
ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПЕРСПЕКТИВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНАХ РОССИИ

Филимонова Н.М.

В статье рассмотрены проблемы стратегического планирования развития малого предпринимательства в регионах Российской Федерации, которые заключаются в размытости стратегических направлений развития малого бизнеса, механизмов мониторинга и контроля реализации стратегических планов. Основное внимание уделено определению выбора стратегических направлений развития малого предпринимательства с учетом уровня развития региона, предложены инструменты и механизмы реализации данных направлений.

Малое предпринимательство играет важную роль в социально-экономическом развитии стран. Это подтверждается вкладом малого предпринимательства в валовый национальный продукт в развитых странах (от 33 до 66%), в обеспечение занятости (предоставляет работу от 46 до 78% общей численности занятых в производстве), проведение динамичных структурных изменений в отраслях, передачу современных технологий в крупный бизнес и перспективные отрасли. В то же время в России в сфере малого предпринимательства создается 10 – 13% ВВП и обеспечивается занятость 10% трудоспособного населения.

В настоящее время в условиях наметившегося экономического подъема в России значение малых предприятий существенно возрастает, что обусловлено их ролью и значением в создании высококомобильного сектора экономики, функционирующего с относительно меньшими инвестиционными затратами. Кроме того, несмотря на более короткий жизненный цикл отдельного малого предприятия, в своей совокупности они обеспечивают стабильность бюджетных поступлений в отличие от крупных предприятий, более успешные из которых на сегодняшний день имеют сырьевую направленность, что усиливает зависимость экономики страны и соответственно налоговых поступлений в бюджетную систему от конъюнктуры мировых цен.

Для решения этих проблем законодательными и исполнительными органами государственной власти различного уровня ежегодно разрабатывается и принимается множество программ и законодательных актов, направленных на развитие и поддержку малого предпринимательства, создаются объекты инфраструктуры. Однако значительная часть мероприятий этих программ не выполняется, поскольку сами программы в большинстве своем являются формальными, а мероприятия осуществляются несистематически, что объясняется не только экономическими, но и организационными факторами: слабостью планирования и отсутствием единой методической базы их разработки. Поэтому, несмотря на большую работу, эффект от этих действий не соответствует прилагаемым усилиям и требованиям развития экономики.

Анализ стратегических направлений развития малого и среднего предпринимательства в зарубежных странах показал, что они ориентированы, прежде всего, на достижение конкурентных страновых преимуществ путем задействования потенциала малого предпринимательства. Выделенные уровни воздействия внешней среды в условиях глобализации (мировой; страновой; региональный; уровень малого предпринимательства), которая, с одной стороны, создает различного рода угрозы, а с другой – возможности, позволили определить пути реализации государственных стратегий в облас-

ти развития малого предпринимательства. Создание благоприятных условий для деятельности малого предпринимательства заключается в основном в снижении её регулирования, административных барьеров, взносов на социальные нужды, налогового бремени, в проведении кампаний за независимое предпринимательство, предоставлении доступа к информационным и финансовым ресурсам, поддержке создания и развития малых инновационных фирм и предпринимательских сетей. Особенностью государственной поддержки развития малого предпринимательства в зарубежных странах в отличие от России является наличие стратегических планов развития малого предпринимательства не только на страновом, но и региональных, муниципальных уровнях, которые (планы) обладают всеми необходимыми элементами (миссия, видение, анализ возможностей и угроз со стороны внешней среды, сценарии развития малого предпринимательства и др.). В запланированных мероприятиях указываются сроки осуществления и ответственные исполнители, а также необходимые инвестиционные вложения и источники финансирования.

Необходимо отметить, что законодательно закреплённой стратегии развития малого предпринимательства в Российской Федерации не существует. В государственных нормативно-правовых документах традиционно декларируется необходимость развития малого предпринимательства как одного из факторов повышения социально-экономического развития регионов. В государственной программе поддержки малого предпринимательства также не сформулирована стратегия развития, а цели программы не отражают необходимость развития малого бизнеса для экономики в целом. Поэтому на данный момент стратегические программы не обеспечивают эффективного решения задач повышения уровня социально-экономического развития территорий России путем использования потенциала малого предпринимательства.

В программе социально-экономического развития Российской Федерации и региональных стратегиях цели развития определены как "обеспечение устойчивого повышения уровня жизни населения, снижение социального неравенства, дальнейшее утверждение экономической и политической роли страны в мировом сообществе" (Российская Федерация), "обеспечение стабильного улучшения уровня жизни населения на основе устойчивого сбалансированного развития экономики области" (Вологодская область); "развитие человека и улучшение качества его жизни" (Нижегородская область); "обеспечение устойчивого функционирования базовых отраслей Мурманской области на долгосрочную перспективу, что, в свою очередь, явится основой стабильной деятельности производственной инфраструктуры и в конечном итоге создаст благоприятные условия для повышения качества жизни населения области; обеспечения существенного улучшения состояния окружающей среды" (Мурманская область). Анализ целей регионального развития показывает их излишне общий характер, поэтому из-за невозможности оценки степени достижения цели при отсутствии желаемых стандартов качества жизни возникают трудности в процессе принятия управленческих решений в области регионального развития.

