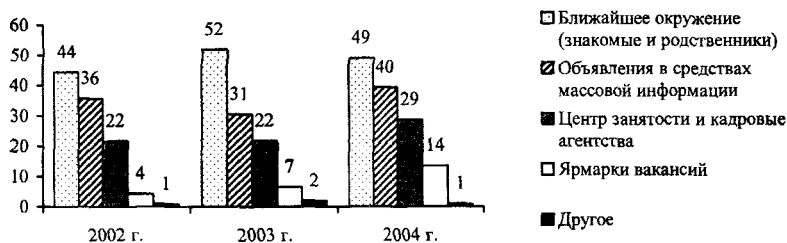


Рис. 6.3. Основные источники пополнения кадров на малых предприятиях (в % от числа опрошенных)

Все большей популярностью в настоящее время пользуются у работодателей центры занятости и кадровые агентства. Вероятно, причиной этого является предоставление здесь более полной информации о профессиональных и личных качествах потенциальных работников.

При приеме на работу предпринимателями учитываются такие качества наемных работников (по убыванию), как опыт работы в подобных фирмах, ответственность, квалификация, дисциплинированность и уровень образования. Недостаток необходимых навыков, как правило, компенсируется обучением в ходе работы (на 86% предприятий). Лишь на пятой части предприятий (21%) обучение персонала проводится на специализированных курсах и на 14% – в средних и высших учебных заведениях.

Таким образом, примерно на половине предприятий малого бизнеса области созданы или создаются благоприятные условия для работников, предоставляется социальный пакет. Это свидетельствует о позитивных изменениях в сфере трудовых отношений: часть предпринимателей в большей или меньшей степени понимают роль персонала в развитии их бизнеса. Но определенная доля все еще не придает этому должного значения. В первую очередь, это, вероятно, зависит от личностных качеств самого предпринимателя, от того, насколько он

способен планировать развитие своего бизнеса на перспективу и определять место персонала в этом развитии.

В данном вопросе нужно учитывать то, как исторически складывались отношения между предпринимателями и работниками. Не секрет, что многие предприниматели начинали свою деятельность в то время, когда спрос на рынке был явно больше предложения, а уровень безработицы – довольно высоким. Тогда, как правило, мало задумывались о качестве товаров и услуг и о том, насколько профессионализм сотрудников может влиять на это качество. Часто отношение администрации предприятия и наемных работников складывались по принципу «принят – уволен». Сейчас ситуация на рынке постепенно изменяется. Соответственно этому меняются и трудовые отношения.

Первым этапом создания качественно новых отношений между работником и работодателем в малом бизнесе является предоставление работнику трудовых прав, предусмотренных законодательством. Судя по результатам мониторинга, этот процесс проходит относительно успешно. Вторым этапом, на наш взгляд, должно стать создание условий для личной заинтересованности каждого работника в развитии всего предприятия, т.к. качество персонала служит определяющим фактором в условиях рыночной конкуренции.

7. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕГИОНЕ

В ходе проведенного исследования установлено, что из планируемых значений индикаторов развития малого бизнеса, обозначенных в «Основных мероприятиях государственной поддержки и развития малого предпринимательства в Вологодской области на 2003 – 2005 годы», в соответствии с ожидаемыми по итогам 2003 – 2004 гг. находятся лишь среднегодовые темпы прироста численности занятых (табл. 7.1).

Таблица 7.1

**Уровень соответствия
реальных значений индикаторов развития малого бизнеса планируемым**

Индикаторы	Значения индикаторов			
	Ожидаемые	Фактические		
		2003 г.	2004 г.	Среднегодовые за 2003 – 2004 гг.
Среднегодовые темпы прироста количества малых предприятий, %	2–3% в год	4,4%	-3%	0,7%
Темпы прироста численности занятых в сфере малого бизнеса, %	2–3% в год	4%	5%	4,5%
Доля занятых в малом бизнесе, % к общей численности занятых в экономике области	к 2005 г. – не менее 25%	22,1%	22,1%	-

Количество малых предприятий, увеличившись на 4% в 2003 г., в следующем году уменьшилось на 3%, а среднегодовые темпы прироста составили 0,7% (ожидаемые – 4%). Что касается доли занятых в малом бизнесе в общей численности занятых в экономике, то значение этого показателя остается без изменений (причем практически на протяжении всех лет, начиная с 1998 г.) и к 2005 г. оно составляло 22% против запланированных 25%.

