

Шихвердиев А.П.

«Управление конкурентоспособностью в малом и среднем
бизнесе»

Сыктывкар 2012 г.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:**А.О. Блинов**, д.э.н,

профессор Финансового университета при правительстве Российской Федерации,
академик РАЕН;

В.А. Статин, генеральный директор
Объединения по защите интересов акционеров
предприятий и организаций (ОПИАК),

Монография

Шихвердиев А.П. *УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ В МАЛОМ И СРЕДНЕМ БИЗНЕСЕ: Монография.* - Сыктывкар: Изд. СыктГУ, 2012. - 149 с.

В монографии рассматриваются теоретические и методические основы конкурентоспособности малых и средних предприятий, была проанализирована конкурентоспособность малого и среднего бизнеса в системе взаимоотношений бизнеса и власти. В монографии отражены результаты научного исследования, проведенного в целях изучения конкурентоспособности малых и средних предприятий Республики Коми и поиск механизмов ее повышения в системе взаимоотношений бизнеса и власти.

Предназначено для управленцев, предпринимателей, экономистов, аспирантов, магистрантов и студентов высших учебных заведений, изучающих проблемы управления, права и экономики.

Сыктывкарский государственный университет.

В подготовке книги приняли участие:

1. Кириенко Е.С.- эксперт Научно-исследовательского центра корпоративного управления, права и венчурного инвестирования СыктГУ.
2. Калина А.В.- эксперт Научно-исследовательского центра корпоративного управления, права и венчурного инвестирования СыктГУ.
3. Мазур В.В.- магистрант СыктГУ.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	5
1. Теоретические и методические основы конкурентоспособности малых и средних предприятий.....	6
1.1 Содержание понятия конкурентоспособности на разных уровнях экономики.....	6
1.2 Факторы, определяющие конкурентоспособность малых и средних предприятий.....	17
1.3 Основные методы оценки конкурентоспособности предприятий малого и среднего бизнеса.....	20
1.4 Управление конкурентоспособностью малых и средних предприятий.....	27
1.4.1 Стоимостной подход к управлению конкурентоспособностью организации.....	27
1.4.2 Роль корпоративного управления в повышении конкурентоспособности малого и среднего бизнеса.....	34
2. Конкурентоспособность малого и среднего бизнеса в системе взаимоотношений бизнеса и власти.....	37
2.1 Институциональные основы сущности малого и среднего предпринимательства.....	37
2.2 О предпринимательской составляющей национального богатства.	47
2.3 Роль малых и средних предприятий в повышении конкурентоспособности национальной экономики.....	54
2.4 Сложности и проблемы малого предпринимательства в России.	61
2.5 Динамика развития малого и среднего бизнеса в Республике Коми.....	87
2.5.1 Средние предприятия.....	88
2.5.2 Малые предприятия.....	98
2.5.3 Микропредприятия.....	107
2.5.4 Индивидуальные предприятия.....	111
2.5.5 Меры государственной поддержки малого и среднего бизнеса на территории Республики Коми.....	114
2.6 Проблемы и перспективы развития малого и среднего бизнеса в Республике Коми.....	117
2.7 Эффективность взаимоотношений бизнеса и власти как фактор обеспечения конкурентоспособности малых и средних предприятий.....	124
3. Анализ конкурентоспособности малого и среднего бизнеса РК в системе взаимоотношений бизнеса и власти и разработка механизмов ее повышения.....	131
Заключение.....	141
Библиографический список.....	146

ВВЕДЕНИЕ

Экономическая эффективность любого государства определяется, прежде всего, объемом валового продукта на душу населения; уровнем инфляции, безработицы; развитием инновационных технологий; устойчивостью к возможным мировым экономическим кризисам.

Методов и способов влияющих на достижение роста экономики и рациональное использование ресурсов страны множество. Одним из сегментов оказывающим существенное влияние на экономическое развитие в целом является малый и средний бизнес.

От уверенного развития малого и среднего бизнеса напрямую зависит насыщение рынка разнообразными товарами и услугами, формирование здоровой конкурентной среды, создание новых рабочих мест. И конечно, - укрепление промышленного и аграрного потенциала российских регионов, повышение качества жизни населения страны. Кроме того малый и средний бизнес являются наиболее эффективными проводниками новых технологий и инноваций, что обусловлено особенностями малых предприятий и их преимуществами при выполнении НИОКР.

Таким образом, обеспечение конкурентоспособности малого и среднего бизнеса должно стать одной из ведущих направлений государственной региональной политики по достижению высокого уровня социального–экономического развития региона и повышению благосостояния жителей.

Повышение конкурентоспособности малого и среднего бизнеса в регионе должно быть не только задачей самого бизнеса, но и целью деятельности органов государственной власти. Власть и бизнес должны совместно выработать механизмы обеспечения конкурентоспособности предприятий.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

1.1 Содержание понятия конкурентоспособность на разных уровнях экономики

Развитие в России рыночных отношений в сфере экономики, коренной переворот в курсе развития страны наложили свой отпечаток на все сферы жизнедеятельности. Экономическая сфера, являясь системообразующей, оказывает наибольшее влияние на все остальные области человеческой деятельности. В результате произошло распространение применения экономических категорий и понятий на многие другие области. Основу рыночной экономики составляет понятие конкуренции, как главной движущей силы эволюции взаимоотношений субъектов, функционирующих в данной среде. Наиболее успешным участником такого соревнования является тот, кто способен выдерживать конкурентную борьбу на отечественном и внешнем рынках. Такая характеристика, как конкурентоспособность, до недавнего времени являлась категорией, во-первых, мало разработанной отечественной экономической наукой, а во-вторых, во многом спорной и дискуссионной, на что есть веские причины [2, с. 17-22]:

- в дореформенных условиях (до 1985-1992 гг.) обращение к этой области экономической жизни не было актуальным, а трансформация национальной хозяйственной системы России оказалась настолько быстрой и радикальной, что наука не успевает основательно осмыслить новые реальности;
- в определенной степени такому осмыслению мешают и кажущаяся очевидность содержания категории конкурентоспособности, и ее близость к категории эффективности (их нередко рассматривают в качестве однопорядковых), хотя первая, основываясь на последней, включает в себе более сложные взаимосвязи отдельных характеристик анализируемых объектов;
- многоаспектность проблемы. Ее исследуют специалисты по маркетингу, управлению качеством, товароведению, менеджменту, макро- и микроэкономике, при этом никто из специалистов не пытается выйти за рамки своей специальности. Однако накопленный большой научный и прикладной материал требует синтезировать подходы [31, с.57];
- высокая теоретизированность и низкий уровень практической применимости. Развитие рыночной экономики в условиях российской действительности происходило исключительно экспериментальным способом, когда решения принимались, разработки внедрялись, а затем происходило теоретическое осмысление результатов.

По такой схеме можно развиваться только до определенного этапа, на незначительных уровнях сложности хозяйственных взаимоотношений. Когда же наступил предел этого направления, проснулся интерес к более теоретизированным подходам. В результате стали разрабатываться фундаментальные категории рыночных взаимоотношений, и на сегодняшний день отечественная наука накопила некоторый теоретический потенциал.

Понятие «конкурентоспособность», если говорить дословно, обозначает «быть способным к конкуренции». Рассмотрение вопроса в данной плоскости может помочь ответить на ряд вопросов. В научной литературе, посвященной данной проблеме присутствуют разные подходы к определению конкуренции. Известно определение конкуренции, приведённое в ст. 4 Федерального закона РФ «О защите конкуренции» № 135-ФЗ от 08.07.2006 г.: «Конкуренция - соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке» [1].

На современном этапе развития экономики данный подход к вопросу является односторонним, так как рассматривает конкуренцию только как деятельность по ограничению свободы соперников и не учитывает собственной заинтересованности субъектов в положительном действии. Такой подход является явно недостаточным для изучения сути конкурентоспособности, так как в данном случае суть конкурентоспособности сводится исключительно к наличию возможности и средств эффективно препятствовать свободе действия соперников. Однако здесь просматривается весьма существенная, скорее даже основополагающая, составляющая конкуренции — принцип состязательности.

Вот наиболее типичные определения конкуренции, определяемой как соперничество экономических субъектов в различных интерпретациях:

- состязательность на рынке в условиях отсутствия монополии;
- состязательные, сопернические отношения между двумя или несколькими экономическими субъектами хозяйственной деятельности, проявляющиеся в виде стремления каждого из них обойти других в достижении единой цели, получить более высокий результат;
- конкуренция есть особый вид по замыслу честной экономической борьбы, в которой при наличии, в принципе, равных шансов у каждой из претендующих сторон верх одерживает более умелая, предприимчивая, способная сторона;
- соперничество между участниками рынка за лучшие условия производства и реализации продукции.

Анализируя подходы к конкурентоспособности, необходимо рассмотреть вторую базовую составляющую понятия конкуренции — заинтересованность участников. В рамках классической экономической теории конкуренция рассматривается как неотъемлемый элемент рыночного механизма. А.Смит трактовал конкуренцию как поведенческую категорию, когда индивидуальные продавцы и покупатели соперничают на рынке за более выгодные продажи и покупки соответственно. Конкуренция — это та самая «невидимая рука» рынка, которая координирует деятельность его участников. Наибольшее развитие конкуренция получает в условиях капиталистического способа производства. Цель конкуренции — борьба за получение возможно большей прибыли. Таким образом, другой стороной конкуренции, ее движущей силой для каждого из участников являются личный мотив, заинтересованность в достижении положительного для себя результата. Противодействие соперникам не должно и не может быть самоцелью конкуренции. Это есть второстепенное следствие предпринимаемых усилий по достижению выгодных для себя результатов. В переводе с латинского конкурировать означает «сталкиваться». Фактически, конкуренция — это борьба, противостояние интересов. И как любая борьба, конкуренция не исключает возможности действий соперников, направленных исключительно на препятствие по достижению поставленной вами цели. Это также необходимо учитывать, оценивая конкурентоспособность.

Исходя из вышесказанного, можно заключить, что конкурентоспособность объекта — это состояние, характеризующее реальную или потенциальную возможность выполнения своих функциональных обязанностей в условиях возможного противодействия соперников. Данное определение представляет наиболее общую, применимую к без исключения всем объектам характеристику.

Оценкой и анализом конкурентоспособности в последнее время занимается достаточное количество различных участников рынка: это и конкуренты, инвесторы и т. д. Любой из субъектов оценки конкурентоспособности, какие бы цели он ни преследовал, желает знать, какой из объектов в наибольшей, а какой в наименьшей степени конкурентоспособен. Возникает проблема количественной оценки конкурентоспособности. В этом случае мы сталкиваемся со сравнительной оценкой, которая в экономической литературе получила название «уровень конкурентоспособности». Необходимо отметить, что многие авторы, применяя понятие «конкурентоспособность», подсознательно имеют в виду именно это — степень превосходства одного объекта над другим, что отражает уровень конкурентоспособности. Трактовка категории «уровень конкурентоспособности» в обозначенном ракурсе опирается на факт существования конкуренции, которая предполагает наличие соперников. По отношению к ним и определяется степень превосходства. В противном случае, просто неправильно говорить о конкурентоспособности каких-либо объектов.

Такая характеристика, как конкурентоспособность, является оценочным показателем, поэтому предполагает наличие субъекта, объекта и цели оценки [35, с. 175]. Формирование цели исследования является первым и основополагающим этапом проведения оценки. От его результатов зависит весь дальнейший ход анализа. Важно понимать, что неправильное определение цели проводимой оценки может исказить результаты исследования. Например, если необходимо определить положение данного товара в ряду аналогичных, то достаточно провести их прямое сравнение по важнейшим параметрам; если целью исследования является оценка перспектив сбыта товара на конкретном рынке, то в анализе должна использоваться информация, включающая сведения об изделиях, потребностях, удовлетворяемых данным изделием, уровне доходов потребителей предполагаемого сегмента рынка, а также сведения об изменении действующих в стране стандартов и законодательства, динамики потребительского спроса.

Оценка уровня конкурентоспособности каких-либо объектов может преследовать самые разнообразные цели: от изучения положения конкретного товара на рынке до изучения инвестиционной привлекательности целых отраслей или стран. Поэтому данное многогранное понятие может быть определено в различных аспектах в зависимости от решаемых задач. В роли субъектов оценки могут быть различные участники рынка (продавцы, покупатели, конкуренты), органы государственной власти, инвесторы. Конкурентоспособность — самый универсальный показатель рыночного состояния любых объектов и может предоставлять полезную информацию многим участникам рынка. Конкурентоспособность является универсальным показателем, который может применяться во многих сферах жизнедеятельности, но все же по своей сути она остается понятием экономическим, и наиболее правильное ее применение именно к экономическим объектам.

В иерархии понятий конкурентоспособности базовым является «конкурентоспособность продукции», которая может рассматриваться для различных видов товаров (производственно-технического назначения, потребительского назначения, услуг, информации и т.п.).

Конкурентоспособность товара. В целом, под конкурентоспособностью товара (услуги) понимается комплекс его потребительских и стоимостных (ценовых) характеристик, определяющих его успех на рынке, т.е. преимущество именно этого товара (услуги) над другими в условиях широкого предложения конкурирующих товаров-аналогов.

И поскольку за товарами стоят их изготовители, то можно с полным основанием говорить о конкурентоспособности соответствующих предприятий, объединений, фирм, равно как и стран, в которых они базируются. В качестве производителей продукции (товаров, услуг) выступают предприятия, отрасли, регионы, государства, которые вступают в конкурентную борьбу за потребителей, за рынки (товарные, отраслевые, территориальные); за факторы производства (природно-сырьевые, производственно-технологические, трудовые, финансовые ресурсы); за инвестиции. Базовую основу для уровня конкурентоспособности продукции составляет уровень предприятия [14, с. 233].

Конкурентоспособность предприятия. Исследование конкурентоспособности предприятий, предлагаемое в экономической литературе авторами А. Вороновым, А. Дементьевой, И. Максимовым, М. Мельниковой, А. Семененко, С. Цветковой и др., позволяет прийти к выводу о том, что чаще всего понятие «конкурентоспособность предприятия» сводят к «...способности предприятия производить конкурентоспособный товар» [17, с. 311]. Однако, учитывая, что в настоящее время предприятия могут производить различные виды продукции и одновременно работать на различных товарных (отраслевых) рынках в рамках стратегий диверсификации, на каждый данный момент времени уровень конкурентоспособности предприятия и уровень конкурентоспособности продукции, производимой им, не совпадают. Прежде всего следует отметить, что в качестве базы для сравнения уровня конкурентоспособности предприятия используются данные по предприятиям-конкурентам, а не по производимым товарам. Вместе с тем при сравнении данного предприятия с предприятиями-конкурентами необходимо учитывать различные категории конкурентов: прямых конкурентов (производящих такую же продукцию); косвенных конкурентов (производящих товары-заменители); потенциальных конкурентов (производящих товары или услуги, позволяющие удовлетворить данную потребность другим способом), которые могут относиться к различным отраслям или сферам деятельности. Выбор тех или иных видов конкурентов для исследуемого предприятия зависит от целей и задач исследователя, что, в свою очередь, приводит к использованию в качестве базы для сравнения либо различных видов товаров (базовый товар; товар-заменитель; услуга, позволяющая удовлетворить данную потребность другим способом); либо различных отраслей, имеющих специфику развития конкуренции и рыночных отношений.

На понятие «конкурентоспособность предприятия» оказывает влияние и тот факт, что само предприятие может выступать как:

- товар, имеющий рыночную стоимость на фондовых рынках (курс акций, рыночная стоимость бизнеса);
- товар, имеющий инвестиционную стоимость на рынке капиталов (стоимость инвестиций в существующий бизнес и его диверсификацию).

Конкурентоспособность отрасли. Исследования конкурентоспособности отрасли, как правило, базируются на определении М. Портера, который ориентируется на выделении критериев оценки уровня конкурентоспособности в системе мировой экономики. В связи с отсутствием четкого понятия довольно часто за конкурентоспособные отрасли выдают либо «отрасли специализации» (в том числе международной), либо «доминирующие отрасли» (занимающие высокий удельный вес в структуре экономики) [16, с. 24].

Вместе с тем, по мнению авторов В. Иванец, А. Резника, на мировых рынках конкурируют не отрасли, а товары, базирующиеся на макротехнологиях (технологиях, позволяющих производить крупные производственные изделия, характеризующиеся большой капиталоемкостью, определяемой, в свою очередь, наукоемкостью и материалоемкостью) [21, С. 32].

Одна и та же продукция отрасли может иметь разный уровень конкурентоспособности в той или иной стране в зависимости от решаемых функциональных задач. Так, продукция таких отраслей российской экономики, как машиностроение и автомобилестроение на рынках Западной Европы, США, Японии не всегда является конкурентоспособной, а в Латинской Америке, Африке и на Ближнем Востоке является конкурентоспособной в связи с тем, что оценка производится по разным группам критериев. Так, для Латинской Америки, Южной Африки конкурентоспособность машиностроительной продукции (технология) определяется параметрами простоты эксплуатации, позволяющей применять низкоквалифицированную, дешевую рабочую силу.

При рассмотрении вопроса о конкурентоспособности предприятий представляется разумным выделить конкурентоспособность малого и среднего бизнеса и конкурентоспособность крупных предприятий. Разница этих двух понятий состоит не столько в масштабах производства, численности работников, сколько в самой природе малого и крупного бизнеса.

Так малые и средние предприятия в отличие от крупных, обладают следующими конкурентными преимуществами [11, с. 189]:

- быстрое создание новых рабочих мест – значительное в масштабах экономики;
- инновационный характер деятельности, быстрое внедрение новых технологий;
- быстрая реакция на сигналы рынка и изменения бизнес-среды;
- ориентация на максимальное удовлетворение запросов потребителей;

- экономическая и производственная гибкость и мобильность.

Конкурентоспособность малого и среднего бизнеса заключается, прежде всего, в том, что частное предприятие может быстро перепрофилироваться для выпуска той или иной продукции. Для развития небольшого завода нет необходимости строить огромные цеха и развивать инфраструктуру, производство, например, строительных смесей может быть развернуто в течение короткого времени, а перейти на производство бетонных блоков или подобной продукции малое предприятие может очень быстро.

Конкурентоспособность малого и среднего бизнеса может также проявляться в изменении ассортимента продукции, например, швейная мастерская, может быть первоначально ориентирована на пошив женской одежды, но, в случае получения выгодного заказа, она может быть переориентирована на пошив военного обмундирования.

Еще одной причиной высокой конкурентоспособности малого бизнеса является отсутствие огромного административного аппарата, который часто тормозит развитие предприятия. Многие крупные концерны предпочитают размещать свои заказы на малых предприятиях, так как это обходится намного дешевле, чем открывать новые линии производства.

С другой стороны, производство некоторых продуктов требует особой тщательности, например, малое предприятие может выпускать торты на заказ, которые могут стоить намного дороже, чем торт в обычном магазине, но такая продукция может быть востребована намного больше. Также конкурентоспособность малого и среднего бизнеса заключается в индивидуальном подходе к каждому клиенту, что позволяет удовлетворить его потребности. Например, покупка мебели в крупном магазине может быть осложнена как отсутствием ассортимента, так и неграмотностью продавца, который не сможет подобрать вам необходимый вариант. Малое предприятие же сможет изготовить мебель по индивидуально разработанным или вашим эскизам из тех материалов, которые наилучшим образом подходят для вашего интерьера.

Конкурентоспособность малого и среднего бизнеса также может проявляться в квалификации специалистов, работающих на частном предприятии. Люди творческих профессий часто предпочитают работать в неурочное время или дома, - такой режим неприемлем для большинства крупных предприятий. Малый бизнес, работающих в сфере высоких технологий, также может оказывать серьезную конкуренцию более крупным предприятиям, так как разработка и реализация небольших проектов может быть осуществлена за более короткие сроки и меньшую стоимость.

В этой связи при оценке и управлении конкурентоспособностью необходимо учитывать принадлежит ли предприятие к малому и среднему бизнесу или к крупному бизнесу.

Конкурентоспособность кластера. В условиях гиперконкуренции среди субъектов конкуренции появляется новый тип — территориально-отраслевой технологический кластер как структура, объединяющая предприятия по всем этапам производственной цепочки (добыча сырья, первичная переработка, сбыт, послепродажное обслуживание), включающая производственные, сбытовые, финансовые предприятия, научные и образовательные учреждения, переплетающие различные сферы деятельности и отрасли промышленности, различные регионы и даже государства. Кластеры могут быть созданы по отраслевому (технологическому) признаку на основе макротехнологий; по признаку инвестиционной привлекательности предприятия с учетом классификации прямых инвестиций в производство на ресурсно-ориентированные (добыча и переработка сырьевых ресурсов), затратно-ориентированные (производство с высокой добавленной стоимостью), рыночно-ориентированные (стратегические инвестиции). Кластеры обладают способностью быстро реализовывать нововведения, так как объединяют усилия власти и бизнеса, связывают в единое целое технологии, минерально-сырьевые ресурсы, интеллектуальный и человеческий потенциал. Особенности структуры экономики России (наличие крупных диверсифицированных отраслей промышленности) позволяют использовать все преимущества кластерных структур для наращивания конкурентных преимуществ отраслей [9, с. 123].

Конкурентоспособность региона. Нарастание тенденций регионализации (региональной интеграции) в мировой экономике приводит к возрастанию необходимости четкого определения понятия «конкурентоспособность региона». Особую значимость данное понятие имеет для условий социально-экономического развития России, где отдельные территории (регионы) по своим масштабам превышают размеры государств в Западной Европе. Несмотря на большое количество экономической литературы по региональной экономике, в настоящее время «конкурентоспособность региона» является наименее изученным понятием, что, с одной стороны, приводит к отсутствию единой методики оценки, комплекса показателей и критериев оценки уровня конкурентоспособности; с другой стороны, — к отсутствию единых подходов в разработке типовых управленческих решений и мер по повышению текущего уровня конкурентоспособности и потенциального роста [7, с. 254].

Сравнительный анализ понятий конкурентоспособности региона, позволяет констатировать, что чаще всего конкурентоспособность региона рассматривают «... как способность создавать условия на внутренних и внешних рынках» [16, с. 296] или «... продуктивность (производительность) использования ресурсов» [12, с. 277]

Однако, методологические подходы формулирования понятия конкурентоспособности региона, базирующиеся на «продуктивности (производительности) использования региональных ресурсов», позволяющие только зафиксировать на данный момент времени уровень использования имеющихся региональных ресурсов и способность этих ресурсов обеспечивать динамику — ВРП. Вместе с тем скорость изменений в мировой экономике и изменение значимости факторов, оказывающих влияние на экономический рост (с факторов производства на факторы инновационные), требуют уточнения понятия конкурентоспособности региона, опираясь на три исходных момента:

- из всех видов региональных ресурсов (потенциалов), обеспечивающих экономический рост, наибольшее значение для уровня конкурентоспособности региона в соответствии с тенденциями развития мировой экономики (гиперконкуренции) имеют инновационные, интеллектуальные и инвестиционные ресурсы;
- наличие и уровень использования имеющихся региональных ресурсов, наличие способности к росту динамики макроэкономических показателей, а именно способности к наращиванию региональных потенциалов на основе наукоемких, высокотехнологичных производств и производств с высокой добавленной стоимостью;
- скорость наращивания региональных потенциалов должна обеспечивать устойчивые темпы роста ВРП и качество жизни населения на уровне мировых значений.