Кроме того, существует разнообразие сценариев развития в ряде регионов, например, такие как базовый, лучший и худший (Пензенская область); оптимистический и пессимистический (Нижегородская область, Мурманская область), критический, умеренный и радикальный (г. Казань). Так же широко используются качественные (Пермская область) и количественные (Калининградская область) характеристики при условии полной реализации стратегии. В некоторых регионах сценарии развития подменяются стратегиями развития: инерционный; свободное предпринимательство и устойчи-

вое развитие (Саратовская область); инерционный, промышленный и сервисный (г. Новосибирск); создание оптового продовольственного рынка; сохранение частных фирм (оптовых предприятий) без консолидации; упорядочение соотношения магазинных и внемагазинных форм продажи товаров (Ивановская область); умеренно-консервативный, инновационный, инвестиционный (Вологодская область); инерционное развитие, активная поддержка приоритетных производственных систем, ориентация бизнеса на создание индивидуализированных товаров и услуг (Приморский край). Использование подобных сценариев развития не дает возможности провести оценку степени реализации стратегических планов.

Стратегия развития малого предпринимательства должна являться неотъемлемой частью стратегии социально-экономического развития страны и регионов.

Таким образом, анализ региональных стратегий развития показал, что существует целый ряд типичных ошибок при их разработке:

- отсутствие таких важных элементов, как миссия, видение;
- отсутствие обратной связи в виде систематического контроля над внедрением стратегического плана;
- отсутствие детального плана внедрения мероприятий с указанием ответственных исполнителей, сроков реализации и конечных результатов;
- отсутствие мониторинга текущих изменений во внешней среде, с учетом результатов которого должны определяться сценарии развития;
- отсутствие четко прописанных механизмов контроля реализации мероприятий.

Одной из основных проблем является установка стратегических ориентиров развития малого предпринимательства. Для их определения предлагается использовать матрицу "привлекательность региона – место малого предпринимательства в регионе". Для разработки планов развития на различных уровнях управления могут использоваться различные факторы и уровни детализации. Предлагаемая методика позволяет обосновать выбор общей стратегии развития малого предпринимательства с учетом специфики регионов России.

В зависимости от квадранта (см. таблицу) предложены стратегии развития малого предпринимательства для различных регионов:

1А. Стратегия концентрической диверсификации рекомендована для регионов, где происходит снижение количества малых предприятий, их место в региональной экономической системе незначительно, высок уровень конкуренции. Основными инструментами реализации данного стратегического направления являются: поддерживающее финансирование путем оказания налоговых льгот; дерегулирование, направленное на преодоление многочисленных барьеров, и льготное налогообложение.

1В. Стратегия внутреннего роста приемлема для регионов, где присутствует большое количество крупных предприятий, имеются внутренние резервы развития, высок уровень жизни. Основными инструментами являются меры косвенного стимулирования: создание более либерального режима функционирования хозяйственных объектов, упрощенный режим регистрации и отчетности компаний.

Таблица

Матрица "привлекательность региона – конкурентоспособность малого предпринимательства"

		Конкурентоспособность малого предпринимательства		
		Низкая	Средняя	Высокая
Высокая	Тверская область; Республика Татарстан		Липецкая область; Республика Башкортостан; Белгородская область; Тюменская область; Пермская область; Новгородская область; Республика Коми; Ярославская область	Свердловская область; Самарская область; г. Санкт-Петербург; г. Москва
	Республика Мордовия; Костромская область; Республика Алтай; Республика Северная Осетия; Республика Адыгея; Тамбовская область; Владимирская область; Тульская область; Курская область; Брянская область; Ивановская область; Чувашская Республика; Смоленская область; Оренбургская область	1А	Кировская область; Удмуртская Республика; Волгоградская область; Астраханская область; Красноярский край; Республика Саха (Якутия); Пензенская область; Иркутская область; Мурманская область; Омская область; Псковская область; Сахалинская область; Вологодская область; Ленинградская область; Томская область; Рязанская область; Саратовская область; Ставропольский край; Краснодарский край; Калужская область; Хабаровский край; Орловская область; Воронежская область; Республика Карелия; Новосибирская область; Челябинская область	1В
Средняя	Республика Дагестан; Республика Калмыкия; Ингушская Республика; Читинская область; Еврейская автономная область; Кабардино-Балкарская Республика; Республика Тыва; Карачаево-Черкесская Республика; Республика Хакасия; Курганская область; Республика Марий Эл; Республика Бурятия; Алтайский край; Амурская область	2А	Ульяновская область; Приморский край; Камчатская область; Архангельская область	
	Республика Дагестан; Республика Калмыкия; Ингушская Республика; Читинская область; Еврейская автономная область; Кабардино-Балкарская Республика; Республика Тыва; Карачаево-Черкесская Республика; Республика Хакасия; Курганская область; Республика Марий Эл; Республика Бурятия; Алтайский край; Амурская область	3А	Ульяновская область; Приморский край; Камчатская область; Архангельская область	3В
Привлекательность региона				

1С. Стратегия активной обороны от крупного бизнеса предлагается для регионов, где уровень социально-экономического развития сопоставим с уровнем развитых зарубежных стран, имеется большое количество крупных предприятий, высокий уровень конкуренции в различных отраслях, монополизация рынка, высокоразвитая инфраструктура, поэтому основными инструментами является правовая поддержка малого предпринимательства с целью не допустить его вытеснения с рынка, организация бизнес-сообществ, создание и развитие технопарковых структур, развитие электронного бизнеса, помощь малому предпринимательству для выхода на внешний рынок.