Вклад же малого бизнеса в общий выпуск продукции в регионе крайне мал – порядка 5%. После значительного роста в 2003 г. объем произведенной малыми предприятиями продукции (работ, услуг) реально (с учетом инфляции) уменьшился уже в следующем, 2004 г., и составил только 91% к уровню 2003 г. Прежде всего, это обусловлено

снижением объема услуг предприятий, занятых в сфере торговли, т.к. именно эта сфера в большей степени определяет общие показатели развития малого бизнеса в области.

Данный факт подводит нас к утверждению о том, что при планировании мероприятий по развитию сферы малого предпринимательства в регионе необходим качественно новый подход, основанный на анализе ее развития в рамках отраслей экономики региона. Этого можно достичь только при тесном взаимодействии отраслевых департаментов правительства области. Кроме того целесообразно и ответственность за развитие сферы малого бизнеса в той или иной отрасли возложить на профильные структуры управления.

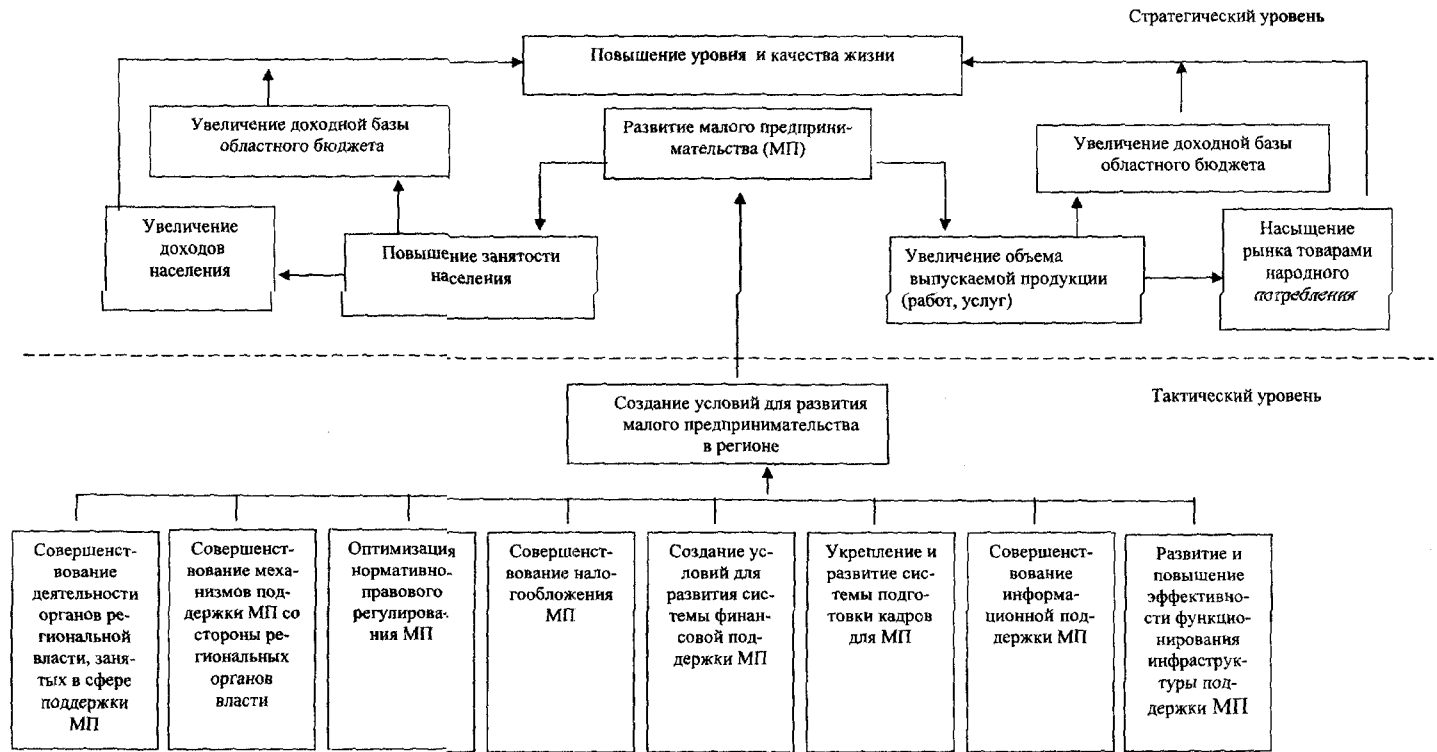
Кроме того, для расширения сектора малого бизнеса, по нашему мнению, необходимо идти двумя параллельными путями:

- Создание благоприятных условий для уже существующих субъектов малого предпринимательства.
- Расширение сферы малого предпринимательства посредством создания благоприятных условий для желающих начать свой бизнес.

Для этого требуется разработка системы стратегического планирования развития малого бизнеса, увязанного с общей концепцией социально-экономического развития региона, основной целью которой является повышение уровня жизни населения. Развитие малого предпринимательства является одним из направлений достижения этой цели, т.к. предполагает увеличение объема выпускаемой малыми предприятиями продукции, повышение занятости населения и увеличение доходной базы областного бюджета (рисунок).

В целях создания благоприятных условий для развития малого предпринимательства целесообразно предусмотреть следующие мероприятия:

1. *Совершенствование структуры управления развитием малого бизнеса в регионе.* В первую очередь, это предполагает ответственность профильных структур управления в составе правительства области за уровень развития сферы малого бизнеса в подведомственной отрасли.



Планирование развития малого предпринимательства по уровням управления

Такое разделение ответственности позволит, с одной стороны, учесть с большей степенью точности потребности субъектов малого бизнеса, с другой – определить их место в структуре отрасли и возможный вклад в ее развитие. А кроме того, при этом подходе ряд задач (например, совершенствование системы механизмов использования государственного и муниципального имущества, создание условий для развития системы финансовой поддержки малого предпринимательства и пр.) перестанут быть задачами только одной управленческой структуры, на которую в настоящее время возложено управление развитием малого бизнеса в области.

2. Совершенствование механизмов поддержки малого предпринимательства со стороны региональных и муниципальных органов власти. Речь идет прежде всего о создании оптимальных условий для доступа субъектов малого бизнеса к государственным и муниципальным заказам и к использованию государственного и муниципального имущества.

Для обеспечения доступа к государственным и муниципальным заказам полезно согласовать региональные нормативные акты, регламентирующие данный порядок, с целью резервирования определенной доли в общем объеме заказов для субъектов малого предпринимательства. Вместе с тем необходима разработка системы мониторинга и информирования о резервировании части госзаказов для субъектов малого бизнеса, а также о случаях неоправданного использования ведомствами контрактных требований, мешающих предпринимателям участвовать в конкурсах.

Для обеспечения доступа субъектов малого бизнеса к государственному и муниципальному имуществу необходимо, во-первых, провести анализ и доработку нормативных актов, регулирующих данную сферу, во-вторых, создать постоянно обновляющуюся базу данных о свободных помещениях и земельных участках и, в-третьих, разработать систему контроля, способную обеспечить прозрачность имущественных отношений между арендаторами и арендодателями.

3. *Создание условий для развития системы финансовой поддержки малого предпринимательства.* В первую очередь, необходимо сотрудничество между исполнительными органами власти и институтами банковского кредитования.