Конкурентоспособность государства. Сравнительный анализ понятий конкурентоспособности государства и существующих методик оценки уровня конкурентоспособности позволяет сделать следующие выводы:

- ✓ понятие конкурентоспособности государства имеет как достаточно широкое толкование («...степень возможности страны при условиях свободного и справедливого рынка производить товары и услуги...» — Комиссия по промышленной конкурентоспособности при Президенте США), так и достаточное узкое толкование, увязанное либо только с одним блоком параметров («...экономическая возможность расплачиваться за полученные средства» — Всемирный банк развития), либо с одним параметром («... это производительность» — М. Портер, профессор Гарвардской школы бизнеса);
- ✓ показатели оценки «конкурентоспособности страны» чаще всего не имеют идентичной базы для сравнения и используются авторами достаточно произвольно, например, при отсутствии исходных данных по странам за данный год используются данные более раннего периода [35, с. 133];
- ✓ в качестве критериев для сравнения некоторых показателей используются экспертные оценки, что снижает степень объективности.

Изложенная выше иерархия уровней конкурентоспособности субъектов рынка включает:

- ❖ базовое понятие (конкурентоспособность продукции) и базовый уровень (конкурентоспособность предприятия);
- ❖ конкурентоспособность носителей технологии — макротехнологии производства продукции (конкурентоспособность отрасли, кластера) и конкурентоспособность носителей ресурсов или нормативно-правовых условий формирования конкурентной среды (конкурентоспособность государства (региона)).

Уточняя понятие конкурентоспособности, необходимо отметить следующие весьма существенные моменты:

- наличие и уровень использования имеющихся ресурсов должны не только обеспечивать конкурентоспособность на данный момент времени, но и иметь способность (создавать условия) наращивать потенциал роста конкурентоспособности;
- из всех видов ресурсов наибольшее значение для достижения, удержания и наращивания потенциала роста конкурентоспособности для всех субъектов рынка имеют инновационные, интеллектуальные и инвестиционные ресурсы;
- скорость наращивания ресурсов (инновационных, интеллектуальных) как потенциала роста конкурентоспособности должна соответствовать скорости, обеспечивающей уровень роста производства ВВП и качества жизни на уровне мировых значений.

В соответствии с этим, при уточнении понятийного аппарата конкурентоспособности следует определять [19, с. 199] (см. таблицу 1):

- ✓ пороговое значение конкурентоспособности — наличие и эффективность использования освоенных ресурсов (факторов) на уровне, позволяющем считать субъект рынка конкурентоспособным;
- ✓ потенциал роста конкурентоспособности — наличие инновационных ресурсов (технологии, ноу-хау, интеллектуальный потенциал);
- ✓ скорость формирования инновационных факторов роста — наличие условий и механизмов (инновационная и предпринимательская привлекательность, риски) для наращивания потенциала роста конкурентоспособности.

Таблица 1

Иерархия понятий конкурентоспособности субъектов рынка

Уровень иерархии	Понятие конкурентоспособности
Конкурентоспособность страны	Способность страны производить товары и услуги, отвечающие требованиям мировых рынков, и создавать условия наращивания государственных ресурсов со скоростью, позволяющей обеспечивать устойчивые темпы роста ВВП и качество жизни населения на уровне мировых значений
Конкурентоспособность	Способность региона производить товары и услуги, отвечающие требованиям

региона	внутренних и мировых рынков, создавать условия наращивания региональных ресурсов для обеспечения роста потенциала конкурентоспособности субъектов хозяйствования со скоростью, обеспечивающей устойчивые темпы роста ВВП и качество жизни населения региона на уровне мировых значений
Конкурентоспособность отрасли	Способность отрасли производить товары и услуги, отвечающие требованиям мировых и внутренних рынков, и создавать условия роста потенциала конкурентоспособности предприятий отрасли на основе базовых макротехнологий (организация производств с высокой добавленной стоимостью, с высоким уровнем глубины переработки, с высоким научно-техническим потенциалом)
Конкурентоспособность кластера	Способность использовать потенциал макротехнологий для получения мультипликативных эффектов на всех уровнях вертикальной интеграции производства товаров и услуг, отвечающих требованиям мировых и внутренних рынков, и наращивания конкурентных преимуществ за счет лидерства в технологиях производства, оптимизации форм организации и управления сбытом как базового условия потенциального роста конкурентоспособности
Конкурентоспособность предприятия	<p><i>Для потребителей</i> - способность удовлетворять потребности (решать проблемы) потребителей на основе производства товаров и услуг, превосходящих конкурентов по требуемому набору параметров.</p> <p><i>Для конкурентов</i>- способность производить товары и услуги, отвечающие требованиям мировых и внутренних рынков, и создавать условия роста потенциала конкурентоспособности.</p> <p><i>Для инвесторов</i> - способность использовать ресурсы предприятия для динамичного развития и расширения рынков сбыта, увеличения рыночной стоимости предприятия.</p>
Конкурентоспособность товара (услуги)	<p><i>Для субъектов рынка</i>- партнеров (отрасль, регион, кластер, государство) — способность производить конкурентную продукцию и создавать условия роста потенциала конкурентоспособности на основе инновационных факторов роста</p> <p>Комплекс его потребительских и стоимостных (ценовых) характеристик, определяющих успех на рынке, т.е. преимущество именно этого товара (услуги) над другими в условиях широкого предложения конкурирующих товаров-аналогов.</p>

1. 2. Факторы, определяющие конкурентоспособность малых и средних предприятий

В рамках задачи анализа теоретических и методологических основ конкурентоспособности нельзя не коснуться такого важного аспекта, как факторы (критерии), которые определяют конкурентоспособность компании. Проведём сравнительный анализ представленных в научной литературе подходов к оценке факторов, определяющих конкурентоспособность.

Артур А. Томпсон-мл и А. Дж. Стрикленд предлагают при разработке стратегии организации (компании) на основе анализа отрасли и конкуренции выявлять ключевые факторы ее успеха, в том числе такие, как [28, с. 167]:

- качество и характеристики продукции;
- репутация (имидж);
- производственные мощности;
- использование технологий;
- дилерская сеть и возможности распространения;
- инновационные возможности;
- финансовые ресурсы;
- издержки по сравнению с конкурентами;
- обслуживание клиентов.

Девид Кревенс считает, что при разработке стратегических перспектив и разработке мер по повышению конкурентоспособности руководство компании должно во главу угла ставить ключевые компетенции, которые определяются [17, с. 311]:

- 1) конкурентными преимуществами;
- 2) универсальностью (конкурентное преимущество в различных ситуациях);
- 3) сложностью дублирования.

Он предлагает группировку компетенций (факторов) осуществлять согласно направленности функциональных процессов – внешние (направленные из внешнего окружения внутрь организации), внутренние (идущие изнутри организации) и двусторонние. Внешние процессы связывают организацию с ее внешним окружением, обеспечивая обратную с ней связь и формируя внешние связи. Внутренние процессы направлены на удовлетворение нужд потребителей. Внешние процессы задают также направленность компетенциям организации, определяемым внутренними и двусторонними функциональными процессами.

Рассматриваемые процессы характеризуются множеством компетенций (факторов). Данный подход по набору факторов, определяющих конкурентоспособность организации, практически не отличается от рассмотренного выше (Артур А. Томпсон-мл и А. Дж. Стрикленд), но в то же время подобный подход позволяет организации строить свою структуру управления, ориентируясь на межфункциональное взаимодействие.

Интересен подход Голубкова Е.П., который предлагает при проведении исследований оценки конкурентоспособности организации использовать 16 факторов ее результативности деятельности (а именно: имидж, концепция продукта, качество продуктов, уровень диверсификации видов бизнеса, суммарная рыночная доля главных видов бизнеса, мощность научно-исследовательской и конструкторской базы, мощность производственной базы и др.), которые он детализирует и дополняет за счет факторов конкурентоспособности продукции и эффективности маркетинговой деятельности [15, с. 289].

По мнению Зулъкарнаева И.У. и Ильясовой Л.Р, всю совокупность факторов, влияющих на конкурентоспособность организации, следует разделить на три группы [12, с. 223]:

1. Цели, которые ставит перед собой организация;
2. Ресурсы, которыми располагает организация;
3. Факторы внешней среды.

В свою очередь в работе Д. Хасби с позиций стратегического управления констатируется, что конкурентоспособность организации определяется следующими факторами: качеством продукции, относительной ее ценой, продвижением продукции на рынки, мощностью сбытовой сети [9, с. 155].

Белоусов В.Л. возможные критерии конкурентоспособности организации группирует по отдельным элементам комплекса маркетинга (продукт, цена, доведение продукта до потребителя, продвижение продукта на рынок или маркетинговые коммуникации), а также учитывает деловую активность и эффективность деятельности [4, с. 109].

Максимов И. относит к основным критериям конкурентоспособности организации эффективность ее производственной деятельности, финансовое положение, эффективность организации сбыта и продвижения товара на рынке, конкурентоспособность продукции [32, с. 232]. Рассматривая конкурентоспособность продукции, можно утверждать, что в большинстве работ она зачастую оценивается на основе двух критериев: полезного эффекта от потребления продукции и цены потребления. Часто в качестве полезного эффекта продукции используются комплексные показатели ее качества [19, с. 311]. В работе Окрепилова В.В. на конкретном примере показано, что:

- ✓ при некоторых ограничениях доля рынка, занимаемая продукцией, функционально зависит от ее конкурентоспособности;
- ✓ конкурентоспособность продукции связана с получаемой прибылью от этой продукции;
- ✓ качество «является главным конкурентообразующим фактором».

Дзахмишева И.Ш. предлагает оценивать конкурентоспособность услуг торговли на основе качества реализуемых продукции, рациональности ассортимента продукции, культуры обслуживания, условий обслуживания, доступности услуги [15, с. 144]. Для оценки конкурентоспособности продукции Голубков Е.П. предлагает собранную информацию представлять по следующим основным направлениям: продукт и его критерии качества, цена, доведение продукта до потребителя, продвижение продукта.

Фатхутдинов Р.А., ссылаясь на Ламбер Жан – Жака, приводит таблицу со следующими индикаторами конкурентоспособности товара: относительная доля рынка, издержки, отличительные свойства, степень освоения технологии, метод продаж, имидж (известность) [35, с. 216]. Фомин В.Н. считает, что конкурентоспособность продукции определяют следующие факторы: цена, затраты на эксплуатацию или потребление, предоставляемый сервис, реклама, имидж и авторитет фирмы, соотношение между спросом и предложением. Однако итоговым критерием оценки конкурентоспособности продукции он считает долю рынка, занимаемую данной продукцией [10, с. 99].

Сравнение различных литературных источников показывает, что:

- ✓ разные авторы в зависимости от своих научных взглядов и области исследований обосновывают разный набор факторов, определяющих конкурентоспособность организации и продукции;
- ✓ наиболее обоснованный набор факторов конкурентоспособности организации приведен в работах Артура А. Томпсона-мл и А. Дж. Стрикленда, Дэвида Крвенса и Голубкова Е.П.. Остальные авторы в той или иной мере используют основные положения отмеченных работ, пытаясь развить их для конкретных направлений деятельности;
- ✓ в обобщенном виде, согласно работам Артура А. Томпсона-мл., А. Дж. Стрикленда «Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа», Дэвида В. Крвенса «Стратегический менеджмент», Голубкова Е.П. «Основы маркетинга», конкурентоспособность организации определяется совокупностью факторов, характеризующих результативность ее деятельности на рынке, атрибуты качества продукции и эффективность маркетинговой деятельности;

- ✓ конкурентоспособность продукции определяется совокупностью факторов, определяющих ее качество, цену, доведение продукта до потребителя, продвижение продукта;
- ✓ другим подходом определения конкурентоспособности продукции, хорошо зарекомендовавшим себя на практике при проведении оценок качества сравниваемых вариантов продукции и используемым в работах, например Окрепилова В.В. «Управление качеством», является подход, основанный на использовании двух критериев: полезного эффекта от потребления продукции и цены потребления. Полезный эффект продукции характеризует фактическую способность продукции удовлетворять конкретную потребность пользователя. В качестве полезного эффекта продукции часто используются комплексные показатели ее качества;
- ✓ итоговым критерием оценки конкурентоспособности как продукции, так и организации можно считать долю рынка, занимаемую данной продукцией (данной организацией) и связанные с ней показатели.

1. 3. Основные методы оценки конкурентоспособности предприятий малого и среднего бизнеса

Для того чтобы определить конкурентное положение организации и возможности его улучшения, руководство должно иметь углубленное представление как о внутренней среде организации, ее потенциале и тенденциях развития, так и о внешней среде, тенденциях ее развития и месте, занимаемом в ней организацией. При этом и внутренняя среда, и внешнее окружение изучаются менеджментом в первую очередь для того, чтобы вскрыть те угрозы и возможности, которые организация должна учитывать при определении своих целей и при их достижении. Изучение конкурентов и условий конкуренции в отрасли требуется фирме в свою очередь для того, чтобы определить, в чём её преимущества и недостатки перед конкурентами и сделать выводы для выработки фирмой собственной успешной конкурентной стратегии и поддержания конкурентного преимущества.

Определение собственной конкурентоспособности предприятия является неотъемлемым элементом управленческой деятельности любой организации.

Оценка конкурентной позиции фирмы требуется для:

- 1) разработки мероприятий по повышению конкурентоспособности;
- 2) выбора предприятием партнера для организации совместного выпуска продукции;
- 3) привлечения средств инвестора в перспективное производство;
- 4) составление программы выхода предприятия на новые рынки сбыта и др.

В любом случае проведение оценки преследует цель: определить положение предприятия на отраслевом рынке. Достижение этой цели возможно лишь при наличии оперативной и объективной методики оценки конкурентоспособности. Существуют достаточно большое количество методик оценки конкурентоспособности, рассмотрим некоторые из них.

Матричный метод (разработан Бостонской консалтинговой группой). В основе методики - анализ конкурентоспособности с учетом жизненного цикла товара (услуги). Сущность оценки состоит в анализе матрицы, построенной по принципу системы координат: по горизонтали - темпы роста/сокращения количества продаж в линейном масштабе; по вертикали - относительная доля товара/услуги на рынке. Наиболее конкурентоспособными считаются предприятия, которые занимают значительную долю на быстрорастущем рынке.

Преимущества метода: при наличии достоверной информации об объемах реализации метод позволяет обеспечить высокую репрезентативность оценки.

Недостатки метода: исключает проведение анализа причин происходящего и осложняет выработку управленческих решений.

Метод, использующий в качестве основного подхода оценку товара/услуги предприятия. Этот метод базируется на рассуждении о том, что конкурентоспособность производителя тем выше, чем выше конкурентоспособность его продукции. В качестве показателя, оценивающего конкурентоспособность товара/услуги используют соотношение двух характеристик: цены и качества. Наиболее конкурентоспособен товар, имеющий оптимальное соотношение этих характеристик [31, с. 226]:

$$K_T = K/C \quad (1)$$

где: К- показатель качества товара;

Ц- показатель цены товара;

K_T - показатель конкурентоспособности товара.

Чем выше разница между потребительской ценностью товара для покупателя и ценой, которую он за него платит, тем выше запас конкурентоспособности товара для потребителя. Преимущество метода: он учитывает наиболее важный критерий, влияющий на конкурентоспособность предприятия - конкурентоспособность товара. Недостатки метода: позволяет получить весьма ограниченное представление о преимуществах и недостатках в работе предприятия, так как конкурентоспособность предприятия принимает вид конкурентоспособности товара и не затрагивает другие аспекты.

Метод, основанный на теории эффективной конкуренции. Согласно этой теории наиболее конкурентоспособными являются те предприятия, где наилучшим образом организована работа всех подразделений и служб. На эффективность деятельности каждой из служб оказывает влияние множество факторов - ресурсов фирмы [29, с. 287]. Оценка эффективности работы каждого из подразделений предполагает оценку эффективности использования им этих ресурсов. В основе метода лежит оценка четырёх групповых показателей или критериев конкурентоспособности (табл. 2).

В первую группу входят показатели, характеризующие эффективность управления производственным процессом: экономичность производственных затрат, рациональность эксплуатации основных фондов, совершенство технологии изготовления товара, организацию труда на производстве. Во вторую группу объединены показатели, отражающие эффективность управления оборотными средствами: независимость предприятия от внешних источников финансирования, способность предприятия расплачиваться по своим долгам, возможность стабильного развития предприятия в будущем. В третью группу включены показатели, позволяющие получить представление об эффективности управления сбытом и продвижением товара на рынке средствами рекламы и стимулирования. И в четвёртую группу - показатели конкурентоспособности товара: качество товара и его цена.

Таблица 2

Критерии и показатели конкурентоспособности предприятия

Критерии и показатели конкурентоспособности	Роль показателя в оценке	Правило расчета Показателя
1	2	3
1.Эффективность производственной деятельности предприятия.	Отражает эффективность выпуска продукции.	При Валовые издержки; Объем выпуска продукции.
1.1.Издержки на единицу продукции, руб.	Характеризует эффективность использования основных фондов.	Объем выпуска продукции; среднегодовая стоимость основных производственных фондов.
1.2.Фондоотдача, тыс. руб.	Характеризует степень прибыльности производства товара.	Прибыль от реализации x 100 %;
1.3.Рентабельность товара, %.	Отражает эффективность производства и использования рабочей силы.	Полная себестоимость продукции. Объем выпуска продукции; Среднесписочная численность работников.
1.4.Производительность труда, тыс. руб./ чел.		
2.Финансовое положение предприятия.	Характеризует независимость предприятия от заемных источников.	Собственные средства предприятия; Общая сумма источников
2.1.Коэффициент автономии.	Отражает способность предприятия выполнять свои финансовые обязательства и	финансирования.
2.2.Коэффициент		Собственный капитал;

платёжеспособности.	измеряет вероятность банкротства.	Общие обязательства.
	Отражает качественный состав средств, являющихся источниками покрытия текущих обязательств.	Денежные средства и быстрореализуемые ценные бумаги;
2.3. Коэффициент абсолютной ликвидности.	Характеризует	Краткосрочные обязательства. Выручка от реализации продукции;
2.4. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	использования оборотных средств. Соответствует времени, в течение которого оборотные средства проходят все стадии производства и обращения.	Среднегодовой остаток оборотных средств.
3. Эффективность организации сбыта	Характеризует степень прибыльности и работ предприятия на рынке, правильность продвижения товара.	Прибыль от реализации x 100 %; Объем продаж.
3.1. Рентабельность %.	Отражает степень заготовленности продаж, продукцией.	Объем продаж.
3.2. Коэффициент заготовленности готовой продукцией.	Характеризует деловую активность предприятия, эффективность работы службы сбыта	Объем выпуска продукции; Производственная мощность. Затраты на рекламу и стимулирование сбыта; Прирост прибыли от реализации.
3.3. Коэффициент производственной мощности.	Характеризует экономическую	
3.4. Коэффициент эффективности рекламы	эффективности рекламы и стимулирования средств стимулирования	
4. Конкурентоспособность товара.	Характеризует способность товара удовлетворять потребности в соответствии с его назначением.	Комплексный метод.
4.1. Качество товара.		
4.2. Цена товара.		

В связи с тем, что каждый из этих показателей имеет разную степень важности для расчета коэффициента конкурентоспособности предприятия ($K_{КП}$), экспертным путём были разработаны коэффициенты весомости критериев.

Расчет критериев и коэффициента конкурентоспособности предприятия производится по формуле средней взвешенной арифметической [35, с. 238]:

$$K_{КП} = 0,15 \text{ Э}_{П} + 0,29 \text{ Ф}_{П} + 0,23 \text{ Э}_{С} + 0,33 \text{ К}_{Т} \quad (2)$$

где: $K_{КП}$ - коэффициент конкурентоспособности предприятия;

$\text{Э}_{П}$ - значение критерия эффективности производственной деятельности предприятия;

$\text{Ф}_{П}$ - значение критерия финансового положения предприятия;

\mathcal{E}_C - значение критерия эффективности организации сбыта и продвижения товара на рынке;

K_T - значение критерия конкурентоспособности товара;

0,15; 0,29; 0,23; 0,33 - коэффициенты весомости критериев.

$$\mathcal{E}_П = 0,31И + 0,19Ф + 0,40P_T + 0,10П \quad (3)$$

где: $\mathcal{E}_П$ - критерий эффективности производственной деятельности предприятия;

И - относительный показатель издержек производства на единицу продукции;

Ф - относительный показатель фондоотдачи;

P_T - относительный показатель рентабельности товара;

П - относительный показатель производительности труда;

0,31; 0,19; 0,40; 0,10 - коэффициенты весомости показателей.

$$\Phi_П = 0,29 K_A + 0,20 K_П + 0,36 K_Л + 0,15 K_О \quad (4)$$

где: $\Phi_П$ - критерий финансового положения предприятия;

K_A - относительный показатель автономии предприятия;

$K_П$ - относительный показатель платежеспособности предприятия;

$K_Л$ - относительный показатель ликвидности предприятия;

$K_О$ - относительный показатель оборачиваемости оборотных средств;

0,29; 0,20; 0,36; 0,15 - коэффициенты весомости показателей.

$$\mathcal{E}_C = 0,37P_П + 0,29K_3 + 0,21K_M + 0,14K_P \quad (5)$$

где: \mathcal{E}_C - критерий эффективности организации сбыта и продвижения товара;

$P_П$ - относительный показатель рентабельности продаж;

K_3 - относительный показатель затоваренности готовой продукцией;

K_M - относительный показатель загрузки производственных мощностей;

K_P - относительный показатель эффективности рекламы и средств стимулирования сбыта;

0,37; 0,29; 0,21; 0,14 - коэффициенты весомости показателей.

В общем виде алгоритм расчета коэффициента конкурентоспособности предприятия предусматривает три последовательных этапа:

Этап 1-й. Расчет единичных показателей конкурентоспособности предприятия 1.1-4.2 и перевод показателей 1.1-3.4 в относительные величины (баллы).

Для перевода показателей 1.1-3.4 в относительные величины производится их сравнение с базовыми показателями. В качестве базовых показателей (базы для сравнения) могут выступать: среднеотраслевые показатели; показатели любого конкурирующего предприятия или предприятия-лидера на рынке; показатели оцениваемого предприятия за прошлые отрезки времени.

В целях перевода показателей в относительные величины используется 15-ти балловая шкала. При этом 5-ю баллами оценивается показатель, имеющий значение хуже, чем базовый; 10-ю баллами - на уровне базового; 15-ю баллами - лучше, чем базовый.

Этап 2-й. Расчёт критериев конкурентоспособности предприятия по представленным выше формулам.

Этап 3-й. Расчет коэффициента конкурентоспособности предприятия ($K_{кп}$).

Данная оценка конкурентоспособности предприятия охватывает все наиболее важные оценки хозяйственной деятельности предприятия, исключает дублирование отдельных показателей, позволяет быстро и объективно получить картину положения предприятия на отраслевом рынке. Использование в ходе оценки сравнения показателей за разные промежутки времени дает возможность применять этот метод как вариант оперативного контроля отдельных служб. В целом для оценки конкурентоспособности важнейшим понятием является "конкурентный потенциал" организации, под которым подразумевается ее потенциальная возможность (текущие предпосылки) сохранять или увеличивать конкурентоспособность в долгосрочном периоде. Другими словами, конкурентный потенциал организации определяется совокупностью параметров, определяющих возможность (потенциал) и способность организации эффективно функционировать на рынке (удерживать или увеличивать свою рыночную долю, иметь достаточно высокий уровень рентабельности) в перспективе.

Конкурентное преимущество - величина, интегральная по отношению к конкурентоспособности и конкурентному потенциалу, и являющаяся в простейшем случае их аддитивной функцией с весовыми коэффициентами:

$$\text{конкурентное преимущество} = A * КС + B * КП .$$

В теории стратегического управления также используется термин "конкурентный статус", введенный А. Ансоффом и совпадающий по смыслу с термином "конкурентное преимущество". Иногда используется понятие "сила конкурентной позиции", под которым понимается конкурентный потенциал организации. Исходя из определения конкурентного преимущества, можно сказать, что стратегическое управление занимается изучением того, как организация может его создавать и развивать в условиях повышенной нестабильности факторов внешней среды и их неопределенности.