2А. Стратегия фокусирования рекомендована для регионов со средней инвестиционной привлекательностью и низким уровнем развития малого предпринимательства. Инструментами для реализации стратегических направлений являются выделение точек роста, селективное финансирование.

2В. Стратегия конгломератной диверсификации приемлема для регионов, где имеется финансовый капитал, рынок товаров и услуг насыщен. Избирательное стимулирование развития малого предпринимательства в приоритетных отраслях экономики в зависимости от специфики региона, разработка новых технологий с использованием потенциала малого бизнеса являются основными инструментами реализации стратегии.

2С. Вертикальная интеграция (кластеризация) применима для регионов, где малое предпринимательство занимает существенное место. Основным инструментом реализации данной стратегии является налаживание взаимосвязей малого предпринимательства с крупным бизнесом (аутсорсинг, субконтракция, технопарки, кластеры).

3А. Антикризисная стратегия рекомендована для регионов, в которых происходит спад в экономике, существуют высокий уровень безработицы, низкое качество инфраструктуры, высокие риски. Основными механизмами реализации стратегии являются выявление внутренних резервов развития, привлечение специалистов, создание предпринимательских зон, в которых на основе законодательных актов местным властям будет предоставлена возможность осуществления комплекса мер по стимулированию предпринимательства: налогового льготирования, предоставления земли под новое строительство, передачи в аренду на льготных условиях старых помещений под реконструкцию и т.д. Это даст возможность создания новых рабочих мест, обеспечит прилив капитала в депрессивные регионы и, как следствие, снижение уровня безработицы за счет маятниковых миграций и улучшение имиджа всего района.

3В. Горизонтальная интеграция рекомендована для регионов, где существуют низкий уровень развития экономики, недостаточность собственных средств. Основными инструментами являются вовлечение малого предпринимательства в деятельность крупных предприятий на одну и ту же стадию цепочки создания ценностей, объединение малых предприятий, привлечение внешних ресурсов.

3С. Реструктуризация бизнеса предлагается для регионов, имеющих низкие уровни развития экономики и эффективность или отсутствие крупных предприятий, поэтому путем выделения малых предприятий из крупных можно повысить уровень развития данных регионов.

Стратегия развития малого предпринимательства в каждом отдельном регионе предполагает использование различных методов и инструментов для достижения единой цели – повышения качества жизни населения.

С помощью расчетов интегральных показателей конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности проведено позиционирование основных отраслей экономики Владимирской области. Оно позволило выявить следующие точки роста: сте-

кольная промышленность, медицинская, химическая и нефтехимическая, машиностроение и металлообработка. Привлечение малого бизнеса в данные отрасли позволит использовать его инновационный потенциал и повысить конкурентоспособность данных отраслей. Однако реализация поставленных задач осложняется низкой фондовооруженностью малого бизнеса. В настоящее время малый бизнес Владимирской области, производящий 21,2% ВРП, располагает не более 4 – 5% всех основных, имеющихся в распоряжении организаций региона, средств.

Поэтому следующим приоритетным направлением политики в области поддержки малого предпринимательства является выбор направлений и механизмов инвестирования в инновационные виды деятельности – в высокие технологии, в инновационные проекты малого предпринимательства, связанные с выделенными приоритетными направлениями. Осуществление данных мероприятий предполагается за счет возмещения части затрат по лизинговым платежам, части затрат, связанных с уплатой процентов по кредитам, привлеченным в кредитных организациях для пополнения основных фондов, субсидирования наукоемких проектов на условиях долевого финансирования целевых расходов.

Кроме того, было бы целесообразно увеличить доступность кредитных средств предприятиям малого бизнеса при реализации социально значимых программ, таких как создание производств с появлением новых рабочих мест, за счет субсидирования процентной ставки, что позволит снизить уровень безработицы в регионе, а также целенаправленно поддерживать рост объемов деятельности в той или иной отрасли.

Данные механизмы были использованы при разработке областной целевой Программы содействия развитию малого предпринимательства во Владимирской области на 2007 – 2008 годы.

Ожидаемым конечным результатом является повышение эффективности деятельности субъектов предпринимательства (в 2008 году к 2005 г.): увеличение вклада субъектов малого предпринимательства в общий объем налоговых поступлений до 17,5% и в валовый региональный продукт до 10,5%.