На начальной стадии требуется разработать механизм предоставления гарантий для субъектов малого бизнеса перед банковскими учреждениями со стороны региональных и (возможно, в первую очередь) муниципальных органов власти. Впоследствии, на его базе, целесообразно формирование межведомственных (между структурами исполнительной власти и банками) программ кредитования субъектов малого предпринимательства в зависимости от степени приоритетности (для области или муниципального образования) сферы деятельности данных субъектов.

4. *Развитие системы подготовки кадров для сферы малого предпринимательства.* Здесь необходима подготовка высококвалифицированных менеджеров как для региональных и муниципальных органов управления, так и непосредственно для субъектов малого бизнеса. Во втором случае речь идет не только о руководителях, но и о рядовых сотрудниках. При этом необходимо предварительно провести анализ развития тех или иных сфер предпринимательской деятельности в территориальном разрезе. И в зависимости от потребности каждой территории возможна, например, на базе центров занятости организация курсов повышения квалификации наемных работников определенных специальностей.

5. *Развитие инфраструктуры поддержки малого предпринимательства.* Как правило, организации инфраструктуры (исключая органы государственной поддержки) сами являются малыми предприятиями и формируются автономно, в зависимости от потребностей рынка. Поэтому к ним применимы практически все виды поддержки, указанные выше.

Отдельно отметим перспективность развития в регионе сети бизнес-инкубаторов (технопарков), способных обеспечить сравнительно «легкое начало» предпринимательской деятельности.

Не следует забывать и об общественных организациях предпринимателей. В данном вопросе речь идет не только о всесторонней поддержке их со стороны региональных и муниципальных органов управления, но и о тесном сотрудничестве с ними.

6. Совершенствование информационной поддержки. Проведенный анализ позволяет предположить, что в настоящее время наиболее востребованной предпринимателями является информация по правовым вопросам и о рынке технологического оборудования (для занятых в производственных отраслях, в т.ч. сельском хозяйстве).

В первом случае возможно создание (например, на базе органов муниципальной власти) «горячих линий» для консультирования по правовым вопросам малого бизнеса с привлечением квалифицированных юристов.

Что касается второго, – то здесь необходимо тесное сотрудничество между исполнительными органами управления и научными организациями области (Центр научно-технической информации, Вологодские государственный технический университет и молочнохозяйственная академия) с целью обновления основных фондов малых предприятий, в первую очередь на базе местных разработок.

Для категории граждан, желающих начать свой бизнес, на базе центра занятости или какой-либо консалтинговой организации возможно предоставление консультационной поддержки. Причем не столько по таким вопросам, как и где зарегистрировать предприятие (подобную информацию дает налоговая инспекция), а, скорее, как выбрать ту или иную сферу деятельности, просчитав при этом необходимые начальные вложения и возможные риски (т.е. вплоть до разработки бизнес-плана), или где можно получить дополнительное образование по основам менеджмента и планирования.

7. Оптимизация нормативно-правового и налогового регулирования сферы малого предпринимательства предусматривает анализ законодательных и иных региональных нормативных актов, регулирующих данные вопросы, а также разработку проектов и поправок к этим актам.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящее время органы государственной власти России признают, что развитие малого предпринимательства – это эффективный инструмент для создания устойчивой экономики, способный обеспечить высокий уровень и качество жизни населения как в стране в целом, так и в ее регионах. Однако вклад малого предпринимательства в экономику еще очень мал. Интегральный индекс его развития, обобщающий данные о его доле в формировании валового продукта и рынка труда и используемый Европейской экономической комиссией ООН в качестве одного из комплексных экономических индикаторов социально-экономического развития государств, составляет в развитых странах 0,3 - 0,4, в странах Восточной Европы (таких, как Венгрия, Польша, Эстония) – 0,2 - 0,3, в то время как в России¹ – только 0,011.