Анализ конкуренции можно проводить на основе модели "пяти сил конкуренции", предложенной М. Портером. Наиболее интенсивная конкуренция имеет место между конкурентами в отрасли. Как правило, борьба идет за величину рыночной доли (особенно на этапе отраслевого роста), так как в большинстве случаев именно этот параметр в долгосрочном периоде определяет прочие. В некоторых случаях продукция, производимая организацией, имеет сходное функциональное назначение с продукцией, производимой другими организациями из этой или другой отрасли. В таких случаях возникает конкуренция со стороны товаров-заменителей. Важным понятием здесь является «переключение», то есть переход среднестатистического потребителя с одного товара на другой со сходным функциональным назначением. Конкуренция со стороны потенциальных конкурентов возникает тогда, когда имеется вероятность, что организации из других отраслей могут войти в данную. Угроза со стороны потенциальных конкурентов коррелирует с величиной входного барьера в отрасль, спецификой отношений в отрасли. "Высоту" входного барьера могут определять следующие параметры:

- ❖ производственный и маркетинговый эффекты масштаба и освоения;
- ❖ существующие предпочтения потребителей, наличие каналов сбыта и каналов поставок или стоимость их создания;
- ❖ жесткость государственного регулирования.

Высота входного барьера может быть выражена в денежном эквиваленте. Решение о вхождении в отрасль определяется на основании сопоставления высоты входного барьера и предполагаемых прибылей в долгосрочный период. Составляющие, определяющие высоту входного барьера, могут значительно изменяться во времени, например, истечение сроков действия важнейших патентов имеет тенденцию снижать высоту входного барьера; напротив, вложения в рекламу, создание сбытовых сетей и т. д., осуществляемые отраслевыми организациями, повышают входной барьер.

Количество отраслевых организаций и распределение рыночных долей между ними: чем больше количество отраслевых организаций и чем ближе их рыночные доли, тем интенсивнее конкуренция. Для оценки степени концентрации отраслевых фирм можно пользоваться, например, индексами Герфиндаля, Розенблюта, коэффициентом Джини. Для оценки интенсивности конкуренции как функции распределения рыночных долей можно, например, использовать величину, прямо пропорциональную частному от деления среднеквадратичного отклонения рыночных долей конкурентов на среднеотраслевую рыночную долю отраслевой организации. Чем выше значение этой функции, тем менее интенсивна конкуренция, и наоборот.

Темп развития рынка: интенсивность конкуренции тем выше, чем медленнее развивается рынок. Степень дифференцирования товара: чем менее товар подвержен возможности дифференциации, тем интенсивность конкуренции выше. Это связано прежде всего с акцентированием ценовой компоненты конкурентной борьбы из-за низкой стоимости переключения потребителей с товара одной организации на товар другой. Сложность (стоимость) выхода из бизнеса: чем выше стоимость выхода, тем интенсивнее конкуренция.

Вхождение сильных компаний из других отраслей увеличивает интенсивность конкуренции. Это связано прежде всего с тем, что сильные компании, вошедшие в новые для них сферы бизнеса, настроены и в этих отраслях завоевать лидирующие позиции. При этом их намерения, как правило, подкреплены мощными финансовыми возможностями. Оценку позиций отраслевых компаний можно проводить по-разному, в зависимости от преобладающего типа отраслевой конкуренции (олигополистическая или монополистическая конкуренция). В случае олигополистического рынка целесообразно выбрать параметры оценки, описать по ним основные отраслевые организации, после чего провести необходимый анализ. Это можно сделать, так как их число по определению невелико (2 - 7). В случае монополистической конкуренции целесообразнее применить так называемую "методику картирования стратегических групп". Данная методика позволяет представить общую картину конкуренции, оценить место каждой организации в ней. Методика наиболее эффективна тогда, когда количество конкурентов велико, и невозможно тщательно проанализировать каждую организацию отдельно. Следует отметить, что хорошее знание конкурентов позволяет не только вырабатывать меры конкурентной борьбы, но и вести определенную согласованную политику на рынке, поскольку прямая конкуренция всегда разорительна для фирм. По М. Портеру, «хорошие» конкуренты обычно соблюдают неписанные отраслевые правила, поддерживают статус-кво, избегают агрессивных ценовых изменений. Анализ конкурентной среды и структуры конкурентных сил, изучение конкурентов дают очень важную и ценную информацию для менеджмента.

1.4 Управление конкурентоспособность малого и среднего бизнеса

1.4.1 Стоимостной подход к управлению конкурентоспособностью организации

Многолетний западный и уже наработанный отечественный опыт показали, что компании, сосредоточенные на прибыли за данный год или на обеспечении рентабельности, страдают близорукостью.

Для российских предприятий типовыми являются ситуации, когда при наличии прибыли предприятие является неплатежеспособным, т.е. не может погасить свои текущие обязательства, и, наоборот, имея убытки, предприятие аккуратно рассчитывается с поставщиками, сотрудниками, государством и кредиторами. Уже по этим примерам можно судить о том, что получение прибыли не может рассматриваться как стратегическая цель и критерий успешности функционирования предприятия. Но если не прибыль, то что же можно принять в качестве цели и критерия эффективности деятельности предприятия?

Мировая экономическая практика подсказывает ответ — рост благосостояния собственников (акционеров, владельцев доли или пая) или, иначе, рост стоимости бизнеса при соблюдении разумного баланса интересов всех групп влияния (акционеров или владельцев, менеджеров, сотрудников, потребителей, кредиторов). Если капитал был преумножен, то менеджмент справился со своими задачами [17, с. 332].

Менеджеры, работающие на преумножение благосостояния собственников (акционеров), должны анализировать свой каждый шаг с точки зрения его влияния на рост стоимости предприятия. Именно сейчас управление предприятием с позиций максимизации стоимости бизнеса требует от менеджеров особого подхода, основанного на стоимостном мышлении.

Это также важно и потому, что не только абсолютный финансовый результат функционирования предприятия (чистая прибыль, в том числе и приходящаяся на одну акцию), о чем уже говорилось ранее, но и относительные показатели (рентабельность активов, инвестиций, собственного капитала, показатели оборачиваемости и ликвидности, а также показатели динамики доли рынка) не коррелируют с рыночной стоимостью достаточно устойчиво, так как не учитывают:

- ✓ размеры реальных и финансовых инвестиций;
- ✓ величину чистого оборотного капитала;
- ✓ потребность предприятия в дополнительном финансировании;
- ✓ операционный, финансовый и иные риски, характерные для предприятия;
- ✓ фактор временной дистанции между инвестициями и получением отдачи на вложенный капитал.

Многочисленные исследования показывают, что рыночная стоимость бизнеса в значительной степени связана с показателем денежного потока. Это означает, что стоимостный подход к управлению предполагает концентрацию менеджмента предприятия не на текущих изменениях величины прибыли, а на долгосрочных денежных потоках. В этом случае предприятие, постоянно увеличивая стоимость бизнеса, всегда сможет предотвратить утечку капитала в руки конкурентов [15, с. 367].

Стоимостный подход в управлении (value based management — VBM) реализуется посредством 3-х методов: метода добавленной стоимости акционерного капитала, внедренного в научный оборот американским экономистом Альфредом Раппапортом (shareholder's value added — SVA), методики экономической добавленной стоимости Стерна—Стюарта (economic value added — EVA), метода добавленной рыночной стоимости (market value added — MVA).

Показатель рыночной стоимости компании сам по себе является важной комплексной оценкой эффективности деятельности предприятия, адекватно отражающей качество управления им (качество менеджмента), его финансовое благополучие и будущие ожидания. Данный параметр реагирует на любое изменение ситуации: снижение рентабельности выпуска, ухудшение платежеспособности, увеличение инвестиционного риска, потерю конкурентного преимущества — все это вызывает уменьшение рыночной стоимости предприятия.

Во многих зарубежных и в некоторых российских компаниях (крупные промышленные предприятия, естественные монополии и финансово-промышленные группы) рыночная стоимость бизнеса стала важнейшим объектом управления. Практически все ключевые управленческие решения (от смены поставщика до полной реструктуризации производства и ликвидации целых подразделений) принимаются с целью увеличения рыночной стоимости компании. На основании этого критерия меняются подходы к шкале оценок и рейтингу компаний. Показатели приращения стоимости компании включаются в известные в мире рейтинговые системы.

Для более полного понимания стоимостного подхода к управлению и обеспечению конкурентоспособности можно провести сравнительный анализ (см. таблицу 3) предприятия, с внедренной на нем системой менеджмента качества (TQM) и, например, предприятия на котором внедрено управление его стоимостью.

Вследствие вышеперечисленных фактов очевидно, что отсутствие системообразующего критерия эффективности в концепции управления качеством является существенным препятствием в применении методик данной теории для обеспечения конкурентоспособности предприятий: невозможно количественно (желательно в денежном выражении) оценить воздействие на конкурентоспособность предприятия внедренной на нем системы управления качеством. Концепция управления качеством в явном виде не учитывает цену привлекаемого *капитала* и связанные с ним риски, а значит, и интересы инвесторов и кредиторов.

Таблица 3

Сравнительный анализ предприятия с внедрённой системой управления качеством и предприятия, управление которым осуществляется на основе стоимости

Сравнительный анализ предприятия с внедрённой системой управления качеством и предприятия, управление которым осуществляется на основе

стоимости	Предприятие с системой управления качеством
Критерий сравнения	
Основные цели функционирования системы	<ul style="list-style-type: none"> • удовлетворённость заказчика • непрерывное улучшение качества • фокусирование на заказчике • основан на фактах и результатах • вовлечение работников даёт возможность использовать их способности для максимальной пользы компании
Направленность функционирования	<ul style="list-style-type: none"> • поощряются результаты прошлой деятельности • взаимовыгодные отношения с поставщиками
Подход к принятию решений	
Мотивация персонала	<ul style="list-style-type: none"> • риск учитывается в малой степени • стремление к минимизации риска на основе использования прошлого опыта
Отношения с контрагентами	<ul style="list-style-type: none"> • не учитывается • информация о результатах деятельности • внешняя информация о старых возможностях
Отношение к риску	
Учёт цены капитала	<ul style="list-style-type: none"> • процессный подход (ответственность руководства, управление ресурсами, производство продукции, анализ и улучшение) • системный подход к менеджменту • непрерывное улучшение системы • отсутствует фундаментальный критерий эффективности
Информация	
Принципы построения, функционирования, управления системой	
Критерий эффективности	

Ключевые характеристики состояния предприятия. По мере своего развития каждое предприятие сталкивается с определенными проблемами и задачами, преодоление и решение которых осуществляются посредством применения различных управленческих методик и технологий. Как правило, в научной литературе предлагается семь ключевых характеристик состояния предприятия: это платёжеспособность, прибыльность, стратегичность управления, адаптивность системы управления, финансовая и управленческая прозрачность, управляемость бизнеса и инвестиционная привлекательность.

Взаимосвязь ключевых характеристик состояния предприятия с его конкурентоспособностью представлена в таблице 4.

Таблица 4

Взаимосвязь ключевых характеристик состояния предприятия с его конкурентоспособностью

- | | |
|-----------------------|---|
| 1. Платёжеспособность | Оперативный уровень управления |
| 2. Прибыльность | конкурентоспособностью (конкурентоспособность |

	продукции)
3. Стратегичность управления	Тактический уровень управления
4. Адаптивность системы управления	конкурентоспособностью (интегральный показатель
5. Финансовая и управленческая прозрачность	финансово-хозяйственного состояния предприятия)
6. Управляемость бизнеса	
7. Инвестиционная привлекательность	Стратегический уровень управления
	конкурентоспособностью (рост стоимости
	предприятия)

Анализируя ключевые характеристики состояния предприятия и известные подходы к оценке и повышению его конкурентоспособности, можно сформулировать основные принципы концепции обеспечения конкурентоспособности предприятий (табл. 5):

1. Задача обеспечения конкурентоспособности предприятия включает обеспечение конкурентоспособности продукции и собственно конкурентоспособности предприятия.
2. Следует выделять разные критерии конкурентоспособности предприятия в зависимости от горизонта планирования и управления на предприятии.
3. Основным показателем конкурентоспособности предприятия на оперативном уровне является интегральный показатель конкурентоспособности продукции.
4. На тактическом уровне конкурентоспособность предприятия обеспечивается его общим финансово-хозяйственным состоянием и характеризуется комплексным показателем его состояния.

На стратегическом уровне конкурентоспособность предприятия характеризуется инвестиционной привлекательностью, критерием которой является рост стоимости бизнеса (табл. 5)

Таблица 5

Критерии конкурентоспособности компании

Обеспечение конкурентоспособности компании

Оперативный уровень	Тактический уровень
Конкурентоспособность продукции	Общее состояние компании
Критерий: конкурентоспособность продукции	Критерий: интегральный показатель финансово-хозяйственного состояния компании
Методы оценки:	Методы оценки:
<ul style="list-style-type: none"> • Эвристический (экспертный) метод • Квалиметрический метод • Комплексный метод 	<ul style="list-style-type: none"> • Методики комплексных оценок финансово-хозяйственной деятельности компании

Конкурентоспособность продукции представляет собой важный показатель конкурентоспособности предприятия, так как производство и сбыт конкурентоспособной продукции обеспечивают наличие денежного потока. Оценка конкурентоспособности продукции осуществляется посредством 3-х основных методов: эвристического (экспертного), квалитетического, комплексного (интегрального).

Существующие методики комплексной оценки финансово-хозяйственной деятельности предприятия позволяют охарактеризовать конкурентоспособность предприятия на тактическом уровне. Существует довольно большое количество методик оценки состояния предприятия. Стандартов же оценки, как и единой методики, не существует, так как практически каждая консалтинговая (консультационная) компания в России да и на Западе, обладают собственными «уникальными» методиками оценки [22, с. 311].

Стоимостный подход к обеспечению конкурентоспособности предприятия. Важную роль в методологии стоимостного подхода к обеспечению конкурентоспособности предприятия играет собственно оценка стоимости предприятия (бизнеса). В теории и практике традиционно существует три подхода к оценке бизнеса:

- доходный подход (income approach);
- сравнительный (рыночный) подход (market approach);
- затратный (на основе активов) подход (asset based approach).

Таблица 6

Подходы и методы оценки бизнеса

Подходы к оценке бизнеса

Доходный

- Метод дисконтирования денежного потока

- Метод капитализации

- Метод Модильяни-

Миллера

- Метод экономической добавленной стоимости

- Метод добавленной рыночной стоимости

Сравнительный

- Метод прошлых сделок

- Метод рынка капитала

- Метод отраслевых коэффициентов

Затратный

- Метод чистых активов

- Метод ликвидационной

стоимости

К четвертому подходу можно отнести распространенный в зарубежной практике и новый для России подход, основанный на оценке имущественных (реальных) опционов. Подходы и соответствующие им основные методы оценки стоимости приведены в таблице 6.

Наиболее адекватным подходом в оценке стоимости бизнеса является доходный. Этот подход основывается на допущении о том, что стоимость предприятия может быть определена как сумма доходов, которые оно приносит своему владельцу.

Несколько упрощенно представим рыночную стоимость бизнеса предприятия как отношение денежного потока к средневзвешенной стоимости капитала [12, с. 213]:

$$\text{Рыночная стоимость бизнеса} = \frac{CF}{WACC}, \quad (6)$$

где CF — ожидаемый денежный поток предприятия, определяемый как сальдо денежных средств по трем сферам деятельности предприятия (операционной, инвестиционной и финансовой);

$WACC$ — средневзвешенная стоимость капитала, рассчитанная как сумма относительной доходности собственного и заемного капитала с учетом их удельной доли в общей структуре капитала.

Однако надо отметить, что при оценке бизнеса в зависимости от целей оценки, искомой стоимости, состояния самого объекта и состояния внешней среды следует использовать сочетание нескольких методов, наиболее подходящих в данной ситуации. В общем случае целесообразно использовать методы доходного подхода, как наиболее полно учитывающие все факторы стоимости компании, вместе с методами оценки опционов для стоимостной оценки выявленных реальных опционов, заключенных в балансе компании.

Таким образом, оценка и управление стоимостью предприятия являются главным инструментом обеспечения конкурентоспособности, так как соответствующие им методики предлагают точные и взаимосвязанные критерии оценки результатов — стоимость компании, отдельных бизнес-единиц и бизнес-процессов, на основе которых можно строить деятельность предприятия. Это означает, что главной задачей и результатом функционирования системы обеспечения конкурентоспособности должно стать увеличение стоимости предприятия.

1.4.2 Роль корпоративного управления в повышении конкурентоспособности малого и среднего бизнеса.

В современных условиях в России происходит усиление конкуренции, вследствие чего менеджмент предприятий находится в постоянном поиске новых, адекватных условиям конкуренции, инструментов управления предприятиями и рычагов повышения конкурентоспособности. Среди таких инструментов особое значение имеет корпоративное управление.

Несмотря на ряд преимуществ, важную роль в экономике и многочисленные меры господдержки, малый и средний бизнес в России остается малопривлекательным для крупных инвесторов. Это отражается на конкурентоспособности малых и средних предприятий, их выживаемости и росте. Вероятно, нужны не только количественные, но и качественные направления развития таких компаний. Одним из таких направлений можно назвать развитие систем корпоративного управления или их элементов как фактора повышения качества ведения бизнеса, увеличения рыночной стоимости компании и привлечения инвестиций.

Как правило, предприятия малого и среднего бизнеса имеют организационно-правовую форму в виде общества с ограниченной ответственностью или закрытого акционерного общества. Собственность в таких предприятиях сильно концентрирована. Стратегическое и оперативное управление такими компаниями обычно осуществляют собственники, занимающие ключевые посты в структуре управления и курирующие соответствующие направления работы компании (финансы, стратегическое развитие, маркетинг и продажи, производство и т.д.). Рост и развитие бизнеса, кроме необходимости привлечения дополнительных инвестиций, предполагают также разделение функций собственника и наемного менеджера. Здесь возникают вопросы, связанные с правильной организацией взаимодействия собственников с топ - менеджментом, инвесторами, кредиторами. По сути, решение этих вопросов заключается в построении системы корпоративного управления. Разумеется, типовая структура корпоративного управления крупных корпораций малоприспособлена для компаний малого и среднего бизнеса в силу их существенных особенностей. К тому же перенесенная в значительно меньший масштаб такая структура, скорее всего, окажется слишком громоздкой и неспособной выполнять свои функции.

Таким образом система корпоративного управления в средней компании должна быть построена на тех же принципах и использовать те же инструменты, что и традиционная, и в то же время она должна свободно встраиваться в существующую систему управления. Анализ публикаций и обзоров, посвященных проблеме корпоративного управления в компаниях малого и среднего бизнеса, показал, что большая их часть относится к средним компаниям, что, вероятно, говорит о том, что малый бизнес слабо восприимчив к элементам корпоративного управления.

Анализ выявил следующие особенности в стратегическом управлении средними компаниями:

- высокая концентрация собственности, размытая ответственность;
- активное участие собственников в текущей оперативной деятельности;
- непрозрачность структуры собственности и финансовой информации;
- отсутствие стратегии развития (в большинстве случаев);
- нечеткие регламенты исполнения бизнес-процессов;
- отсутствие количественных показателей результативности топ-менеджмента;
- слабо организованные системы внутреннего контроля и управления рисками.

В средних компаниях, где присутствует корпоративное управление, часто бывает недооценен такой инструмент, как совет директоров, который часто выполняет только консультативные функции, тогда как на него может быть возложен контроль деятельности и топ-менеджмента, оценка его работы, содействие в выработке стратегии развития компании и контроль ее реализации, разработка системы управления рисками, внутренний контроль и пр. Хотя это во многом зависит от структуры собственности (один или несколько собственников, их вес в управлении компанией) и от того, какие ключевые посты в структуре управления занимают сами собственники. Также среди проблем корпоративного и стратегического управления в средних компаниях (ЗАО) можно выделить недостаточный контроль над соблюдением прав акционеров, особенно миноритарных. Стратегическое управление и корпоративное управление реализуется в средних компаниях, по масштабам ведения бизнеса близких к крупным, на более мелких – носит номинальный характер. Главная особенность корпоративного управления в среднем бизнесе – то, что контроль над всеми бизнес-процессами, в том числе корпоративным управлением, осуществляет в конечном итоге собственник.

Необходимо отметить, что внедрение и четкое исполнение норм корпоративного управления дает предприятиям следующие конкурентные преимущества [34].

Во-первых - это облегчение доступа к рынку капиталов:

- Практика корпоративного управления - один из важнейших факторов, определяющих способность компаний выйти на внутренние и внешние рынки капиталов;
- Реализация принципов надлежащего корпоративного управления обеспечивает необходимый уровень защиты прав инвесторов, поэтому они воспринимают эффективно управляемые компании как дружественные и способные обеспечить приемлемый уровень доходности вложений.

Во-вторых - это снижение стоимости капитала:

- Акционерные общества, которые придерживаются высоких стандартов корпоративного

управления, могут добиться уменьшения стоимости внешних финансовых ресурсов, ими в своей деятельности, и следовательно, снижение стоимости капитала в целом;

- Стоимость капитала зависит от уровня риска, присваиваемого компании инвесторами: чем выше риск, тем больше стоимость капитала.

В-третьих - это содействие росту эффективности:

- Соблюдение стандартов корпоративного управления помогает усовершенствовать процесс принятия решений, способных оказать существенное влияние на эффективность финансово-хозяйственной деятельности общества на всех уровнях;

- Качественное корпоративное управление упорядочивает все происходящие в компании бизнес процессы, что способствует росту оборота и прибыли при одновременном снижении объема требуемых капиталовложений;

- Надлежащее корпоративное управление строится на принципах прозрачности, доступности, оперативности, регулярности, полноты и достоверности информации на всех уровнях. Если прозрачность увеличивается, инвесторы получают возможность проникнуть в суть бизнес - операций. Даже если информация, исходящая от повысившей свою прозрачность компании, оказывается негативной, акционеры выигрывают от сокращения риска неопределенности.

Таким образом, формируются стимулы к проведению советом директоров систематического анализа и оценки рисков.

В-четвертых - это улучшение репутации:

- У компаний, соблюдающих права акционеров и кредиторов и обеспечивающих финансовую прозрачность и подотчетность, будет формироваться репутация ревностных хранителей интересов инвесторов. В результате такие компании смогут стать достойными «корпоративными гражданами» и пользоваться большим доверием общественности.

Эффективное корпоративное управления как фактор конкурентоспособности, строится на ряде основополагающих принципов:

- Соблюдение прав акционеров, инвесторов и заинтересованных сторон;
- Четкое разделение полномочий и ответственности между органами управления;
- Наличие эффективного наблюдательного органа (структура совета директоров, наличие работоспособных комитетов, отсутствие конфликта интересов и др.);
- Выстроенная система управленческой отчетности для наблюдательного органа;
- Формализованная и прозрачная политика, и процедура назначения / переизбрания директоров;

- Формализованная и прозрачная политика, и процедура вознаграждения директоров и руководителей компании;
- Информационная открытость для акционеров и заинтересованных сторон, включая социальную ответственность;
- Прозрачная дивидендная политика;
- Наличие эффективных систем внутреннего контроля и аудита;

Таким образом, специфика малого и среднего бизнеса не позволяет в полной мере воспользоваться всеми преимуществами эффективного корпоративного управления, тем не менее ряд элементов корпоративного управления может быть внедрен на предприятиях малого и среднего бизнеса. Это позволит предприятиям малого и среднего бизнеса не только оптимизировать внутренние бизнес-процессы и предотвратить возникновение конфликтов, организовав должным образом отношения между заинтересованными лицами, но и привлекать дополнительные инвестиции, например, в виде прямых инвестиций, кредитов и др.

2. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА РК В СИСТЕМЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ БИЗНЕСА И ВЛАСТИ *

2.1 Институциональные основы сущности малого и среднего предпринимательства

В мировой практике предприятия малого бизнеса - это малые предприятия различной организационно-правовой формы; фермерские хозяйства; индивидуальное предпринимательство; малый семейный бизнес; формы неформальной занятости (репетиторство, выращивание плодово-ягодных культур, скота и прочие кустарные промыслы). Каждую из этих форм характеризует относительно небольшой объем используемых ресурсов - труда и капитала. Такие понятия, как «малый и средний бизнес», «малые и средние предприятия (МСП)», «предприятия малого и среднего бизнеса» и т. п., за прошедшие 15 лет стали широко использоваться в специализированной литературе и в деловой среде. К основным категориям, определяющим экономическую сущность предпринимательства, относятся [93]:

- использование инвестиционных механизмов, включающих методы поиска и отбора источников вложений, формы и направления работы с инвесторами, каналы, способы и сроки окупаемости вложенных финансовых и материальных средств;

- программирование и планирование предпринимательской деятельности, состоящие из перспективных программ, средне- и краткосрочных проектов и бизнес-планов, по этапам и стадиям производства, переработки и реализации продукции;

- финансовое, кредитное и материально-техническое обеспечение предпринимательского процесса;

- общая ценовая политика и гибкое регулирование закупочных, отпускных и розничных цен на продукцию, работы и услуги предпринимателя в зависимости от состояния рынка;

- организация коммерческого и хозяйственного расчета в структурных подразделениях предприятия;

- стимулирование и мотивация труда наемных работников субъекта предпринимательства;

- нормализация налогооблагаемой базы организаций в рамках норм и правил Налогового кодекса и других федеральных законов;

- маркетинг, охватывающий не только сферу сбытовых, торговых и закупочных операций, но и сферу производства, ориентированную на выпуск конкурентоспособной по качеству, цене, ассортименту, срокам поступления на рынок и другим параметрам продукции;

- Данная глава подготовлена совместно с Филипповой О.В.-старший преподаватель Усинского филиала УГТУ.

- организация учета и расчетов, основанных на регулярности, достоверности и прозрачности товарных, денежных и иных операций.

Следует сразу отметить, что широко используемое в России понятие «малые и средние предприятия» (как и соответствующая аббревиатура МСП) в подавляющем большинстве случаев означает в нашей стране со-всем не то, что за рубежом. Налицо суженная трактовка, и она приводит при международных сравнениях к занижению показателей развития этого сектора в 4-5 раз. В мире в категорию МСП обычно относят любые предприятия с числом занятых до 250 (либо до 500 человек в некоторых странах). Поскольку понятия среднего предприятия в России нет, то сокращение МСП употребляется «автоматически» по аналогии с тем, как это делается во всем мире, где, действительно, выделяется группа малых и средних предприятий. Данные о средних предприятиях в показателях российского сектора МСП не отражаются (за единичными исключениями), а группируются с крупными предприятиями.

Но вопросы, связанные с понятиями и терминами, не являются абстрактной научной или чисто филологической проблемой. Учитывая то, что Россия идет по пути интеграции в мировое экономическое сообщество, следует своевременно обращать внимание на вопросы деловой терминологии.

В особенности это важно при введении новых терминов, отражающих новые явления для реформируемой экономики России.

Ряд исследователей по вопросам малого и среднего предпринимательства отмечают, что вышеперечисленные термины, как и обороты, не столь широко употребляемые (например, «малые формы хозяйствования (МФХ)»), не только не содержат в себе каких-либо смысловых противоречий с точки зрения чистоты русского языка, но и имеют совершенно определенные аналоги в деловом английском языке: «small business», «small businesses», «small and medium enterprises (SMEs)», «small business sector», «small business-owners», «en-trepreneurship and small business». В профессиональной лексике специалистов, ученых и самих предпринимателей прочно укрепились и такие термины, как «малый предприниматель» или «малый сектор экономики». В официальных документах утвердилось понятие «малое предпринимательство», хотя адекватность его использования может быть подвергнута сомнению [21, с. 145].

Таким образом, этимологически термин «малый бизнес» в России был привит англоязычной литературой, в которой применяется определение «small business», что переводится в России как малый бизнес (мелкий плюс средний).

Если рассматривать по странам, то в европейских странах и в Японии принят термин «мелкие и средние предприятия». Во французской литературе существует общепринятая аббревиатура PME (Petites et moyennes entreprises). Но сейчас все больше и в западноевропейской литературе употребляется термин «small business» в английской транскрипции. В российских правовых актах в настоящее время принято использовать словосочетание «малое предприятие», когда имеются в виду предприятия малого и среднего бизнеса.

Малые предприятия в развитых странах занимают прочные позиции в таких отраслях, как торговля, строительство, автосервис, сфера услуг. При этом осуществляется активная диверсификационная политика малого бизнеса в новые области производства – машиностроение, энергетику, энерготехническую, химическую промышленность, приборостроение, транспортные перевозки и коммуникации, телекоммуникации, информационные технологии, а также другие наукоемкие, высокотехнологичные сферы производства.

Как правило, в мировом масштабе наиболее общими критериями, на основе которых предприятия относятся к малым, являются: численность персонала, размер уставного капитала, величина активов, объем оборота (прибыли, дохода). По данным Мирового банка, общее число показателей, по которым предприятия относятся к субъектам малого предпринимательства (бизнеса), превышает 50. Однако наиболее часто применяемыми критериями являются те, что приведены выше.

Практически во всех странах существует своя классификация предприятий, которая делит экономическую деятельность на малый, средний и крупный секторы экономики. Но, как правило,

малый и средний секторы экономики объединяют в одну группу при разработке законов и программ развития и поддержки.

В Европейском Союзе действуют следующие показатели численности работников: до 9 – микропредприятие; от 10 до 50 – малое предприятие; от 50 до 250 – среднее. При этом страны, входящие в ЕС, могут использовать и свои показатели. Другие экономические организации устанавливают свои показатели. Так, Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), в которую входят экономически высокоразвитые страны, определяет предприятия с числом занятых до 19 человек как «весьма малые», до 99 человек как «малые», от 100 до 499 как «средние» и свыше 500 человек как «крупные».

В Соединенных Штатах Америки федеральным законом о малом бизнесе установлено, что малая фирма – это фирма, имеющая одного или нескольких владельцев, с числом занятых не больше 500 человек. В зависимости от количества наемных работников предприятия делятся на: наименьшие – 1-24 человека; малые – 25-99 человек; промежуточные – 100-499 человек; крупные – 500-999 человек; крупнейшие – 1000 и более. В последние время в США все большее развитие получает семейный и надомный малый бизнес. По данным Нью-Йоркской исследовательской фирмы Link re Sources, в 1993 году в США полностью или частично работало на дому 39 млн. человек, в том числе 6 млн. человек после основной службы [17, с. 211]. По данным Администрации малого бизнеса в США, в 1998 году в стране было вновь создано 898 тыс. новых фирм. Из числа этих фирм 60 % начали свою работу на дому при поддержке Министерства труда США. Следует отметить, что около 21 млн. американцев (17 % всех занятых) работают благодаря малому бизнесу при неполном рабочем дне.

В Японии в зависимости от численности персонала разделяют семь групп предприятий: I группа – 1-4 человека, II группа – 5-9, III группа – 10-29, IV группа – 30-49, V группа – 50-99, VI группа – 100-299 и VII группа – 300-499 человек.

В Великобритании к мельчайшим относят фирмы с числом занятых от 1 до 25 человек, к мелким – от 25 до 99.

Для целей статистического учета Министерство торговли и промышленности Великобритании обычно использует следующие показатели [83]:

- микрофирма – численность персонала 1-9 чел.;
- малая фирма – численность персонала 10-49 чел. (включает микрофирмы);
- средняя фирма – численность персонала 50-249 чел.;
- крупная фирма – численность персонала более 250 чел.

Во Франции малыми считаются предприятия, на которых численность занятых не превышает 500 человек, причем в различных отраслях экономики размер фирмы оценивается по-разному: в сельском хозяйстве и пищевой промышленности фирмы с численностью свыше 200 человек

считаются крупными, а в отрасли, связанной с производством оборудования, порог численности составляет 500 человек [12, с. 121].

В Швеции система отнесения предприятий к малым схожа с французской, но учитываются следующие показатели: стадия роста, отраслевая принадлежность, географическая сфера деятельности, специфические характеристики владельцев и управляющих (женщины-предприниматели, иностранцы), типы проблем, характерных для предприятия.

В Германии определенное понятие малого бизнеса отсутствует, но в соответствии с классификацией Федерального министерства хозяйства к мелким относят фирмы с числом занятых до 49 человек. Мелкие и средние фирмы - это фирмы, которыми руководят юридически самостоятельные владельцы, непосредственно участвующие в производстве, полностью берущие на себя экономический риск и финансирующие свою деятельность, как правило, без привлечения кредитных средств.

В Польше к малым относят предприятия с численностью сотрудников менее 50 человек, к средним – с численностью персонала до 500 человек.

В Болгарии к предприятиям малого бизнеса относят предприятия с численностью сотрудников до 50 человек, среднего - до 200 человек. В Венгрии - предприятия с числом работающих до 300 человек в промышленности, связи, коммунальном хозяйстве, до 60 человек - в оптовой торговле, до 50 человек в розничной торговле и сфере услуг.

Европейская комиссия в 2001 году распространила документ, устанавливающий единое определение. В нем содержится не имеющая обязательного характера рекомендация странам-участницам, Европейскому инвестиционному банку и Европейскому инвестиционному фонду утвердить это определение и для целей своих программ.

Этот документ разрешает, если это желательно, использовать более низкие пороговые значения показателей, определяющих статус малых и средних предприятий.

Следует отметить, что во многих странах важную роль играет также отраслевая принадлежность предприятия.

Во многих европейских странах существуют также ремесленные предприятия, статус которых определен в законодательном порядке.

Так, во Франции ремесленником является тот, кто организует на свои средства предприятие, обладает профессиональной квалификацией, обеспечивает руководство предприятием и принимает личное участие в его работе. Численность занятых на таком предприятии не должна превышать 10 человек, включая владельца, помогающих ему членов семьи, наемных работников и учеников.

В отличие от промышленности ремесла в Германии – более старый сектор экономики. В сфере ремесел насчитывается 94 профессии, около 600 тыс. самостоятельных предприятий и свыше 6 млн. работников. Правительство Германии оказывает поддержку ремесленным

предприятиям с помощью информационного обеспечения, мер по повышению квалификации, консультаций по вопросам предпринимательской деятельности, предоставления льготных кредитов и субсидий на профессиональное образование и переобучение.

В интересах сохранения качественного уровня производства и эффективности ремесел, согласно Положению о ремеслах, ремеслом разрешается заниматься лишь тому, кто сдал экзамен на звание мастера. Сдача экзамена на звание мастера и получение Большого свидетельства дает право на обучение учеников.

Самое существенное различие между ремесленным и мелким предприятием состоит в том, что ремесленник сам трудится, участвует в производстве как рабочий. Его доход достаточен лишь для того, чтобы осуществлять простое воспроизводство. Государство предоставляет ремесленным предприятиям более значительные льготы, чем другим фирмам, поэтому ремесленники, как правило, не хотят расширять свое дело и превращаться в мелких предпринимателей.

Наибольшее распространение ремесленные фирмы получили в строительстве. Причем в некоторых странах ремесленникам разрешено иметь большее число наемных рабочих. В сфере услуг статус ремесленного предприятия чаще всего имеют маленькие пекарни, кондитерские и мастерские по ремонту бытовой техники. В сфере производства ремесленники обычно работают по заказам мелких и средних предприятий. Наконец, традиционной областью приложения сил для них являются художественные народные промыслы.

В соответствии со ст. 34 Конституции РФ «каждый имеет право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной, не запрещенной законом экономической деятельности». В ст. 18 ГК РФ тоже предусматривается возможность для граждан заниматься предпринимательской и любой иной, не запрещенной законом деятельностью, а также создавать юридические лица самостоятельно или совместно с другими гражданами и юридическими лицами.

Предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке (ст. 2 ГК РФ).

Согласно ГК РФ (ст. 23,50) каждый человек может заниматься предпринимательской деятельностью путем создания юридического лица или без образования такового с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя.

Вне зависимости от формы собственности в случае удовлетворения соответствующим законодательно установленным критериям численности занятых работников, оборота хозяйствующие субъекты (юридические лица и индивидуальные предприниматели) могут быть отнесены к субъектам малого и среднего предпринимательства.

Нормативно-правовое регулирование развития малого и среднего предпринимательства в РФ осуществляется Федеральным законом от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».

К субъектам малого и среднего предпринимательства относятся коммерческие юридические лица, а также физические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, внесенные в Единый государственный реестр и соответствующие следующим условиям:

1. в уставном (складочном) капитале (паевом фонде) юридических лиц суммарная доля участия РФ, ее субъектов, муниципальных образований, иностранных юридических или физических лиц, общественных и религиозных организаций и объединений, благотворительных и иных фондов не должна превышать 25% (за исключением активов акционерных инвестиционных фондов и закрытых паевых инвестиционных фондов);

2. в уставном (складочном) капитале (паевом фонде) юридических лиц доля участия, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства, не должна превышать 25% процентов;

3. средняя численность работников за предшествующий календарный год не должна превышать предельные значения средней численности работников для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства:

- средние предприятия — от 100 до 250 человек включительно;
- малые предприятия — до 100 человек включительно;
- микропредприятия — до 15 человек (выделяются в составе малых).

4. выручка от реализации товаров (работ, услуг) без учета НДС или балансовая стоимость активов (остаточная стоимость основных средств и нематериальных активов) за предшествующий год для следующих категорий субъектов малого и среднего предпринимательства не должна быть больше:

- средних предприятий — 1000 млн руб.;
- малых предприятий — 400 млн руб.;
- микропредприятий — 60 млн руб.

При этом принимается наибольшее значение указанных условий для отнесения хозяйствующего субъекта к малому или среднему предпринимательству.

Категория субъекта малого или среднего предпринимательства изменяется только в случае, если значения выручки от реализации (без НДС) или балансовой стоимости активов выше или ниже предельных в течение двух календарных лет, следующих один за другим.

Малое предпринимательство играет существенную роль в экономике разных стран. Оно оказывает большое влияние на ее развитие в силу следующих основных преимуществ:

- массовости явления, вызванной стремлением людей улучшить свое материальное положение;
- возможности полного проявления своих индивидуальных способностей, реализации идей и стремлений;
- определенной независимости действий субъектов малого предпринимательства;
- низкой потребности в первоначальных и последующих капиталовложениях;
- высокой способности реагировать на постоянное качественное изменение спроса, развитие технологий, науки и техники;
- высокого уровня адаптации к изменяющимся условиям хозяйствования;
- гибкости и оперативности принятия и выполнения принимаемых решений;
- возможности создания условий для увеличения числа рабочих мест.

Развитие малого предпринимательства происходит под воздействием перечисленных факторов, действующих иногда противоречиво. Например, развитие технологий, науки, с одной стороны, предполагает наличие крупных предприятий, поскольку требуются большие капиталовложения, с другой стороны, ведет к сокращению числа рабочих мест на этих крупных предприятиях, поскольку большая часть технологических процессов производства автоматизируется. Увеличивающееся число безработных порождает сокращение потребительского спроса и ведет к увеличению социальной напряженности.

Предприниматели как собственники малых предприятий всегда стремятся к экономии ресурсов и инвестированию. Представители малого предпринимательства лучше знают уровень спроса на местных рынках, постоянно меняющийся вследствие развития технологий, науки и техники. Крупные же предприятия не могут оперативно реагировать на быстрое изменение спроса в силу инертности производства из-за его громоздкости. Высокий уровень личной мотивации в достижении успеха, гибкость и быстрота принятия решений всегда положительно сказываются на деятельности предприятия.

Малое предпринимательство как продукт перехода экономики в новое качество имеет и недостатки, среди которых можно выделить самые существенные:

- зависимость от крупных компаний, создание субъектов малого предпринимательства зачастую по инициативе крупных, которые поручают им заниматься отдельными видами производства или устанавливать тесные связи с рынком;
- высокий уровень риска и финансовой неустойчивости на рынке;
- недостатки управления малым бизнесом прежде всего из-за недостаточных знаний, опыта и квалификации руководителей-предпринимателей;
- трудности в получении дополнительных финансовых средств;
- повышенная чувствительность к изменениям условий хозяйствования;

- негативное отношение определенной части населения, напрямую связывающей предпринимательство только с посредничеством, куплей-продажей и т. п.

Малые предприятия, являясь важной частью хозяйственной структуры, позволяют повысить гибкость и адаптивность экономики, способствуют развитию конкуренции, создают особую инновационную среду, укрепляют социальную стабильность, дают возможность перехода к ресурсосберегающему типу экономического роста и др. Сегодня в секторе малого предпринимательства производится основная часть ВВП во многих промышленно развитых странах (от 40% в США до 70% в среднем по странам ЕС), обеспечивается работой большая часть трудоспособного населения (от 50% в США до 70% в среднем по странам ЕС), осуществляется большая часть всех инноваций (из 60 крупных открытий XX в. почти 50 были сделаны на малых и средних предприятиях).

По мнению зарубежных экономистов, стабильность рыночной системы обеспечивается уже тогда, когда 20—30% граждан страны имеют собственное дело. В развитых странах малый бизнес составляет основу среднего класса — влиятельной общественной страты, объединяющей 60—80% населения. По уровню развития малого предпринимательства специалисты судят о способности страны приспосабливаться к меняющейся экономической обстановке, что особенно значимо в условиях кризиса.

Государственная политика в области поддержки и развития малого и среднего предпринимательства в РФ предусматривает следующие меры:

- специальные налоговые режимы, упрощенные правила ведения налогового учета, упрощенные формы налоговых деклараций по отдельным налогам и сборам для малых предприятий;

- упрощенную систему составления бухгалтерской отчетности для малых предприятий, осуществляющих отдельные виды деятельности;

- упрощенный порядок составления субъектами малого и среднего предпринимательства статистической отчетности;

- льготный порядок расчетов за приватизированное субъектами малого и среднего предпринимательства государственное и муниципальное имущество;

- обеспечение участия субъектов малого предпринимательства в качестве поставщиков (исполнителей, подрядчиков) в целях размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд;

- обеспечение прав и законных интересов субъектов малого и среднего предпринимательства при осуществлении государственного контроля (надзора);

- обеспечение финансовой поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства;

- развитие инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства;

- иные меры, направленные на обеспечение достижения целей и принципов Закона № 209-ФЗ.

2.2 О предпринимательской составляющей национального богатства.

Воспроизводство (накопление и использование) национального богатства осуществляется разными субъектами этого процесса: домашними хозяйствами, субъектами малого и среднего предпринимательства, организациями крупного бизнеса. Цель данного исследования – выявить и обосновать роль предпринимательского сектора в воспроизводстве национального богатства страны.

Говоря о национальном богатстве, нужно различать воспроизводимые и невозпроизводимые природные ресурсы страны, а также и то, что происходят изменения в природе факторов производства. Невоспроизводимые ресурсы – это недра и полезные ископаемые; воздух и вода (в случае необратимых загрязнений). При выборе и реализации стратегии экономического развития страны следует понимать, что ждет страну, которая строит свое экономическое благополучие на основе невозпроизводимых природных ресурсов.

По мере развития постиндустриального общества такие ресурсы, как знания, ноу-хау, большая часть создаваемых творческой деятельностью информационных продуктов и многие другие наиболее конкурентоспособные ресурсы, становятся неограниченными (например, уничтожить информацию в процессе потребления нельзя), уникальными (они являются продуктом творческого труда и всякий раз как удовлетворяют, так и создают новую потребность).

Происходят качественные изменения в самих основах экономической жизнедеятельности: на смену индустриальным технологиям идут информационные, на смену репродуктивному индустриальному труду приходит творческая деятельность, на смену материальному производству – услуги, образование и т.д. Изменяется и структура общественного производства: растет не просто сфера услуг, но и роль информационно-интенсивной экономики. Среди важнейших стимулов и ограничений экономической жизнедеятельности решающее значение приобретают не только соображения прибыли, но и глобальные ценности и проблемы (экологические, гуманитарные, геополитические и др.).

Значительно изменяется и система экономических отношений. Подрываются реальные основы абстрактной модели совершенного рынка (конкуренция, эквивалентность обмена и т.п.), имеет место неотчуждаемость продукта творческого труда, по-иному распределяются издержки производства информационных продуктов, формируются «адаптивные» предпринимательские структуры, имеющие «посткапиталистическую» природу.

Таким образом, в современных условиях люди, их труд и интеллект – это главная компонента экономического механизма воспроизводства национального богатства. Национальный интеллект в экономическом смысле материализуется в виде наукоемких отраслей экономики. Интеллект человека, всего населения, его образованность, воспитанность, нравственность – самый ценный, самый воспроизводимый ресурс страны.

По оценкам Всемирного банка, проведенного по 192 странам, на долю физического капитала приходится около 16% национального богатства, природного капитала – 20%, человеческого – 64%. Для России эта пропорция иная – 14, 72 и 14%, то есть в стране роль природных богатств является доминирующей. Как видим, сложился сырьевой, неэффективный характер российской экономики, ее зависимость от невозпроизводимых ресурсов.

Экспортно-сырьевая модель экономического развития Российской Федерации не уникальна, она характерна для многих стран, обладающих богатыми сырьевыми ресурсами. Но по доле доходов от экспорта сырья в ВВП и в госбюжете Россия ближе всего стоит к таким странам, как Нигерия, Ангола или Венесуэла, всё более отставая по доле несырьевого экспорта от Бразилии. Россия превращается из страны с индустриальной экономикой - «сырьевой придаток» экономически развитых стран. Основными субъектами сырьевой экономики являются государство и крупные сырьевые компании, а внутренний рынок характеризуется низким уровнем конкуренции. Российские компании-гиганты относятся преимущественно к сырьевому сектору, причем выручка пятисот крупнейших компаний страны сопоставима с объемом ВВП РФ. Проводимая бюджетно-налоговая политика в сочетании с бюрократизмом и коррупцией сдерживают развитие российского малого и среднего предпринимательства, сокращая тем самым масштабы экономической реализации предпринимательской составляющей человеческого капитала страны.

В таких промышленно развитых странах, как Германия, Япония, Швеция, доля человеческого капитала в ВВП достигла 80%. Таким образом, экспертные оценки свидетельствуют о том, что основной компонентой национального богатства в современных условиях должен быть человеческий капитал, а условием его накопления является высокое и все повышающееся качество жизни.

На наш взгляд, главное богатство России – это природные и человеческие ресурсы. По многим показателям население России представляет собой уникальный ресурс. Уровень грамотности населения, охвата средним образованием в РФ - один из самых высоких в мире. Образование выше среднего имеют около 85% населения, а среди экономически активного населения, младше 60 лет - почти 95%. Для сравнения: данный показатель в Германии – стране с самым высоким уровнем образования в ЕС – 78%, в Великобритании – 76%, в Испании и вовсе заметно меньше – 50% [1].

Человеческий капитал, являясь интенсивным фактором развития, пронизывает всю экономику и общество и обеспечивает их функционирование и развитие или, напротив, угнетает при низком его качестве. Качество человеческого капитала формируется за счет инвестиций в повышение уровня и качества жизни населения, в интеллектуальную деятельность, в том числе в воспитание, образование, здоровье, знания (науку), в предпринимательскую способность, в безопасность граждан и бизнеса, в обеспечение экономической свободы, а также в культуру, искусство.

Человеческий капитал – это важнейшая составная часть современного производственного процесса, которую необходимо рассматривать как один из эффективных факторов социально-экономического развития страны на основе его качественного и количественного роста во всех структурах общества, в том числе в субъектах предпринимательской деятельности.

Следовательно, экономическую реализацию предпринимательской составляющей человеческого капитала можно рассмотреть на примере развития малого предпринимательства, в том числе и инновационного. Так как интеллект людей, их способности, используемые в деятельности крупного бизнеса, имеют очевидную взаимосвязь с национальным богатством страны (региона), что находит отражение и в соответствующих статистических показателях. А что касается определения вклада малого и среднего бизнеса в национальное богатство, тут существуют трудности как теоретического, так и методологического характера.

Место и роль малого предпринимательства в национальной экономике можно определить с помощью количественных показателей, причем таких, которые имеют определяющее значение для экономики. Единой общепризнанной системы показателей, характеризующих состояние и развитие субъектов малого и среднего предпринимательства с точки зрения их вклада в национальное богатство страны, также как и методики комплексной оценки уровня его развития, в регионе до сих пор не существует. Подходы различных авторов к измерению уровня развития малого предпринимательства в стране и регионе основаны на применении стандартных статистических показателей, применяемых для оценки развития малого и среднего бизнеса в различных странах, и отличаются в основном лишь количеством используемых показателей или их комбинаций. На начальном этапе становления российского малого бизнеса в качестве универсального показателя его оценки в стране и регионе рассматривалась плотность сосредоточения субъектов малого предпринимательства на определенной территории, рассчитываемая как число субъектов малого предпринимательства на 1000 жителей. Принято считать, что этот показатель отражает степень саморегулирования рыночной экономики.

С увеличением роли малого бизнеса в экономике страны для оценки уровня его развития начал применяться комплекс показателей. Так, А.З. Дадашевым, Н.Г. Гловацкой и др. было предложено измерять уровень развития малого бизнеса с помощью системы показателей,

характеризующих, с одной стороны, производственную и коммерческую деятельность субъектов малого предпринимательства (7 показателей), а с другой – эффективность использования ресурсов (5 показателей) [2].

Н. Соловьева и О.Конева предлагают комплексный подход к оценке малого бизнеса, включающий:

- масштаб развития и плотность распределения (по доле малых предприятий в общем их числе и по числу малых предприятий на 1000 человек населения);
- вклад в социальную сферу страны (по доле малых предприятий в численности занятых);
- вклад в экономику страны (по доле малых предприятий в ВВП);
- деловую активность (по доле выручки малых предприятий в общем объеме выручки);
- вклад в будущее социально-экономическое развитие страны (по доле инвестиций малых предприятий в основной капитал страны) [3].

На наш взгляд, следует оценивать уровень развития малого бизнеса и его экономическую роль в стране с помощью трех групп показателей, измеряющих:

1) количественный уровень развития субъектов малого предпринимательства (например, число предпринимателей без образования юридического лица на 1000 жителей в трудоспособном возрасте, доля занятых на малых предприятиях в общей численности трудоспособного населения, удельный вес малых предприятий в числе предприятий страны или региона);

2) эффективность функционирования субъектов малого предпринимательства (например, объем производства продукции на одного занятого на малых предприятиях, инвестиционная активность работников малых предприятий, прибыль на одного занятого на малых предприятиях, прибыль на 1 руб. произведенной на малых предприятиях продукции);

3) вклад малого бизнеса в основные финансово-экономические показатели страны или региона (доля малых предприятий в объеме производства, доля малых предприятий в прибыли, доля малых предприятий в инвестициях).

В российской экономической теории и практике за последние двадцать лет выработаны различные подходы к комплексной оценке уровня развития малого бизнеса, базирующиеся на рейтинговой оценке, многомерном статистическом анализе или экономико-математическом моделировании. Все эти подходы основаны на применении стандартных статистических показателей и отличаются лишь их различной комбинацией, что предопределено крайне ограниченным набором показателей деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства, отслеживаемых и публикуемых Росстатом. Такая ситуация со статистикой малых предприятий обусловлена переходом в 1995 году на выборочное обследование малых предприятий по 20-процентной расслоенной случайной выборке с последующим

распространением полученных данных на генеральную совокупность малых предприятий и досчетом на вновь созданные малые предприятия.

Во втором квартале 2011 года Росстат будет проводить сплошное наблюдение за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства. Данное мероприятие организуется в РФ впервые. Полномасштабное исследование уровня развития малого и среднего предпринимательства в России станет важным фактором в процессе разработки и реализации комплексных мер по развитию данного сектора. Поддержка предпринимательства - один из приоритетов государственной экономической политики в нашей стране. Новые тенденции и приоритеты развития малого и среднего бизнеса в долгосрочной перспективе потребуют обновления инструментария его поддержки, переноса акцента с одних форм на другие, усиления целевого характера поддержки.

Сдерживающее влияние на развитие малого предпринимательства в РФ оказывает и величина предпринимательского «фермента». Несмотря на попытки государства создать благоприятный предпринимательский климат, развитие малого предпринимательства сдерживается низким уровнем инициативы безработного населения. Современные реалии таковы, что в ноябре 2010 года из 75,3 млн человек экономически активного населения 5,0 млн человек (6,7%) не имели занятия, но активно его искали (в соответствии с методологией Международной Организации Труда они классифицируются как безработные). В государственных учреждениях службы занятости населения зарегистрировано в качестве безработных 1,5 млн человек [4]. Столь огромное число безработных является подлинным бедствием для страны. Поэтому сегодня особенно востребована инициатива малого бизнеса, направленная на создание новых рабочих мест, а также на внедрение в производство современных технологий и способная обеспечить сбалансированность и устойчивость экономического роста, уровень жизни и благополучие миллионов граждан России.

Актуальной задачей является вовлечение в малое предпринимательство, с учетом наличия нетрудоспособного населения и препятствий на стартовом этапе, хотя бы половины населения, способного заниматься бизнесом. При этом нужно учитывать, что в перспективе экономика РФ будет становиться все более сложной, поскольку приток новых знаний, управленческих средств, стилей управления приведет к устареванию многих продуктов и услуг. Поэтому в формировании предпринимательского «фермента» сильна роль совершенствования предпринимательского климата в направлении смещения образовательного фокуса в область инновационной предпринимательской деятельности и повышения уровня доверия бизнеса к власти на основе их эффективного взаимодействия. Посредством снижения барьеров для входа предпринимателей на рынок и обеспечения эффективной институциональной поддержки желающим начать свое дело (обучение, консультации, тренинги, информационная поддержка и т.п.) можно было бы уже в

настоящее время содействовать вовлечению в малое предпринимательство РФ значительной части безработных.

Из федерального бюджета на финансирование программ развития субъектов малого предпринимательства в 2009 году было выделено порядка 18 млрд руб. В 2010 году было выделено 14 млрд рублей для 242 431 предпринимателя, на каждого из этих предпринимателей в среднем приходилось около 57 тысяч рублей. На 2011 год на 120 тысяч человек зарезервировано 11,1 млрд [5].

Как мы видим из приведенных данных, поддержка предпринимателей не растет, а сокращается. Именно поэтому следует рассчитывать не только на поддержку государства, но и на другие источники финансирования, а также учесть, что в 2011 г. налоговая нагрузка на бизнес должна вырасти на 2,3% за счёт утверждённого увеличения страховых взносов до 34%, а также за счёт роста акцизов на бензин, табак, алкоголь.

Существующие проблемы использования элементов национального богатства в российском малом бизнесе не уменьшают его стратегического значения в современных условиях, и это во многом связано с решением ряда задач, среди которых можно выделить:

- изменение качественной структуры ВВП в сторону увеличения удельного веса легкой и пищевой промышленности, сферы услуг, бытового обслуживания;
- увеличение производства промышленной и сельскохозяйственной продукции;
- внедрение новых информационных технологий;
- содействие субъектам малого и среднего бизнеса в размещении заказов на предприятиях с более совершенным технологическим оборудованием и в инженерно-техническом проектировании;
- повышение конкурентоспособности продукции малого и среднего бизнеса;
- внедрение новых технологий и высокотехнологичного оборудования в сфере малого и среднего бизнеса;
- повышение эффективности деятельности и улучшение качественного уровня малого предприятия;
- привлечение иностранных инвестиций в сферу малого и среднего бизнеса;
- осуществление мер поддержки малого инновационного бизнеса;
- организовать доступ малых предприятий к незагруженным мощностям и неиспользуемым площадям крупных и средних предприятий;
- рост доходов населения;
- обеспечение крупного производства необходимыми комплектующими, материалами, научно-техническими разработками.

Согласно «Прогнозу социально-экономического развития Российской Федерации на 2011 год и на плановый период 2012 и 2013 годы», подготовленному Минэкономразвития РФ, ожидается, что к 2012 году Россия сможет приблизиться к общемировому показателю по доле граждан, желающих начать собственное дело, – 10%, что превысит существующий уровень в 4 раза [6].

Всё вышеуказанное свидетельствует о важности создания благоприятных условий для реализации значительного потенциала малого бизнеса в приоритетных направлениях, в том числе и для увеличения его вклада в ВВП РФ. Это станет возможным благодаря участию государства в развитии малого бизнеса. Государственная политика в области малого бизнеса должна иметь своей конечной целью повышение эффективности использования элементов национального богатства в малом бизнесе.

К основным принципам государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства относятся: предпочтение косвенных форм поддержки; разработка мер, выравнивающих условия хозяйствования для различных групп предпринимателей; последовательная регионализация поддержки. Важным продолжает оставаться такое направление государственной поддержки малого бизнеса, как организация консультационных услуг и обучения основам предпринимательской деятельности.

Необходимо перенести акцент с формирования базисных условий для развития субъектов малого предпринимательства на конкретные направления и меры по повышению конкурентоспособности малых предприятий за счет роста производительности труда, технической обеспеченности предприятий, усиления взаимодействия с государством, финансовыми структурами, крупным бизнесом, формированию государственной системы обеспечения рисков кредитования малого бизнеса и т.п.

Для поддержки малого бизнеса можно использовать кластерный подход. Применение кластерного подхода предполагает, что стратегической основой экономического кластера являются группы конкурентоспособных предприятий в рамках отдельных отраслей, занимающих лидирующие позиции на рынке. Для эффективного функционирования экономический кластер в своем составе должен иметь:

- базовые предприятия-лидеры, производящие и импортирующие свои товары за пределы рассматриваемой территории;
- сеть внутритерриториальных производителей-поставщиков, снабжающих лидеров сырьем, комплектующими изделиями, осуществляющих для них сервисные, логистические, информационные и другие услуги;
- бизнес-климат: инфраструктуру (производственную и транспортную), систему доступа к ограниченным ресурсам, систему налогообложения, наличие научно-исследовательских институтов и центров.

Таким образом, экономический кластер в современной модели рыночного хозяйствования представляет собой сеть экономических агентов и субъектов хозяйственно-экономической деятельности и социально-экономической инфраструктуры, реализующих региональный или территориальный предпринимательский потенциал, на основе общих экономических интересов в процессе создания конкурентоспособной продукции. В результате взаимодействия крупного, малого и среднего бизнеса при поддержке со стороны органов государственной и местной власти и эффективного использования имеющегося потенциала способно самым принципиальным образом изменить содержание региональной и территориальной промышленной политики.

Новые тенденции и приоритеты развития малого и среднего бизнеса в долгосрочной перспективе потребуют обновления инструментария его поддержки, переноса акцента с одних форм на другие, усиления целевого характера поддержки. Необходимо совершенствование государственной политики в сфере малого и среднего бизнеса. Мы считаем, что при этом становятся важными следующие мероприятия:

- разработка и реализация общих принципов политики, ориентированной на формирование в РФ единой предпринимательской среды;
- участие в поддержке малого и среднего бизнеса в депрессивных муниципальных образованиях и на территориях со сложными социально-экономическими условиями развития;
- методическое руководство подготовкой муниципальных программ поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства;
- становление единой системы мониторинга малого и среднего предпринимательства, улучшение статистического обеспечения государственной политики в сфере его развития и поддержки;
- организация актуальных научных исследований по проблемам развития среднего и малого бизнеса.

На наш взгляд, необходима разработка и реализация своеобразного организационно-экономического механизма малого и среднего предпринимательства – способа ведения хозяйства предпринимательского типа, организации предпринимательского воспроизводства с помощью научно обоснованной системы экономико-организационных форм и методов его регулирования. Основные функции организационно-экономического механизма предпринимательства: реализация предпринимательского потенциала, заложенного в предпринимателях, малом и среднем бизнесе, обеспечение плодотворной конкуренции и эффективного взаимодействия и сотрудничества между ними; обеспечение сбалансированности и внутривыпускной пропорциональности между структурными звеньями производства на современной инновационной основе.

Для перехода от «экспортно-сырьевой модели» развития к современной инновационной экономике наша страна нуждается в благоприятном инвестиционном климате, иначе

инновационный потенциал России превратится в интеллектуальное сырье для экономически развитых стран, а не станет фактором развития собственной экономики. Без кардинального улучшения инвестиционного и предпринимательского климата невозможно ускорение социально-экономического развития страны, совершенствование качества экономического роста, расширение предпринимательской активности населения и, соответственно, повышение эффективности использования элементов национального богатства в российском малом и среднем предпринимательстве.

2.3 Роль малых и средних предприятий в повышении конкурентоспособности национальной экономики

Воспроизводство (накопление и использование) национального богатства осуществляется разными субъектами этого процесса: домашними хозяйствами, субъектами малого и среднего предпринимательства, организациями крупного бизнеса. Цель данного исследования – выявить и обосновать роль предпринимательского сектора в воспроизводстве национального богатства страны.

Говоря о национальном богатстве, нужно различать воспроизводимые и невозпроизводимые природные ресурсы страны, а также и то, что происходят изменения в природе факторов производства. Невоспроизводимые ресурсы – это недра и полезные ископаемые; воздух и вода (в случае необратимых загрязнений). При выборе и реализации стратегии экономического развития страны следует понимать, что ждет страну, которая строит свое экономическое благополучие на основе невозпроизводимых природных ресурсов.

По мере развития постиндустриального общества такие ресурсы, как знания, ноу-хау, большая часть создаваемых творческой деятельностью информационных продуктов и многие другие наиболее конкурентоспособные ресурсы, становятся неограниченными (например, уничтожить информацию в процессе потребления нельзя), уникальными (они являются продуктом творческого труда и всякий раз как удовлетворяют, так и создают новую потребность).

Происходят качественные изменения в самих основах экономической жизнедеятельности: на смену индустриальным технологиям идут информационные, на смену репродуктивному индустриальному труду приходит творческая деятельность, на смену материальному производству – услуги, образование и т.д. Изменяется и структура общественного производства: растет не просто сфера услуг, но и роль информационно-интенсивной экономики. Среди важнейших стимулов и ограничений экономической жизнедеятельности решающее значение приобретают не только соображения прибыли, но и глобальные ценности и проблемы (экологические, гуманитарные, геополитические и др.).

Значительно изменяется и система экономических отношений. Подрываются реальные основы абстрактной модели совершенного рынка (конкуренция, эквивалентность обмена и т.п.), имеет место неотчуждаемость продукта творческого труда, по-иному распределяются издержки производства информационных продуктов, формируются «адаптивные» предпринимательские структуры, имеющие

«посткапиталистическую» природу.

Таким образом, в современных условиях люди, их труд и интеллект – это главная компонента экономического механизма воспроизводства национального богатства. Национальный интеллект в экономическом смысле материализуется в виде наукоемких отраслей экономики. Интеллект человека, всего населения, его образованность, воспитанность, нравственность – самый ценный, самый воспроизводимый ресурс страны.

По оценкам Всемирного банка, проведенного по 192 странам, на долю физического капитала приходится около 16% национального богатства, природного капитала – 20%, человеческого – 64%. Для России эта пропорция иная – 14, 72 и 14%, то есть в стране роль природных богатств является доминирующей. Как видим, сложился сырьевой, неэффективный характер российской экономики, ее зависимость от невозпроизводимых ресурсов.

Экспортно-сырьевая модель экономического развития Российской Федерации не уникальна, она характерна для многих стран, обладающих богатыми сырьевыми ресурсами. Но по доле доходов от экспорта сырья в ВВП и в госбюджете Россия ближе всего стоит к таким странам, как Нигерия, Ангола или Венесуэла, всё более отставая по доле несырьевого экспорта от Бразилии. Россия превращается из страны с индустриальной экономикой - «сырьевой придаток» экономически развитых стран. Основными субъектами сырьевой экономики являются государство и крупные сырьевые компании, а внутренний рынок характеризуется низким уровнем конкуренции. Российские компании-гиганты относятся преимущественно к сырьевому сектору, причем выручка пятисот крупнейших компаний страны сопоставима с объемом ВВП РФ. Проводимая бюджетно-налоговая политика в сочетании с бюрократизмом и коррупцией сдерживают развитие российского малого и среднего предпринимательства, сокращая тем самым масштабы экономической реализации предпринимательской составляющей человеческого капитала страны.

В таких промышленно развитых странах, как Германия, Япония, Швеция, доля человеческого капитала в ВВП достигла 80%. Таким образом, экспертные оценки свидетельствуют о том, что основной компонентой национального богатства в современных условиях должен быть человеческий капитал, а условием его накопления является высокое и все повышающееся качество жизни.

На наш взгляд, главное богатство России – это природные и человеческие ресурсы. По многим показателям население России представляет собой уникальный ресурс. Уровень грамотности населения, охвата средним образованием в РФ - один из самых высоких в мире. Образование выше среднего имеют около 85% населения, а среди экономически активного населения, младше 60 лет - почти 95%. Для сравнения: данный показатель в Германии – стране с самым высоким уровнем образования в ЕС – 78%, в Великобритании – 76%, в Испании и вовсе заметно меньше – 50% [13].

Человеческий капитал, являясь интенсивным фактором развития, пронизывает всю экономику и общество и обеспечивает их функционирование и развитие или, напротив, угнетает при низком его качестве. Качество человеческого капитала формируется за счет инвестиций в повышение уровня и качества жизни населения, в интеллектуальную деятельность, в том числе в воспитание, образование, здоровье, знания (науку), в предпринимательскую способность, в безопасность граждан и бизнеса, в обеспечение экономической свободы, а также в культуру, искусство.

Человеческий капитал - это важнейшая составная часть современного производственного процесса, которую необходимо рассматривать как один из эффективных факторов социально-экономического развития страны на основе его качественного и количественного роста во всех структурах общества, в том числе в субъектах предпринимательской деятельности.

Следовательно, экономическую реализацию предпринимательской составляющей человеческого капитала можно рассмотреть на примере развития малого предпринимательства, в том числе и инновационного. Так как интеллект людей, их способности, используемые в деятельности крупного бизнеса, имеют очевидную взаимосвязь с национальным богатством страны (региона), что находит отражение и в соответствующих статистических показателях. А что касается определения вклада малого и среднего бизнеса в национальное богатство, тут существуют трудности как теоретического, так и методологического характера.

Место и роль малого предпринимательства в национальной экономике можно определить с помощью количественных показателей, причем таких, которые имеют определяющее значение для экономики. Единой общепризнанной системы показателей, характеризующих состояние и развитие субъектов малого и среднего предпринимательства с точки зрения их вклада в национальное богатство страны, также как и методики комплексной оценки уровня его развития, в регионе до сих пор не существует. Подходы различных авторов к измерению уровня развития малого предпринимательства в стране и регионе основаны на применении стандартных статистических показателей, применяемых для оценки развития малого и среднего бизнеса в различных странах, и отличаются в основном лишь количеством используемых показателей или их комбинаций. На начальном этапе становления российского малого бизнеса в качестве универсального показателя его оценки в стране и регионе рассматривалась плотность сосредоточения субъектов малого предпринимательства на определенной территории, рассчитываемая как число субъектов малого предпринимательства на 1000 жителей. Принято считать, что этот показатель отражает степень саморегулирования рыночной экономики.

С увеличением роли малого бизнеса в экономике страны для оценки уровня его развития начал применяться комплекс показателей. Так, А.З. Дадашевым, Н.Г. Гловацкой и др. было предложено измерять уровень развития малого бизнеса с помощью системы показателей, характеризующих, с одной стороны, производственную и коммерческую деятельность субъектов малого предпринимательства (7 показателей), а с другой – эффективность использования ресурсов (5 показателей) [13].

Н. Соловьева и О.Конева предлагают комплексный подход к оценке малого бизнеса, включающий:

- масштаб развития и плотность распределения (по доле малых предприятий в общем их числе и по числу малых предприятий на 1000 человек населения);
- вклад в социальную сферу страны (по доле малых предприятий в численности занятых);
- вклад в экономику страны (по доле малых предприятий в ВВП);
- деловую активность (по доле выручки малых предприятий в общем объеме выручки);
- вклад в будущее социально-экономическое развитие страны (по доле инвестиций малых предприятий в основной капитал страны) [13].

На наш взгляд, следует оценивать уровень развития малого бизнеса и его экономическую роль в

стране с помощью трех групп показателей, измеряющих:

1) количественный уровень развития субъектов малого предпринимательства (например, число предпринимателей без образования юридического лица на 1000 жителей в трудоспособном возрасте, доля занятых на малых предприятиях в общей численности трудоспособного населения, удельный вес малых предприятий в числе предприятий страны или региона);

2) эффективность функционирования субъектов малого предпринимательства (например, объем производства продукции на одного занятого на малых предприятиях, инвестиционная активность работников малых предприятий, прибыль на одного занятого на малых предприятиях, прибыль на 1 руб. произведенной на малых предприятиях продукции);

3) вклад малого бизнеса в основные финансово-экономические показатели страны или региона (доля малых предприятий в объеме производства, доля малых предприятий в прибыли, доля малых предприятий в инвестициях).

В российской экономической теории и практике за последние двадцать лет выработаны различные подходы к комплексной оценке уровня развития малого бизнеса, базирующиеся на рейтинговой оценке, многомерном статистическом анализе или экономико-математическом моделировании. Все эти подходы основаны на применении стандартных статистических показателей и отличаются лишь их различной комбинацией, что предопределено крайне ограниченным набором показателей деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства, отслеживаемых и публикуемых Росстатом. Такая ситуация со статистикой малых предприятий обусловлена переходом в 1995 году на выборочное обследование малых предприятий по 20-процентной расслоенной случайной выборке с последующим распространением полученных данных на генеральную совокупность малых предприятий и досчетом на вновь созданные малые предприятия.

Во втором квартале 2011 года Росстат будет проводить сплошное наблюдение за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства. Данное мероприятие организуется в РФ впервые. Полномасштабное исследование уровня развития малого и среднего предпринимательства в России станет важным фактором в процессе разработки и реализации комплексных мер по развитию данного сектора. Поддержка предпринимательства - один из приоритетов государственной экономической политики в нашей стране. Новые тенденции и приоритеты развития малого и среднего бизнеса в долгосрочной перспективе потребуют обновления инструментария его поддержки, переноса акцента с одних форм на другие, усиления целевого характера поддержки.

Сдерживающее влияние на развитие малого предпринимательства в РФ оказывает и величина предпринимательского «фермента». Несмотря на попытки государства создать благоприятный предпринимательский климат, развитие малого предпринимательства сдерживается низким уровнем инициативы безработного населения. Современные реалии таковы, что в ноябре 2010 года из 75,3 млн человек экономически активного населения 5,0 млн человек (6,7%) не имели занятия, но активно его искали (в соответствии с методологией Международной Организации Труда они классифицируются как безработные). В государственных учреждениях службы занятости населения зарегистрировано в качестве безработных 1,5 млн человек [13]. Столь огромное число безработных является подлинным бедствием для

страны. Поэтому сегодня особенно востребована инициатива малого бизнеса, направленная на создание новых рабочих мест, а также на внедрение в производство современных технологий и способная обеспечить сбалансированность и устойчивость экономического роста, уровень жизни и благополучие миллионов граждан России.