Такая ситуация обусловлена тем, что сегодня российское предпринимательство сталкивается с множеством трудностей и проблем. Эффективность мероприятий, проводимых на федеральном уровне, еще достаточно низка. В частности, принятые законодательные акты, имеющие своей целью деbüroкратизацию сферы малого бизнеса, не дали ожидаемого эффекта, изменения в налоговых режимах также незначительно улучшили положение предпринимателей. Не решена ключевая проблема повышения роли природно-ресурсной ренты в формировании финансово-бюджетных ресурсов, в связи с чем значительное бремя социальных расходов в виде налогов ложится на малый бизнес.

Но здесь следует признать, что если законодательные акты, включая налоговую политику, формируются на уровне Федерации, то задача развития инфраструктуры поддержки малого бизнеса, безусловно, лежит на региональных и муниципальных органах власти. Но мероприятия, проводимые в настоящее время на этих уровнях, малоэффективны. Между тем, учитывая, что в соответствии с проводимой федеральной политикой основная (и финансовая, и организационная)

¹ Состояние и основные проблемы развития малого предпринимательства в РФ, анализ эффективности существующих механизмов государственной поддержки и развития малого предпринимательства: Доклад рабочей группы по вопросам поддержки и развития малого и среднего бизнеса (*проект*). – Москва, 2001// <http://docs.rcsme.ru/Federal/Conception/report-work-gr.doc>.

нагрузка переносится именно на региональный уровень, необходимо активизировать работу по поддержке малого предпринимательства в области. Речь идет, в первую очередь, о системном подходе к проблемам малого бизнеса, о формировании стратегии и тактики, направленных на решение его проблем. При этом необходимо прорабатывать мероприятия по поддержке этой сферы экономики во взаимосвязи с общими целями социально-экономического развития региона. В связи с тем, что до 95% прироста валового внутреннего продукта развитых стран обеспечивается за счет научно-технического прогресса ¹, приоритетной задачей является создание условий для инновационного малого бизнеса как наиболее эффективной организационно-экономической формы разработки и продвижения на рынок новых технологий.

В свою очередь, формирование и реализация стратегии развития малого предпринимательства в регионе и управление этим процессом невозможны без глубокого анализа ситуации, основанного на объективной информации о состоянии этого сектора экономики и условиях его функционирования. К сожалению, в настоящее время информация о сфере малого бизнеса в регионе не отличается системностью. Крайне неполными являются сведения о его муниципальном секторе, что не позволяет делать объективных внутрирегиональных сопоставлений. Надеемся, что эта книга внесет свою лепту в расширение информационного поля малого бизнеса в регионе, а также в обсуждение проблем и перспектив его развития.

Следует отметить значительные недостатки в системе статистического учета малых предприятий. Отсутствие сегодня сопоставимых экономических показателей не позволяет провести системный анализ по таким отраслям, как наука и научное обслуживание, здравоохранение, физкультура и социальное обеспечение и ряд других. Между тем эти отрасли определены правительством Вологодской области как приоритетные в сфере малого бизнеса, и учитывать уровень и динамику их развития необходимо для планирования мероприятий по созданию благоприятных внешних условий деятельности субъектов малого предпринимательства, занятых в этих отраслях.

¹ Путь инноваций: без оврагов // Поиск. – 2002. – № 50.

Научное издание

**Гулин Константин Анатольевич
Хамидулина Елена Ахмедовна**

Научный редактор

Ильин Владимир Александрович

**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

Редакционная подготовка
Оригинал-макет
Обложка

Л.Н. Воронина
Е.А. Хамидулина
А.А. Воробьева

Подписано в печать 25.05.05.

Формат бумаги 60x84 ¹/₁₆. Бумага офсетная.

Усл. печ. л. 4,41. Тираж 330 экз. Заказ №265.

160014, г. Вологда, ул. Горького, 56а, ВНКЦ ЦЭМИ РАН,
Тел. 54-43-79, e-mail: common@vscc.ac.ru