Актуальной задачей является вовлечение в малое предпринимательство, с учетом наличия нетрудоспособного населения и препятствий на стартовом этапе, хотя бы половины населения, способного заниматься бизнесом. При этом нужно учитывать, что в перспективе экономика РФ будет становиться все более сложной, поскольку приток новых знаний, управленческих средств, стилей управления приведет к устареванию многих продуктов и услуг. Поэтому в формировании предпринимательского «фермента» сильна роль совершенствования предпринимательского климата в направлении смещения образовательного фокуса в область инновационной предпринимательской деятельности и повышения уровня доверия бизнеса к власти на основе их эффективного взаимодействия. Посредством снижения барьеров для входа предпринимателей на рынок и обеспечения эффективной институциональной поддержки желающим начать свое дело (обучение, консультации, тренинги, информационная поддержка и т.п.) можно было бы уже в настоящее время содействовать вовлечению в малое предпринимательство РФ значительной части безработных.

Из федерального бюджета на финансирование программ развития субъектов малого предпринимательства в 2009 году было выделено порядка 18 млрд руб. В 2010 году было выделено 14 млрд рублей для 242 431 предпринимателя, на каждого из этих предпринимателей в среднем приходилось около 57 тысяч рублей. На 2011 год на 120 тысяч человек зарезервировано 11,1 млрд [13].

Как мы видим из приведенных данных, поддержка предпринимателей не растет, а сокращается. Именно поэтому следует рассчитывать не только на поддержку государства, но и на другие источники финансирования, а также учесть, что в 2011 г. налоговая нагрузка на бизнес должна вырасти на 2,3% за счёт утверждённого увеличения страховых взносов до 34%, а также за счёт роста акцизов на бензин, табак, алкоголь.

Существующие проблемы использования элементов национального богатства в российском малом бизнесе не уменьшают его стратегического значения в современных условиях, и это во многом связано с решением ряда задач, среди которых можно выделить:

- изменение качественной структуры ВВП в сторону увеличения удельного веса легкой и пищевой промышленности, сферы услуг, бытового обслуживания;
- увеличение производства промышленной и сельскохозяйственной продукции;
- внедрение новых информационных технологий;
- содействие субъектам малого и среднего бизнеса в размещении заказов на предприятиях с более совершенным технологическим оборудованием и в инженерно-техническом проектировании;
- повышение конкурентоспособности продукции малого и среднего бизнеса;
- внедрение новых технологий и высокотехнологичного оборудования в сфере малого и среднего бизнеса;
- повышение эффективности деятельности и улучшение качественного уровня малого предприятия;

- привлечение иностранных инвестиций в сферу малого и среднего бизнеса;
- осуществление мер поддержки малого инновационного бизнеса;
- организовать доступ малых предприятий к незагруженным мощностям и неиспользуемым площадям крупных и средних предприятий;
- рост доходов населения;
- обеспечение крупного производства необходимыми комплектующими, материалами, научно-техническими разработками.

Согласно «Прогнозу социально-экономического развития Российской Федерации на 2011 год и на плановый период 2012 и 2013 годы», подготовленному Минэкономразвития РФ, ожидается, что к 2012 году Россия сможет приблизиться к общемировому показателю по доле граждан, желающих начать собственное дело, – 10%, что превысит существующий уровень в 4 раза [6].

Всё вышеуказанное свидетельствует о важности создания благоприятных условий для реализации значительного потенциала малого бизнеса в приоритетных направлениях, в том числе и для увеличения его вклада в ВВП РФ. Это станет возможным благодаря участию государства в развитии малого бизнеса. Государственная политика в области малого бизнеса должна иметь своей конечной целью повышение эффективности использования элементов национального богатства в малом бизнесе.

К основным принципам государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства относятся: предпочтение косвенных форм поддержки; разработка мер, выравнивающих условия хозяйствования для различных групп предпринимателей; последовательная регионализация поддержки. Важным продолжает оставаться такое направление государственной поддержки малого бизнеса, как организация консультационных услуг и обучения основам предпринимательской деятельности.

Необходимо перенести акцент с формирования базисных условий для развития субъектов малого предпринимательства на конкретные направления и меры по повышению конкурентоспособности малых предприятий за счет роста производительности труда, технической обеспеченности предприятий, усиления взаимодействия с государством, финансовыми структурами, крупным бизнесом, формированию государственной системы обеспечения рисков кредитования малого бизнеса и т.п.

Для поддержки малого бизнеса можно использовать кластерный подход. Применение кластерного подхода предполагает, что стратегической основой экономического кластера являются группы конкурентоспособных предприятий в рамках отдельных отраслей, занимающих лидирующие позиции на рынке. Для эффективного функционирования экономический кластер в своем составе должен иметь:

- базовые предприятия-лидеры, производящие и импортирующие свои товары за пределы рассматриваемой территории;
- сеть внутритерриториальных производителей-поставщиков, снабжающих лидеров сырьем, комплектующими изделиями, осуществляющих для них сервисные, логистические, информационные и другие услуги;
- бизнес-климат: инфраструктуру (производственную и транспортную), систему доступа к ограниченными ресурсам, систему налогообложения, наличие научно-исследовательских институтов

и центров.

Таким образом, экономический кластер в современной модели рыночного хозяйствования представляет собой сеть экономических агентов и субъектов хозяйственно-экономической деятельности и социально-экономической инфраструктуры, реализующих региональный или территориальный предпринимательский потенциал, на основе общих экономических интересов в процессе создания конкурентоспособной продукции. В результате взаимодействие крупного, малого и среднего бизнеса при поддержке со стороны органов государственной и местной власти и эффективного использования имеющегося потенциала способно самым принципиальным образом изменить содержание региональной и территориальной промышленной политики.

Новые тенденции и приоритеты развития малого и среднего бизнеса в долгосрочной перспективе потребуют обновления инструментария его поддержки, переноса акцента с одних форм на другие, усиления целевого характера поддержки. Необходимо совершенствование государственной политики в сфере малого и среднего бизнеса. Мы считаем, что при этом становятся важными следующие мероприятия:

- разработка и реализация общих принципов политики, ориентированной на формирование в РФ единой предпринимательской среды;
- участие в поддержке малого и среднего бизнеса в депрессивных муниципальных образованиях и на территориях со сложными социально-экономическими условиями развития;
- методическое руководство подготовкой муниципальных программ поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства;
- становление единой системы мониторинга малого и среднего предпринимательства, улучшение статистического обеспечения государственной политики в сфере его развития и поддержки;
- организация актуальных научных исследований по проблемам развития среднего и малого бизнеса.

На наш взгляд, необходима разработка и реализация своеобразного организационно-экономического механизма малого и среднего предпринимательства – способа ведения хозяйства предпринимательского типа, организации предпринимательского воспроизводства с помощью научно обоснованной системы экономико-организационных форм и методов его регулирования. Основные функции организационно-экономического механизма предпринимательства: реализация предпринимательского потенциала, заложенного в предпринимателях, малом и среднем бизнесе, обеспечение плодотворной конкуренции и эффективного взаимодействия и сотрудничества между ними; обеспечение сбалансированности и внутрипроизводственной пропорциональности между структурными звеньями производства на современной инновационной основе.

Для перехода от «экспортно-сырьевой модели» развития к современной инновационной экономике наша страна нуждается в благоприятном инвестиционном климате, иначе инновационный потенциал России превратится в интеллектуальное сырье для экономически развитых стран, а не станет фактором развития собственной экономики. Без кардинального улучшения инвестиционного и предпринимательского климата невозможно ускорение социально-экономического развития страны, совершенствование качества экономического роста, расширение предпринимательской активности населения и, соответственно, повышение эффективности использования элементов национального богатства в российском малом и

среднем предпринимательстве.

2.4. Сложности и проблемы малого предпринимательства в России

Категория «малое предпринимательство (малый бизнес)» хотя и укоренилось в экономической литературе и официальных документах, но в содержательном плане все еще является не до конца устоявшейся.

Главная сложность при ее анализе связана с тем, что изначально не была четко определена концепция развития рыночных отношений. Мировая практика свидетельствует, что в развитии рыночных отношений возможны две тенденции: формирование регулируемого или стихийного рынка, носящего спекулятивный характер.

Отсутствие четкого понимания этих двух тенденций и ориентация на исключение государства из системы экономического регулирования привели к тому, что в России становление рыночных отношений пошло по второму варианту. Когда сравнивают регулируемый рынок и стихийный рынок, то имеют в виду, прежде всего, нравственную, этическую сторону. Но этого мало. Каждый из них имеет свою экономическую основу.

Отметим и другую особенность. Характер рынка напрямую влияет и на характер капиталовложений. При стихийном рынке основу капитала составляют спекулятивные деньги, получившие в среде предпринимателей название «коротких» денег. Они «делаются» в короткое время и обладают большой подвижностью. В отличие от них так называемые «длинные» деньги вкладываются в производство на более длительный срок, и отдача от них может быть получена не сразу. Это долгосрочные вложения, требующие определенных стабильных условий, правового обеспечения, что характерно для регулируемого рынка.

Одной из причин того, что в России формируется именно деформированный тип рынка, следует считать некритическое осмысление опыта западных стран и непродуманное перенесение его в отечественную практику. Именно так произошло с реализацией модели «шоковой терапии». Дело не в том, что концепция «шоковой терапии» несостоятельна. Наоборот, это - стройная научная теория, применение которой оказалась весьма результативной в ряде стран. Ошибка состояла в том, что в России она была принята без учета ряда условий. Опыт западных стран свидетельствует, что одной из целей введения «шоковой терапии» является потребность вскрыть узкие места, сдерживающие развитие экономики, куда незамедлительно устремляется предприниматель. Налаживая соответствующее производство (нередко при государственной поддержке), предпринимательская сфера «расширяет тромбы» в экономике и в короткие сроки выводит ее из кризиса.

Но в России этого не произошло, так как при введении «шоковой терапии» еще не сформировалось главное условие ее положительной результативности — малое предпринимательство. В сфере материального производства оно практически отсутствовало, а его деформированный характер в сфере обращения не мог оказать существенное влияние на улучшение ситуации.

Использование мирового опыта дело нужное, но при обязательном учете собственных условий и возможностей, что в большей степени может обеспечивать отечественная наука.

Особенностью регулируемого рынка является, во-первых, наличие условий для свободного инвестирования средств в различные сферы, а смысл государственного регулирования заключается не в воздействии на систему цен, а в формировании оптимальных пропорций. Во-вторых, такой рынок требует совершенного механизма регулирования покупательского спроса, т. е. формирования повышенного дохода, а, следовательно, и более высокой покупательной способности у большинства населения, что и выступает движущей силой производства.

Из этого вытекает вторая причина, сдерживающая развитие производственного предпринимательства - снижение покупательского спроса и свертывание внутреннего потребительского рынка. Для каждого общественного строя характерны определенные общественные группы, т. е. относительно стабильные слои населения, со свойственными им ценностями, представлениями, запросами и поведением. В западных странах, при существовании большого разнообразия таких групп, основная масса населения относится к среднему классу, покупательные возможности которого обеспечивают устойчивый спрос на большинство товаров. Сейчас стало очевидным, что попытка сформировать средний класс в России не удалась. У нас складывается ситуация, характерная именно для стихийного рынка, когда большинство населения располагает ограниченными покупательными возможностями. Можно сказать, что сегодня в стране формируются три класса.

Первый класс, который условно можно назвать высшим, включает лиц с высокими покупательными возможностями. Их запросы не нацелены на товары массового отечественного производства.

Второй класс представляют состоятельные граждане. Они составляют 10–15% населения и тяготеют к запросам высшего класса, хотя и не располагают, как первые, безграничными покупательными возможностями.

Большинство населения составляет третий класс - с малым покупательским спросом, который и определяет уровень потребностей, на который должно ориентироваться и «работать» производство.

Отметим еще два обстоятельства, отрицательно влияющих на покупательную способность населения и понижающих мотивацию труда производителей. Суть первого состоит в том, что рост

потребительских цен опережает повышение оплаты труда. В этих условиях спрос акцентируется преимущественно на продовольственных товарах, а промышленные товары остаются не востребованными.

Второе обстоятельство связано с уровнем разрыва доходов между полярными группами населения. Опыт стран с развитой рыночной экономикой свидетельствует, что максимально допустимое соотношение доходов между бедными и богатыми составляет 1:6–1:9, и если оно выше, то это ведет к социальной нестабильности.

Таким образом, сдерживающим фактором развития малого промышленного предпринимательства является сужение внутреннего потребительского рынка. Это обусловливается приобретающим все более ощутимый характер процессом сокращения общей платежеспособности населения.

С другой стороны, в силу постоянного роста цен, увеличивается доля расходов на приобретение продовольственных товаров, сокращается спрос на промышленные товары. Усугубляет тенденцию сокращения расходов на непродовольственные товары постоянное удорожание жилищных и коммунальных услуг.

Естественно, что в условиях свертывания внутреннего рынка отечественный производитель промышленных товаров вынужден ориентироваться на экспорт. Но пробиться на мировой рынок со своей продукцией из-за ее слабой конкурентоспособности и заполненности рынка нелегко. И это еще один фактор, отрицательно влияющий на развитие малого отечественного предпринимательства. Усугубляет эту ситуацию не только снижение платежеспособности населения, но и неплатежеспособность промышленных предприятий.

Третья причина кардинального характера, тормозящая малое предпринимательство в промышленной сфере, связана с существующей системой налогообложения. Согласно опросу, проведенному Всероссийским центром изучения общественного мнения, 86,2% руководителей предприятий в качестве главной причины, отрицательно влияющей на экономическое положение предприятий, назвали несовершенство налогов и их высокий уровень.

Напомним, у российского малого предпринимательства практически отсутствуют сколь-нибудь существенные налоговые льготы. Специальный налоговый режим для субъектов малого бизнеса в виде упрощенной системы налогообложения льготой может считаться лишь условно. Номинально, упрощенная система налогообложения должна облегчить ведение бухгалтерской отчетности на малом предприятии. Система добровольна и распространяется на любого субъекта хозяйствования (не только на субъектов малого предпринимательства) с объемом дохода от реализации, определяемым в соответствии со статьей 249 Налогового Кодекса РФ и не превышающим (без учета налога на добавленную стоимость) 20 млн. рублей (этот порог ежегодно индексируется). Такой субъект хозяйствования может выбрать для себя вид объекта

налогообложения: либо доход, что предполагает уплату единого налога по ставке 6% от выручки, либо разницу между доходами и расходами, что предполагает уплату единого налога по ставке 15% с указанной разницей. Объект налогообложения может меняться по желанию предпринимателя. При обеих схемах единый налог заменяет собой уплату налога на прибыль или подоходного налога, НДС и налога на имущество. Вместо социального налога предприниматели, уплачивающие единый налог, перечисляют взносы в Пенсионный фонд. Очевидна номинальная привлекательность упрощенной системы налогообложения. Но малые предприятия, ориентированные на легальную деятельность, вынуждены отказываться от упрощенной системы налогообложения из-за отсутствия возможности сохранения статуса участника НДС-оборота. Потенциальные партнеры по бизнесу, работающие по принципу общего режима налогообложения, часто отказываются от ведения дел с субъектами хозяйствования, работающими по схемам упрощенной системы налогообложения.

С 1 января 2006 г. начали действовать введенные в Налоговый Кодекс РФ поправки, предусматривающие для индивидуальных предпринимателей, работающих без привлечения наемного труда, возможность использовать систему патента. Патент распространяется на 58 видов деятельности, в том числе фото-услуги, ремонт автомобилей, ремонт часов, ремонт обуви, ремонт квартир, пошив изделий. Патентная система, как и система упрощенного налогообложения, – это льготы не столько финансовые, сколько организационные.

Очень небольшое число субъектов малого бизнеса пользуется правом льготной аренды помещений и оборудования.

Номинально имеется льгота в виде 3-хлетнего моратория на контрольные проверки новых малых предприятий.

Налоговая политика в большей степени носит фискальный, а не стимулирующий характер. Она обеспечивает интерес заниматься любым видом деятельности, кроме производственной.

Курс на передачу функций поддержки малого бизнеса с федерального уровня на региональный и местный совпал с правительственным решением активизировать саму эту поддержку.

Несомненной причиной провозглашения нового федерального курса России в поддержке малого предпринимательства послужил и нарастающий вследствие роста доходов от экспорта сырья и топлива профицит федерального бюджета.

В России плохо дела обстоят как раз с венчурным научно-техническим малым предпринимательством. То есть с самой главной частью современного инновационного МП.

Российское научно-техническое инновационное малое предпринимательство мизерно по масштабам и при этом работает преимущественно по прямым заказам иностранных фирм или транснациональных корпораций, которые получают экономию на дешевой рабочей силе научной

сферы. Действующие в России немногочисленные венчурные фонды, занимающиеся финансированием такой деятельности, до последнего времени практически полностью работали на иностранном капитале.

В целом же негативная тенденция к сокращению сферы малого научно-технического малого предпринимательства обусловлена:

- отсутствием серьезного внутреннего спроса на научно-техническую продукцию;
- низкой доходностью научно-технической деятельности в сфере малого бизнеса;
- отсутствием заинтересованности российского крупного капитала в научно-технической инновационной деятельности вообще и в малом инновационном бизнесе, в частности;
- высокой неопределенностью хозяйственной деятельности в российской экономике.

Понимая это, учредители фондов и аналогичных организаций вынуждены сочетать научно-техническую деятельность с какой-то другой высокоприбыльной деятельностью. На выделенных под технопарки или инновационные центры площадях соседствуют действительно инновационные фирмы и чисто торговые организации, риэлтеры и т.п., причем последних нередко больше, чем малых инновационных компаний. Без такого сочетания не выживут сами организации поддержки инноваций. Значительное число российских инфраструктурных организаций поддержки малого предпринимательства используют для самовыживания всеми осуждаемую сдачу в нецелевую субсубаренду полученного государственного или муниципального имущества. В сфере поддержки инноваций эта практика получила особо широкое распространение. В нынешних российских условиях креативный КПД всевозможных инновационных центров и прочих структур по поддержке инновационных малых предприятий в принципе не может быть высоким.

Нередко основным направлением деятельности руководителей структур поддержки инноваций оказывается «выбивание» у государственных и муниципальных органов власти любых бюджетных средств и имущества под свои организации. Но средства, помещения, землеотводы и т.п. лоббируются не под реальную научно-техническую внедренческую деятельность. Декларации по поводу инноваций и венчурного бизнеса нередко оказываются «обманкой».

Но при всем вышесказанном было бы неправильным выставлять российские структуры поддержки и обслуживания инноваций в качестве сборища не очень честных людей. Многолетняя ситуация с крайне низким спросом на научно-техническую продукцию ставит руководителей организаций поддержки инноваций в практически тупиковое положение. Руководители этих структур обычно имеют прекрасное техническое образование и опыт исследовательской работы, которые они не могут реализовать в нынешних российских условиях. Многие из них, берясь за организацию структур поддержки инноваций, искренне хотели и хотят помочь таким же, как и они,

специалистам, инженерам, новаторам. Но не в их силах изменить ситуацию с низким внутрироссийским спросом на научно-техническую продукцию.

Хотя эти организации не слишком эффективны в продвижении инноваций, но все же они выполняют такую важную функцию, как социальная поддержка высококвалифицированных специалистов – потенциальных научно-технических новаторов – в сочетании с предоставлением им пусть небольшого, но все же определенного фронта работ по специальности. Отметим, что их профессии крайне нужны во всех высокоразвитых странах. И то, что они не могут реализовать себя в современной России, – это беда нашей страны.

Отметим, что наиболее фундаментальную работу по подготовке условий для научно-технической инновационной деятельности проводит государственный Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере.

Но самое главное то, что из рассмотренного нами опыта развития организаций поддержки научно-технического малого предпринимательства следует: необходимо не просто наращивать количество единиц, так называемых структур инновационной поддержки, а стимулировать увеличение спроса на научно-технические инновации в экономике России. Стимулирование этого спроса преимущественно находится за рамками мер государственной поддержки малого предпринимательства. Очевидна необходимость всеобъемлющей координации, увязки институциональных мер стимулирования спроса на инновации с процессами развития системы поддержки малого инновационного предпринимательства. В содержании ныне реализуемой Программы МЭРТ РФ не просматривается наличие такой координации. Просматривается лишь нацеленность на рост количества как центров поддержки, так и числа самих малых предпринимателей.

В результате реализации федеральных и региональных программ поддержки малого предпринимательства создана достаточно развитая сеть базовых объектов инфраструктуры поддержки малого предпринимательства по оказанию специализированных и комплексных услуг. В регионах России созданы и функционируют более 1350 объектов инфраструктуры, в том числе 75 региональных и 150 муниципальных фондов поддержки малого предпринимательства, 52 агентства поддержки малого предпринимательства, более 50 бизнес-инкубаторов, более 70 научных и технических парков, 30 специализированных лизинговых компании. В 24 регионах создано 50 инновационно-технологических центров.

Не только организации инфраструктуры поддержки малого инновационного предпринимательства, венчурные фонды, но практически все российские организации инфраструктуры поддержки малого бизнеса ради самовыживания сочетают поддержку малого бизнеса с разнообразной коммерческой деятельностью. Как минимум, они оказывают дополнительные платные услуги субъектам малого предпринимательства. В этой связи заметим, в

российских официальных документах под организациями инфраструктуры поддержки МП подразумеваются вообще все организации, имеющие прямое или косвенное отношение к оказанию услуг для МП. Это методологически неверно. Только льготность услуг или предоставление нужных малым предприятиям, но заведомо нерентабельных услуг позволяет считать организации действительно организациями инфраструктуры поддержки. Прочие же просто ведут обычную прибыльную коммерческую деятельность в форме оказания полностью платных услуг МП и являются обычными хозяйствующими субъектами. В строгом смысле они не помогают МП, а обслуживают сферу малого бизнеса.

На начальных стадиях формирования российского малого и среднего бизнеса само создание институтов поддержки и обслуживания МП было признано самоцелью, причем независимо от реального спроса на те или иные услуги со стороны конкретных малых предприятий. Считалось, что созданием таких институтов, по сути, закладывался фундамент будущей общей рыночной инфраструктуры страны. Причем организации инфраструктуры поддержки создавались преимущественно на базе зарубежных патерналистских образцов, принятых в 1990-е годы в Японии и Германии. Но по мере количественного накопления таких организаций остро вставал вопрос об их дальнейшей судьбе в приложении к реальным условиям формирующегося рынка услуг для малого бизнеса.

Не существует универсальной, единой для всех стран модели организаций инфраструктуры поддержки МП даже в высокоразвитых странах. В некоторых из них такие институты практически полностью работают на принципах бюджетного финансирования. Их услуги всегда льготны или бесплатны. В других странах услуги малым и средним организациям оказываются по обычным рыночным ценам, а льготность для очень ограниченного набора услуг частично компенсируется государством или общественными организациями. Но льготность – обязательна.

У российского государства (как федерального, так и регионального уровней) до недавнего времени отсутствовали финансовые и организационные возможности поддержания организаций патерналистской инфраструктуры малого предпринимательства в работоспособном состоянии. Созданные на бюджетные средства, организации инфраструктуры поддержки без должной бюджетной подпитки быстро превращались в обычные коммерческие предприятия с широким диапазоном услуг, обычно выходящих далеко за сферу малого бизнеса, и сами стали вести себя как малые предприятия, борющиеся за выживание. В лучшем случае, сохраняя свой начальный профиль, многие из таких организаций перешли из узкой по масштабам инфраструктуры поддержки малого бизнеса в инфраструктуру его обслуживания.

К настоящему времени, во всяком случае, в ведущих регионах страны, уже сложился рынок обслуживания малых предприятий и, соответственно, основные институты этого обслуживания. Юридическое и экономическое консультирование, бухгалтерское обслуживание, обучение кадров,

маркетинговые консультации и т.п. оказываются вполне общедоступными платными услугами для подавляющего числа МП. Как и положено в рыночных условиях, при благоприятной конъюнктуре рынок обслуживания МП расширяется, при негативной – сужается. В значительной мере появление этого рынка стало своего рода побочным результатом неудачных попыток на российские и иностранные (технологическая помощь) средства создать в нашей стране полномасштабную (как в высокоразвитых странах) систему институтов поддержки малого предпринимательства. От этих попыток осталось еще и то, что в ряде регионов частично услуги небольшому числу малых предприятий предоставляются по льготным ценам или даже бесплатно, в рамках мер поддержки МП. Но последнее на порядок менее существенно для сферы малого предпринимательства, нежели эволюционно, рыночно сформировавшаяся инфраструктура обслуживания малого бизнеса.

Иными словами, многие организации, созданные как элементы инфраструктуры поддержки МП, из-за нехватки или даже полного отсутствия бюджетной поддержки были вынуждены работать преимущественно на рыночных, конкурентных принципах. И в этом нет ничего плохого. Плохо то, что часть из них надолго задержалась в промежуточном состоянии, при котором коммерческая деятельность сочетается с некоторой бюджетной подпиткой, а сами организации оказываются в положении бюджетно-подкрепленной монополии.

Часть такого рода организаций получает прямое, безальтернативное бюджетное финансирование (иногда – по чисто формально проводимым конкурсам), что заведомо ставит их в более конкурентоспособное положение по отношению ко всем прочим. Выделяемые небольшие средства на поддержку распространяются преимущественно среди «своих», лишь номинально числящихся организациями поддержки МП.

Ничто так не дискредитирует идею поддержки организаций инфраструктуры МП, не мешает нормальному развитию рынка услуг для МП, как деятельность, по сути, административных сервисных монополий. Эти монополии способны предоставлять услуги, в лучшем случае, невысокого качества (даже при налаженном административном контроле за качеством услуг). Одновременно они препятствуют выходу на этот рынок действительно дееспособных сервисных независимых организаций, сильно деформируют сам этот рынок. Вследствие недопущения на него частных сервисных организаций, они создают дополнительный дефицит услуг, необходимых для нормального развития малого бизнеса, тем самым косвенно увеличивают рыночные цены всех услуг для МП. То есть деятельность инфраструктурных организаций-монополистов при внешней, номинальной позитивности в реальности лишь мешает развитию российского малого предпринимательства. Искажается метаконкуренция (конкуренция между институтами), поддерживаются в латентном состоянии неэффективные институты, и при появлении бюджетных

средств для инфраструктуры поддержки информация о том, на какие цели поддержки МП их реально нужно использовать, оказывается остро асимметричной.

Кроме того, прямую и косвенную поддержку от соответствующих организаций получает очень небольшая доля субъектов МП. Получившие же поддержку нередко часть средств вынуждены направлять на уплату «статусной ренты» чиновникам, ее выдавшим. На получение платных услуг у российских субъектов малого бизнеса имеется платежеспособный спрос, который в нынешних условиях благоприятной экономической конъюнктуры быстро растет. Система обслуживания в нынешней институциональной макросреде для российского малого бизнеса более важна, нежели система поддержки МП.

Рациональность российской системе поддержки малого бизнеса призван придать максимальный общественный контроль. Прежде всего, речь идет о контроле со стороны общественных предпринимательских объединений сферы малого бизнеса. Для этого государство обязано участвовать в их укреплении.

Обязательность этой помощи закреплена федеральным и региональным законодательством. В **Федеральном Законе** определено, то федеральные органы исполнительной власти, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органы местного самоуправления должны оказывать поддержку в организации и обеспечении деятельности союзов (ассоциаций) субъектов малого предпринимательства, создаваемых в установленном порядке как общественные объединения. Государственная поддержка союзов (ассоциаций) субъектов малого предпринимательства должна осуществляться путем содействия в обеспечении их на льготных условиях помещениями и средствами связи, необходимыми для деятельности указанных союзов (ассоциаций) и создаваемых ими предприятий, учреждений и организаций, а также для проведения организационных или публичных мероприятий, привлечения представителей союзов (ассоциаций) субъектов малого предпринимательства к подготовке проектов законов и иных нормативных правовых актов, программ социально-экономического развития субъектов Российской Федерации, предоставления возможностей для использования средств массовой информации в целях популяризации идей малого предпринимательства. Примерно аналогичным образом формы и направления поддержки ОП малого бизнеса прописаны в региональных законах о малом предпринимательстве.

В Москве до последнего времени наибольшую поддержку от властей получала Российская ассоциация развития малого и среднего предпринимательства (РАРМП) как организация, уже многие годы тесно работающая с московским Правительством. На федеральном уровне по причине тесной связи с федеральными органами власти наибольшую прямую и косвенную поддержку получает «Опора России».

Поддержка действительно независимых ОП (в основном – отраслевых (профессиональных)) осуществляется государством вообще в малоразличимых объемах. На наш взгляд, причина этого состоит в нежелании российской бюрократии видеть и тем более иметь дело с независимыми общественными организациями малого бизнеса.

Подводя итоги сказанному, приходится констатировать, что сложившаяся государственная система поддержки малого предпринимательства в целом адекватна нынешней российской институциональной макросреде. И уже поэтому эта система плохо выполняет функции стимулирования изменений среды к лучшему, содействия малому бизнесу в раскрытии его позитивных возможностей в национальном хозяйстве. Позитивные усилия государства в отношении малого бизнеса все же наличествуют, хотя в большинстве своем они лежат вне системы государственной поддержки МП.

Одними из важнейших элементов инфраструктуры поддержки и развития малого бизнеса является бизнес-инкубаторы. В настоящее время значительное количество бизнес-инкубаторов нуждается в нежилых помещениях. Так как процентные арендные ставки на сегодняшний день очень высокие, получить помещение становится весьма проблематичным. В этом плане необходима законодательная регламентация со стороны государственных органов власти и управления. Целесообразно предусмотреть создание в регионах резервных фондов. Наверное, стоит внимательно подойти к предприятиям, которые становятся банкротами, и найти возможность какую-то часть их оборудования, зданий использовать на нужды малых предприятий.

Помимо этого, необходимо оперативно решать вопросы по реализации зданий, помещений, то есть создавать нормальный рынок недвижимости, чтобы каждое малое предприятие имело возможность приобрести ее в собственность.

Принимая во внимание трудности, которые сегодня испытывает российская экономика, а также неготовность промышленных предприятий рисковать, вкладывать деньги в создание и развитие технопарков и технополисов, неопределенность в области законодательства, нежелание иностранных компаний финансировать создание сложных организационных структур в условиях экономической и политической нестабильности, следует признать, что формирование технопарков является весьма сложной задачей. Поэтому для привлечения к созданию технополисов и технопарков отечественных и зарубежных инвесторов (по мере стабилизации экономического положения в стране) должна быть разработана правительственная программа поддержки технополисов, законодательно закреплено предоставление льгот для предприятий и организаций, содействующих развитию технополисов и активно в них работающих.

Отрицательно влияющая на малое предпринимательство, связана с общей криминализацией экономики, которая приобретает устойчивый характер. Отличительной особенностью малого предпринимательства продолжает оставаться высокая его доля в «теневом» секторе экономики.

В России объемы теневой экономики (ТЭ) в сфере малого бизнеса и в экономике в целом оцениваются экспертами как очень большие – более трети объема фактического оборота. По экспертным оценкам, ТЭ в российском малом бизнесе в начале века колебалась от 30 до 40% объема продукции и услуг (оборота)¹. По Москве «теневая» составляющая суммарного оборота малых предприятий Москвы на 2004 г. оценивалась 34–45% от его фактического уровня, а по чистой прибыли эта составляющая оценивалась до 95%.²

В абсолютных выражениях доминирующая часть объемов деятельности субъектов ТЭ России приходится на крупный бизнес. Всевозможные действующие схемы нелегального скрывания прибыли от налогообложения, скрывания объемов экспорта и импорта и т.п. позволяют многим представителям крупного бизнеса полномасштабно добиваться для себя особо льготного положения через ими же организуемые «пробелы» в законодательстве и через унию с коррумпированным чиновничеством высокого уровня.

У малого бизнеса возможности достижения личной унии с чиновничеством на несколько порядков меньше. Для коррумпированного чиновничества малый бизнес – это объект не сотрудничества и участия в доходах (хотя бы нелегальных), а постоянного давления и вымогательства взяток. Обратной стороной вымогательства является дозволение на теневую деятельность, даже подталкивание к ней.

Теневой малый бизнес не в состоянии давать большие взятки крупным чиновникам. Его сфера – многочисленное чиновничество среднего и низшего звена, удовлетворяющееся небольшими, но регулярными поборам. Общие объемы поборов, по экспертным оценкам, хотя и отстают от объемов взяточничества в сфере крупного бизнеса, но все равно очень велики³.

Действующая государственная система регулирования предпринимательской деятельности выталкивает малое предпринимательство в сферу теневой экономики.

Основными причинами ухода малых предприятий в российскую ТЭ считаются: незащищенность прав собственности, коррупция⁴, слабость правоохранительной системы, недостаток доступных финансовых ресурсов, отсутствие оборотных средств и возможность

¹Кашкаров А. Развитие теневой экономики в мире // Эксперт. – 2000. – №12 (223) 27.03. – С. 10.

²Московский центр развития предпринимательства, Городской информационно-аналитический центр, АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ МАЛОГО БИЗНЕСА Г. МОСКВЫ, Аналитический отчет № 1/2005. – С. 49.

альтернативных расчетов (наличные, бартер и др.), вынужденный характер арендных отношений, административно-бюрократические барьеры, неразвитость рыночной инфраструктуры, тяжелое налоговое бремя и т.д.

Очевидной причиной широкой вовлеченности российских малых предприятий в ТЭ является недоформированность нормативно-правовой основы предпринимательства. В законах слишком много пробелов и невнятных формулировок, позволяющих двойные и тройные толкования. Хозяйственные законы бессистемны, фрагментарны, часто находятся в противоречии друг с другом⁵. Очевидны большие возможности получения чиновничьей ренты при таком законодательстве.

Проведенная в нашей стране приватизация не дала субъектам малого бизнеса основного капитала. Значительная часть субъектов малого предпринимательства ведет свою хозяйственную деятельность на базе арендуемых помещений и оборудования⁶.

Теневые доходы необходимы малому бизнесу, чтобы покрывать ряд расходов, которые невозможно легальным образом произвести в условиях неблагоприятной внешней среды. Таким образом, теневой сектор «покрывает», «сглаживает» те недостатки экономической и правовой

Знелзя не согласиться с руководителем Центра экспертизы проблем предпринимательства «Опоры России». Д. Крыловой, заметившей, что «микробизнес в Москве – это так называемая нестационарная торговля. В процессы на этом рынке очень активно вмешиваются власти префектур и районных управ при активном содействии соответствующих департаментов Правительства Москвы. Они имеют там свои интересы и не дают этому рынку спокойно жить. Одних предпринимателей с этого рынка изгоняют – которые совсем независимые – и на их место тут же попадают предприниматели, готовые активно делиться с местной властью. Это стало такой вот общепринятой формой бюрократического рэкета, который намного жестче и беспощаднее рэкета бандитского. То же самое происходит на всех других уровнях. Чем крупнее бизнес, тем выше уровень власти, имеющей от этого бизнеса определенные доходы // Новости малого бизнеса. – 2004. – №21 (264) 28.05.

4В приложении к МП речь идет об «административной коррупции» – когда от субъекта хозяйствования регулярно требуется выплата определенных сумм за неформальное и, возможно, следующее за ним формальное, разрешение продолжать деятельность (Богуславский В.Н. Институционализация теневой экономики в условиях глобализации. Дис. На соиск. к.э.н. Рост. гос. ун-т. – Ростов н/Д., 2005. – С. 89). В России основные предпосылки коррупции: низкая заработная плата чиновников; низкая юридическая культура и законопослушность населения; отсутствие взаимопонимания между государством и обществом. (Там же. – С. 96).

5См, напр.: Супатъев М.А. Актуальные проблемы правового регулирования малого предпринимательства // Правовое регулирование малого предпринимательства: состояние и перспективы. – М., 2003. – С. 17–21.

6См., напр.: Крылова Д. Как победить бедность // Известия. – 2003. – 3 июля.

реальности, которые пока что не в силах изменить общество. Нелегальный малый бизнес питает коррупцию госаппарата, коррумпированные чиновники стимулируют развитие ТЭ.

Теневые доходы малого предпринимательства первую очередь направляются на следующие цели:

- на текущую деятельность предприятия («конвертные зарплаты», оплата аренды помещений, расчеты с контрагентами и т.д.);
- на личное потребление;
- на оплату государственных контролеров, «налоговиков» и «силовиков», прохождение различных согласовательных и разрешительных процедур и т.д. (взятки);
- на криминальные «крыши».

Деятельность ряда промышленных предприятий контролируется различными преступными группировками. Такая среда не может считаться благоприятной для предпринимательской деятельности. Она вынуждает предпринимателей приспосабливаться к ненормальной обстановке, ловчить, идти на различные нарушения. Не случайно появление разного рода фирм, которые обучают предпринимателей тому, как вести двойную бухгалтерию, чтобы уклониться от уплаты налогов, дают другие противоправные рекомендации и консультации.

С криминализацией экономики особую остроту приобретает проблема личной безопасности предпринимателей. Естественно, что это подрывает мотивационные основы деятельности и вынуждает искать выход из складывающегося положения. Одни прибегают к созданию собственной службы безопасности, как правило, дорогостоящей и, в силу недостаточного профессионализма ее работников, ненадежной.

Другие пытаются «ужиться» с преступным миром. К этому их подготавливает ненадежность защиты бизнеса со стороны государственных и правовых органов, и с другой — убежденность, как правило, не обоснованная, в том, что защита со стороны властных структур может таить в себе не меньшую опасность. Реальность последних лет показала, что высокие налоги, дополняющиеся чрезмерным регламентированием и бюрократическим администрированием, разросшимся государственным аппаратом, практика взяток могут быть таким же бременем для предпринимательства, как и нелегальные структуры. В этой ситуации становится вполне очевидным, что одним из главных условий становления и эффективного функционирования предпринимательства выступают общее оздоровление экономической и правовой среды, искоренение явлений, присущих современной действительности.

Сложности в становлении предпринимательства в России связаны также с его специфическими особенностями, которые состоят в том, что сам процесс формирования предпринимательского сообщества имеет разнополюсный характер. Одну группу составляют предприниматели, организующие свое дело на общепринятой основе за счет займов, кредитов,

взносов акционеров и т. д. Их деятельность осуществляется в рамках принятых законодательных норм. В другую группу входят предприниматели, стартовую деятельность которых составляет капитал, заработанный в «теневой» экономике. По данным Российского союза промышленников и предпринимателей, при опросе 49% бизнесменов заявили, что они выходцы из «теневой» экономики, подтвердив нелегальную основу организации своего дела. Более 22% включившихся в предпринимательскую деятельность имели в прошлом судимости.

Из этой среды формируется категория предпринимателей, стремящихся прежде всего к личному обогащению. На фоне общего снижения уровня жизни это вызывает негативное отношение у большинства населения, и в его сознании предпринимательство в целом ассоциируется с чем-то порочным. Все это дискредитирует предпринимательство и создает неблагоприятную социальную почву для его эффективного функционирования.

Среди причин организационного характера отметим главные. Первые сложности наступают еще на стадии создания предпринимательских структур в связи с разрешительным характером этой процедуры. Законодательными и особенно подзаконными актами предусматривается множество положений и правил, которые существенно затрудняют образование новых предприятий. Такое же влияние оказывают различные постановления и многие действия органов власти и управления всех уровней. Это касается всевозможных сложностей при регистрации, предоставлении производственных мощностей и помещений, установления квот и т. д.

Административные барьеры в России – это не просто одна из трудностей для развития малого бизнеса. Это целый комплекс сложных и противоречивых отношений по поводу взаимодействия бизнеса и власти в структуре хозяйства, основные субъекты которого ориентированы на постоянную борьбу за преференции. Подобные барьеры на пути движения товаров, капиталов и рабочей силы служат ведущим инструментом получения статусной ренты для чиновничества в странах с развивающимися рынками⁷.

Административные барьеры принято разделять на две группы: те, которые мешают выходу малого предпринимателя на тот или иной товарный рынок, а также ведению тех или иных хозяйственных операций (лицензирование, сертификация, аккредитация); те, которые возникают в связи с принятием (угрозой принятия) тех или иных мер контроля текущей хозяйственной деятельности.

Препоны на пути открытия и развития бизнеса

⁷В состав потерь предпринимателей от уплаты статусной ренты входят не только взятки чиновникам, но и весь комплекс упущенной выгоды, в том числе: нерациональное инвестирование, упущенное время, нереализованные проекты, недостаток организационных и финансовых средств для выхода на новые рынки сбыта или даже потеря традиционных рынков, неверное выстраивание производственно-технологических связей из-за доминирования экономически иррациональной системы мотивации хозяйствующих субъектов.

К первой группе относятся затруднительные процедуры получения разрешений на открытие своего дела (дабы не попасть под статью Уголовного Кодекса РФ за незаконное ведение предпринимательской деятельности). К числу формальных препятствий для начала предпринимательской деятельности относятся *процедуры получения всевозможных разрешений*, включая те, которые входят в число обязательных при стандартизации и сертификации. Особо большое количество разрешений требуется для тех субъектов малого бизнеса, деятельность которых либо связана с торговлей, со строительством, либо им самим необходимо строительство помещений для собственных нужд. Обычно порядок таких разрешений определяется на региональном уровне и включает в себя множество документов. Необходимость получения разрешений широко распространяется на ведение рекламной деятельности. Повсеместно для использования наружной рекламы требуются соответствующие разрешения, предваряемые пакетом запрашиваемых документов и прохождением обсуждений на специально создаваемых комиссиях. Вся эта процедура должна оплачиваться просителем, а ее ускорение или предотвращение отказа – поборами с просителя. Количество потерянного времени исчисляется многими рабочими днями.

Ко второй группе административных барьеров (барьеры, возникающие в связи с принятием (угрозой принятия) тех или иных мер контроля *текущей хозяйственной деятельности*) относится широкий набор соответствующих неправомерных действий со стороны государственных служащих.

С другой стороны, серьезные административные барьеры возникают в связи с субъективным пониманием и толкованием правовых актов со стороны местных властей, что ведет к произволу и установлению своих правил вхождения в предпринимательство. Особенно жесткими условиями и требованиями обставлена процедура получения лицензии на предпринимательскую деятельность, когда необходимо предоставлять не только многочисленные справки, сведения, отчеты и другие документы, но и оплачивать по завышенным расценкам услуги по оформлению учредительных документов.

Второй причиной, существенно затрудняющей создание и развитие малого предпринимательства производственного направления, является отсутствие в политике протекционизма четкой ориентации на поддержку именно производственного вида деятельности. Нет должного ориентира на стимулирование предпринимательской деятельности в сфере материального производства. Политика поддержки предпринимательства «вообще», а не базовых отраслей, приводит к серьезным перекосам в структуре его развития и не обеспечивает максимально возможных результатов.

Анализ зарубежной практики развития малого предпринимательства свидетельствует, что его успех обеспечила политика преимущественной поддержки и стимулирования предпринимательской деятельности именно в производственной и инновационной сферах, в

строительстве. Дюпоны, Морганы, Рокфеллеры, Круппы и другие стали крупными предпринимателями не за счет экспорта природных ресурсов, а за счет масштабного промышленного производства. Именно производственная деятельность обеспечивает становление цивилизованного рынка.

Серьезным фактором, тормозящим развитие предпринимательской деятельности, является отсутствие необходимой достоверной информации. Прежде всего, ощущается недостаток информации, дающей возможность осуществлять глубокий анализ деятельности предпринимательских структур. Сама отчетность предприятий малого бизнеса далека от полной достоверности. Последние прибегают к неточной информации о своей деятельности: из-за желания смягчить удушающую силу налогов и боязни раскрыть производственную или коммерческую тайну, опасаясь потерь от утечки сведений к конкурентам. Кстати, стремление предпринимательских структур скрывать объективную информацию — явление не чисто российское. Оно имеет место и в других странах. Так, во Франции, где от утечки информации предприятия терпят большие убытки, каждое десятое из них прибегает к сокрытию отчетности, предпочитая иногда уплачивать штрафы, но не предоставлять сведения о своей деятельности.

Ограниченная и малоубедительная информация не дает полного представления о предприятии, что усложняет взаимный выбор нужных партнеров и установление между ними эффективных связей.

Вместе с тем, и сегодня большинство проблем малого предпринимательства осталось нерешенным. Одна из наиболее острых проблем — недостаток информационной поддержки малых предприятий на федеральном уровне.

Несмотря на принятые решения и неоднократные попытки формирования данной государственной политики и создания единой системы в области информационного обеспечения малого предпринимательства в России, предпринимавшиеся в рамках Федеральной целевой программы поддержки малого предпринимательства, а также затраченные на эти цели средства федерального бюджета, до настоящего времени такая система в России не создана.

Со стороны государственных органов наблюдается невнимание к проблеме информационного обеспечения предпринимательства. Существующие государственные информационные ресурсы, использование которых возможно для целей поддержки малого предпринимательства, недоступны как для самих малых предприятий, так и структур их поддержки. В результате информационная поддержка предпринимательской деятельности осуществляется различными ведомственными, региональными и коммерческими информационными системами и структурами, созданными в рамках различных проектов и практически не взаимодействующими между собой.

Делая вывод из вышеизложенного, можно выделить следующие задачи информационного обеспечения малого предпринимательства, сформулированные на Втором Всероссийском съезде представителей малых предприятий, решение которых во многом зависит от федеральных органов власти:

- формирование положительного образа предпринимателя и обеспечение Информационной поддержки пропаганды малого предпринимательства как одного из важнейших факторов развития экономики и стабилизации российского общества через СМИ;

- информационное обеспечение малых предприятий как приоритетное направление поддержки малого бизнеса, в обязательном порядке включение в программы поддержки малого предпринимательства вопросов информационной поддержки и обеспечение их реального финансирования;

- создание региональных и федеральных специализированных теле— и радиопередач, печатных СМИ, направленных на поддержку малого предпринимательства и распространение передового опыта деятельности малых предприятий, а также обеспечение их государственной поддержкой;

- определение перечня государственных информационных ресурсов, имеющих отношение к ведению предпринимательской деятельности, доведение его до сведения предпринимателей и обеспечение к ним доступа малых предприятий, используя возможности организаций инфраструктуры поддержки малого предпринимательства и объединений предпринимателей;

- широкое распространение информации о готовящихся проектах нормативно—правовых документов, касающихся предпринимательской деятельности;

- содействие распространению передового опыта информационного обеспечения малых предприятий, накопленного региональными, отраслевыми, коммерческими и международными системами и структурами.

Без решения проблемы всестороннего информационного обеспечения малого предпринимательства, невозможно говорить о его современном развитии. Один из показателей прогресса в этом вопросе — отношение к Интернету и использование его для расширения информационных возможностей.

Затруднен доступ предпринимателей к информации из-за того, что ее сбором, обработкой и хранением занимаются многие структуры. Информационное поле сейчас представлено несколькими уровнями:

- общегосударственный, где сбором информации занимается Роскомстат России, Росинформресурс, Роскоминформ, ФАПСИ и др.;

- ведомственный, где этим занимаются отраслевые министерства, налоговые службы, регистрационные ведомства;

местный, где действуют информационные службы областных местных администраций; коммерческие информационные системы в виде всевозможных агентств, предпринимательских структур, реализующих информацию на основе коммерческого спроса.

Из-за разнотипности применяемых информационных систем информация этих ведомств не стыкуется, что затрудняет ее использование.

Кроме того, для решения проблем в области информационного обеспечения субъектов малого предпринимательства целесообразно:

. создание и ведение на федеральном и региональном уровнях информационных баз данных (нормативно—правовых актов; о государственном и муниципальном имуществе, реализуемом или сдаваемом в аренду; о государственном заказе и др.), а также обеспечение свободного доступа малых предприятий к ним;

на базе существующих объектов инфраструктуры поддержки малого предпринимательства необходимо создать специализированные консультационные центры, действующие на региональном и муниципальном уровнях. Данные центры должны по принципу «одного окна» оказывать на безвозмездной основе полный набор информационно—консультационных услуг субъектам малого предпринимательства, такие как:

— предоставление полного набора нормативно—правовой документации, регламентирующего порядок и условия деятельности субъектов малого предпринимательства, а также полномочия контролирующих органов;

— предоставление информации о состоянии рынка и конкуренции, о рынках сбыта продукции и ресурсах, необходимых для деятельности малых предприятий; о государственном имуществе, сдаваемом в аренду или выставленном на продажу; о государственном заказе и условиях проведения конкурсов;

— разработка и предоставление «пакетов» документов, необходимых для деятельности малого бизнеса (регистрационные документы, документы по бухгалтерской, налоговой и статистической отчетности с формами и примерами заполнения, документы, необходимые при сертификации и лицензированию выпускаемой продукции, документы по открытию расчетного счета и постановке на учет в налоговые органы);

— оказание содействия в составлении бизнес—планов;

— предоставление информации о коммерческих банках, предоставляющих кредиты для малых предприятий; о лизинговых организациях и условиях лизинга;

— предоставление консультационных, юридических услуг.

Острая необходимость формирования качественно новой информационной среды диктуется не только внутренними потребностями развития российского предпринимательства, но и тем, что ее несовершенство затрудняет выход последнего на международный уровень. В 1995 г. Российская

ассоциация развития малого предпринимательства (РАРМП) была принята в Конференцию Европейского союза малого и среднего бизнеса, что открыло отечественным предпринимателям доступ к информации о европейском бизнесе, к базам данных всех членов Конференции. Страны-члены Конференции связаны между собой эффективными информационными системами, а это предполагает наличие таковой и в РАРМП, так как только включившись в эту систему, российские предприниматели смогут заявить о себе и получить возможность устанавливать деловые связи с зарубежными коллегами.

Ряд обстоятельств, сдерживающих предпринимательскую деятельность, связан с тем, что пока не выработаны морально-этические нормы и правила, обеспечивающие доверительные, партнерские отношения. Пока таковые отсутствуют и не сформированы четкая система информационного обеспечения, предпринимателям чаще всего во взаимоотношениях и при обмене информацией приходится полагаться на собственную интуицию. Необходимо иметь в виду, что уже сейчас отечественное предпринимательство сталкивается с проблемой «экономического шпионажа», которая на Западе давно стала острой. В ряде стран принимаются жесткие государственные меры с целью обеспечения достоверной информации и сохранения ее.

Наряду с вышеназванными организационными факторами, сдерживающими развитие малого предпринимательства, и прежде всего в производстве, следует назвать еще один — это слабое кадровое обеспечение в сфере предпринимательской деятельности.

Большинство ныне действующих малых предпринимателей начинали и осуществляют свою деятельность без должных знаний и опыта, что нередко становится причиной разорения и распада предприятий. Данное обстоятельство является в российской практике чрезвычайно важным.

Потребности малого и среднего бизнеса в образовательных услугах должны быть учтены в образовательных стандартах, в том числе и федеральных образовательных стандартах, по которым проводится обучение в образовательных учреждениях всех типов.

По экспертным оценкам, для обеспечения потребностей развивающейся рыночной экономики необходимо проводить подготовку и переподготовку специалистов для сферы малого предпринимательства примерно 250—350 тыс. человек ежегодно.

Начиная с июля 2001 года обучение представителей малого предпринимательства проводят следующие учебные учреждения, которые выиграли конкурсы на выполнение этих работ: Государственная академия инноваций, Институт предпринимательства и инвестиций, Академия менеджмента и рынка, Российский университет дружбы народов, ГОУ Технопарк «Образование».

Занятия проходят в городах: Рязань, Красноярск, Санкт—Петербург, Москва, Нальчик, Ессентуки, Архангельск, Комсомольск—на—Амуре, Новороссийск, Краснодар.

В 2001 года было организовано обучение ремесленников, женщин, бывших военнослужащих, граждан, высвободившихся на предприятиях в связи с их реструктуризацией, переселенцев, представителей коренных народов Севера, Сибири, Северного Кавказа.

Кадровое обеспечение поддержки в сфере малого и среднего бизнеса в первую очередь должно быть ориентировано на более масштабную подготовку управленческих кадров для малого предпринимательства и дальнейшее развитие систем подготовки и обучения незанятого населения основам ведения предпринимательской деятельности. Особое внимание следует уделять содействию занятости и самозанятости населения труднодоступных и депрессивных регионов, а также военнослужащих в запасе.

В целях повышения качества образовательных услуг основные усилия следует сконцентрировать на подготовке достаточного количества квалифицированных преподавателей по основам предпринимательской деятельности. Сама подготовка и переподготовка кадров для данной сферы относится к числу наиболее сложных видов образовательной деятельности.

Основные принципы создания на территории России системы подготовки специалистов для малого и среднего бизнеса требуют обеспечения организационного единства ее реализации как в рамках заинтересованных ведомств на федеральном уровне, так и в регионах, где эта система должна обеспечить подготовку специалистов конкретных направлений и предприятий.

На региональном уровне по-прежнему одной из важнейших проблем малого предпринимательства остается недоступность, в прямом смысле, для большинства предпринимателей услуг по повышению квалификации по отдельным вопросам предпринимательской деятельности, услуг профессиональных консультантов, а также отсутствие доступа к актуальной информации. Для решения этих задач необходимо:

— создание специализированных организаций, оказывающих предпринимателям образовательные и информационно—консультационные услуги с учетом уровня характера запросов и финансовых возможностей;

— внедрение на региональном уровне эффективных технологий обучения, консультирования и информационной поддержки предпринимателей, основанных на применении современных информационных и интернет—ресурсов.

Необходимо создать условия для стимулирования предпринимателей вкладывать средства в самообразование и подготовку персонала малых предприятий. Это может быть осуществлено при отнесении в себестоимость малыми и средними предприятиями затрат на образовательные услуги.

Обучение должно быть организовано на основе развития современных компьютерных технологий, в том числе дистанционного обучения и интернет—технологий, деловых игр, модульных программ обучения, — с учетом задач и особенностей развития малого предпринимательства в регионах России, степени подготовки обучающихся.

Важной задачей является организация подготовки и переподготовки государственных служащих, работающих в системе поддержки малого предпринимательства.

Для подготовки кадров для сферы малого и среднего предпринимательства необходимы:

— разработка системы преподавания основ предпринимательской деятельности в учебных заведениях разных уровней;

— разработка системы дополнительного профессионального образования руководителей и специалистов действующих малых предприятий, объектов инфраструктуры поддержки малого бизнеса, а также государственных служащих, в сферу компетенции которых входит управление развитием малого предпринимательства и регулирование его деятельности.

Для решения перечисленных задач следует:

— создать разветвленную сеть образовательных учреждений на федеральном, региональном и муниципальном уровнях;

— развивать сферу образовательных услуг для удовлетворения спроса различных социальных групп (безработные и незанятые граждане, уволенные в запас военнослужащие, пенсионеры, молодежь, переселенцы, женщины);

— обеспечить доступность качественного бизнес—образования для начинающих и уже осуществляющих свою деятельность предпринимателей.

Из—за отсутствия государственного финансирования федеральных программ задачи, направленные на совершенствование образовательных услуг для сферы предпринимательства и малого бизнеса, практически не выполняются. Реальная потребность общества в подготовке предпринимателей удовлетворяется менее, чем на треть.

Поэтому должен быть сформирован соответствующий заказ высшей школе.

Государство должно взять на себя часть расходов на обучение основам бизнеса. Система дополнительного образования в регионах, обеспечивающая переподготовку и повышение квалификации специалистов малого предпринимательства, должна финансироваться из бюджета.

Для развития малого предпринимательства необходимо установление механизма взаимодействия малого предпринимательства с предприятиями крупного бизнеса. Привлечение крупного бизнеса в развитии малого предпринимательства должно стать одним из важнейших направлений в политике государственного экономического регулирования. Пример тому проекты формирования холдинговых компаний, где, по сути, интегрируется крупный производственный комплекс.

Мировая практика уже давно убедила в экономической эффективности союза малых и крупных предприятий. Оптимальная модель такого многопланового объединения получили название кластера.

Это объединение дает им возможность кооперироваться друг с другом на самой разной основе: от поставки сырья до реализации готовой продукции.

Подобное объединение основывается не на отраслевом принципе, а на принципах создания технологической цепочки доведения товара или услуг до потребителя, причем без посреднических и сбытовых компаний. Кластерные объединения можно создать по принципу наращивания структуры, и в него могут входить, на первый взгляд, отдаленно связанные между собой звенья.

Основную роль в формировании финансовой инфраструктуры для малого бизнеса играют финансовые институты – банки, лизинговые и страховые компании. Именно они осуществляют основную массу кредитования и инвестирования в малый бизнес, несут основные риски и оказывают основные сопровождающие финансовые и информационные услуги малым предприятиям.

За последние три года, по оценкам экспертов, объемы банковского кредитования малого и среднего бизнеса увеличились в 2 раза. Рост происходит как за счет входа на рынок новых игроков, так и за счет роста портфелей прежних участников рынка.

Крупные банки обладают значительными ресурсными возможностями для привлечения большого числа заемщиков и снижения процентных ставок. Но в тоже время более строгие требования при отборе заемщиков-малых предпринимателей, отсутствие интереса к небольшим ссудам не позволяют охватить весь спектр. Пока крупные банки охватывают более качественных малых предпринимателей, чем более мелкие кредитные организации.

С другой стороны, небольшие банки хотя и ограничены в ресурса, но за счет лучшего знания специфики бизнеса своих клиентов, их потребностей могут успешно конкурировать с крупными банками. Сейчас, несмотря на возникшую конкуренцию, и у тех, и у других есть достаточно пространства для развития – порядка 80% предприятий малого бизнеса пока не охвачено банковскими кредитами.

По мнению Министерства экономического развития и торговли, существующая потребность малых предприятий в кредитных ресурсах оценивается в \$25-30 млрд., ее удовлетворенность – не более чем в 15-20%.

Для наращивания доли рынка малого бизнеса банкам необходимо постоянно совершенствовать своё продуктивное предложение. Данный сегмент рынка очень мобилен, ему постоянно требуются изменения для развития.

Банк, стремящийся улучшить свое положение на рынке, должен постоянно совершенствовать технологии и способы организации взаимодействия с клиентами. Для этого банк может прибегнуть к получению результата при условии соблюдения правил и методик применения инструментов реинжиниринга, применения концепции и методов реинжиниринга бизнес-

процессов. Он позволяет контролировать полноту исполнения предлагаемых решений и оценить их качество.

В ходе преобразования с использованием реинжиниринга целесообразно решить задачи инноваций - освоение новшеств для обеспечения конкурентоспособности и выживания банка.

В российских условиях проблема постоянных изменений является особенно актуальной из-за стремительного осуществления глобальных преобразований в экономике, прогрессе информационных технологий.

Отечественная практика применения информационных технологий управления показала, что реинжиниринг необходим, особенно в условиях проведения банковской реформы и активного внедрения России в мировую экономическую систему. Именно информация и информационные потоки, отражающие все производственные и управленческие процессы в банке, а также способы ее обработки и анализа, начинают играть ведущую роль в конструировании бизнеса.

Выполненный реинжиниринг бизнес-процессов позволит банкам предложить малому бизнесу новые кредитные продукты одинаково выгодными обеим сторонам. К таким продуктам можно отнести кредит «экспресс-микро».

Основные параметры продукта «экспресс-микро» по степени «значимости» для клиента:

срок рассмотрения заявки (поточность, безочередность, скорость ответа – решения клиенту);

упрощенные процедуры финансового анализа заемщика (они должны быть простыми, максимально упрощенные аналитические формуляры, не занимающие долгого времени);

упрощенные процедуры получения кредита (все мероприятия и действия должны быть направлены на сокращение сроков ожидания клиента);

эффективная процентная ставка по кредиту (ставка должна быть приемлемой и для банка (с учетом повышенных рисков по данному направлению), и для бизнеса клиента);

количество и объем предоставляемых документов и информации;

расчет суммы кредита, исходя из управленческих данных деятельности бизнеса клиента;

сумма кредита (должна быть достаточной для удовлетворения оперативных потребностей бизнеса);

срок кредита;

обеспечение (достаточно поручительства компаньонов или родственников);

РКО (открытие расчетного счета должно осуществляться максимально быстро в течение 2-3 часов с момента решения по кредиту).

Решение по кредиту должно быть принято не позднее следующего рабочего дня после получения заявки.

Для определения платежеспособности проводить «Cross-Checking» при заполнении заявки и собеседовании с клиентом на консультации. Основная цель данной техники – с помощью вопросов

на одну и ту же тему, но по-разному сформулированных и задаваемых в различные моменты беседы с клиентом, получить ответы, проанализировав которые эксперт может установить степень достоверности полученной информации и сделать соответствующие выводы.

При применении «Cross-Checking» принципиально важным является постановка цели или точное определение предмета, в отношении которого нам необходима информация (например, показатель ОПиУ - среднемесячная выручка, наценка, пр.).

Для решения данных вопросов предлагается выдавать кредит как физическому лицу на кредитную карту (соответственно оформлять кредитное соглашение на физическое лицо). Практика многих банков показала высокую эффективность применения данного решения.

Службе безопасности банка рекомендуется минимальная или выборочная проверка клиентов по «экспресс-микро», включающая в себя проверку по базам данных в части криминального прошлого личности (директор, хозяин бизнеса) и бизнеса.

Другим новым продуктом является кредит в виде возобновляемой кредитной линии. Возобновляемая кредитная линия предоставляется для финансирования текущей деятельности клиента, с целью минимизации влияния на бизнес сезонных колебаний продаж, оптимизации структуры расчетов с поставщиками и покупателями, поддержания торговых/производственных запасов, и как следствие, ускорения производственного/торгового цикла компании.

Характерной особенностью предоставления возобновляемой кредитной линии является установление клиенту лимита задолженности, в рамках которого он может по мере необходимости погашать и снова брать необходимые денежные средства, уменьшая тем самым конечную стоимость кредита.

В итоге возобновляемые кредитные линии позволяют профинансировать несколько операционных циклов фирмы. Инструментом предоставления этого кредита может служить корпоративная кредитная карта, как международных, так и отечественных платежных систем.

Учитывая тот факт, что в настоящее время в банковской сфере Российской Федерации усиливаются тенденции к глобализации и универсализации банковской деятельности, внедрение возобновляемой кредитной линии позволит банку значительно усилить свои конкурентные позиции на рынке универсальных коммерческих банков, диверсифицировать свой продуктовый ряд при кредитовании клиентов малого бизнеса.

Состояние и направления деятельности общественных предпринимательских структур являются важным индикатором состояния, содержания ныне сложившегося в нашей стране социально-экономического положения, результатов проведенных рыночных реформ. Отметим, что таких общественных структур в России создано уже много, включая элитные клубы по интересам и т.п. Но легитимную «вершину айсберга» таких структур составляют общественные объединения предпринимателей. Очевидно, что малые предприниматели в силу своего небогатого положения не

вхожи в элитные клубы. Поэтому общественные объединения малого бизнеса призваны одновременно выполнять формальные и неформальные функции отстаивания интересов малого бизнеса перед государством и крупным капиталом, выстраивать системы элементов благоприятной среды для малого предпринимательства.

Объединения предпринимателей малого предпринимательства – институт коллективной защиты интересов малого бизнеса в органах государственной власти и **контроля за властью**. Бюрократии несложно расправиться с каждым отдельным малым предпринимателем. Другое дело, когда приходится иметь дело с общественным объединением. Они блокируют собой чиновничий шантаж, вымогательство, угрозы парализовать работу.

Объединения предпринимателей малого предпринимательства активнее, чем кто-либо другой, осознают наиболее актуальные проблемы малого бизнеса и находят способы их решения. Как показывает практика, предлагаемые ими меры развития МП по своей проработанности, глубине понимания вопросов обычно на порядок превосходят предложения-проекты государственных ведомств.

Объединения предпринимателей участвуют в формировании и реализации государственной и муниципальной экономической политики, так или иначе затрагивающей интересы малого бизнеса. Это участие реализуется через представительство ОП в совещательных органах при государственных властных структурах и через политические партии. ОП обычно принимают самое активное участие в выработке и реализации финансируемых государством и муниципальными властями программ поддержки МП.

Кроме того, объединения предпринимателей МП – институт повышения ответственности и компетентности субъектов малого предпринимательства, **формирования позитивной корпоративной этики ведения бизнеса**. ОП способствуют повышению добросовестности предпринимателей через, во-первых, отторжение от предпринимательских объединений тех, кто показал себя нечистоплотным дельцом, и, во-вторых, через постоянный мониторинг этики ведения бизнеса. ОП сами вырабатывают кодексы этики (чести) ведения дел, учитывающие отраслевые специфики, и следят за тем, чтобы они неукоснительно исполнялись. В конечном счете, саморегулируемые ОП должны поручаться перед государством и потребителями (населением) за репутацию каждого из своих членов.

В конечном счете, предприниматели сферы малого бизнеса участвуют в работе предпринимательских общественных объединений ради достижения трех основных целей: 1) лоббирование и защита своих частных и групповых интересов перед государственными и преимущественно крупными частными структурами; 2) улучшение институциональной среды бизнес-деятельности субъекта малого бизнеса за счет ресурсов ОП. В том числе: получение от ОП льготных услуг в виде деловой, правовой и технологической информации; получение возможности

льготного повышения квалификации работников малого предприятия, содействие ОП в благополучном разрешении деловых конфликтов субъекта малого бизнеса; 3) рационализация функций регулирования и контроля предпринимательской деятельности, в том числе через взятие ОП на себя ряда задач управления и регулирования, ранее выполняемых государственными или муниципальными органами власти (т.е. через саморегулирование).

Организационная система общественного объединения предпринимателей, претендующая на доверие своих членов, должна быть максимально демократичной, открытой. Во всяком случае, степень ее прозрачности должна быть на порядок выше, чем у госструктур, занимающихся поддержкой МП.

2.5. Динамика развития малого и среднего бизнеса в Республике Коми.

Ввиду отсутствия в настоящее время окончательных итогов сплошного обследования субъектов малого и среднего предпринимательства за 2010 год данные по микропредприятиям за 2010 год, а также по малым предприятиям (включая микро) за 2009-2011гг. будут уточнены до конца 2012 года.

Малый и средний бизнес в Республике Коми, по предварительной оценке на 01.01.2012 года, представляют 36711 хозяйствующих субъекта, в том числе 105 средних предприятий, 1277 малых предприятий, 10129 микропредприятий*⁸ и 25200 индивидуальных предпринимателей.

Из общего количества юридических лиц, ведущих свою деятельность на территории республики, малые (в том числе микропредприятия) и средние предприятия составляют 55,7%.

Показатели деловой активности малых и средних организаций в общем числе организаций республики составляют: 16% оборота организаций, 9,8% отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами, 1,8% инвестиций в основной капитал.

Показатели оборота розничной торговли и объема платных услуг населению субъектов малого предпринимательства (включая индивидуальных предпринимателей) составляют 79%, и 33% от общереспубликанских показателей соответственно.

По итогам 2011 года в секторе малого и среднего предпринимательства отмечается:

изменение структуры организаций малого и среднего предпринимательства по их количеству в категориях «средние предприятия», «малые предприятия, с учетом микропредприятий» за счет увеличения количества средних предприятий и снижения количества малых предприятий⁹;

⁸По уточненным данным Комистата

⁹По предварительным данным Комистата

снижение средней численности работников малых и средних организаций¹⁰;
 увеличение показателей оборота и отгрузки продукции малых и средних организаций;
 увеличение объемов инвестиций в основной капитал малых и средних организаций;
 рост количества индивидуальных предпринимателей.

В территориальном разрезе малое и среднее предпринимательство наиболее динамично развивается в городах, где шире потребительский рынок и сконцентрированы трудовые и сырьевые ресурсы. В городской местности работают 82% средних и малых предприятий, 92% микропредприятий и 80% индивидуальных предпринимателей.

2.5.1 Средние предприятия

Ввиду отсутствия в настоящее время окончательных итогов сплошного обследования субъектов малого и среднего предпринимательства за 2010 год данные по средним предприятиям за 2010 год, а также средним предприятиям за 2009-2011гг. подлежат корректировке и будут опубликованы в материалах Комистата до конца 2012 года.

Далее представлен анализ на основании выборочных исследований Комистата, официально опубликованных Комистатом в бюллетенях.

Количество средних предприятий на конец 2011 года составило 105 единиц, увеличившись по сравнению с 2010 годом на 1 единицу, или на 1% (Таблица 7).

Таблица 7

Количество средних предприятий по видам экономической деятельности

Экономическая деятельность	Данные на конец года, единиц	на 2010	Данные на конец года, единиц	на 2011	Структура на конец года, %	на 2011	Приведенное отличие показателя за 2011 год к 2010 году, %
Всего	104		105		100,00%		0,96%
Сельское хозяйство, лесное хозяйство и охота	13		12		11,43%		-7,69%
Рыболовство, рыбоводство	0		0		0,00%		*
Добыча полезных ископаемых	6		5		4,76%		-16,67%
Обрабатывающие производства	19		22		20,95%		15,79%
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	2		6		5,71%		200,00%
Строительство	19		19		18,10%		0,00%

¹⁰По предварительным данным Комистата

Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	15	17	16,19%	13,33%
Гостиницы и рестораны	2	1	0,95%	-50,00%
Транспорт и связь	11	11	10,48%	0,00%
Финансовая деятельность	1	0	0,00%	-100,00%
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	15	11	10,48%	-26,67%
Образование	0	0	0,00%	*
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	0	0	0,00%	*
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	1	1	0,95%	0,00%

По итогам 2011 года число средних предприятий по виду экономической деятельности «обрабатывающие производства» составляет 22 единицы или пятую часть всех средних предприятий республики, рост их количества по сравнению с 2010 годом составил 16%.

Количество средних предприятий по виду экономической деятельности «строительство» по сравнению с 2010 годом не изменилось и составляет 19 предприятий или 18% от общего количества средних предприятий.

Количество средних предприятий в сфере торговли и ремонта составляет 17 предприятий или 16% от количества средних предприятий республики, их рост по сравнению с 2010 годом составил 13%.

В три раза увеличилось количество средних предприятий по виду экономической деятельности «производство и распределение электроэнергии, газа и воды» и составило 6 предприятий.

Снижение количества средних предприятий наблюдается по следующим видам экономической деятельности: «сельское хозяйство, лесное хозяйство и охота» – на 1 предприятие или на 8%, «добыча полезных ископаемых» – на 1 предприятие или на 17%, «гостиницы и рестораны» – на 1 предприятие или на 50%, «финансовая деятельность» – на 1 предприятие или на 100%, «операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг» – на одно предприятие или на 27%.

В разрезе муниципальных образований Республики Коми (далее - муниципальные образования) 70% средних предприятий сосредоточено в Сыктывкаре, Воркуте, Ухте и Усинске, 12% в остальных городах республики и 18% в районах. Княжпогостский, Удорский, Усть-Вымский и Усть-Цилемский районы не имеют зарегистрированных на территории муниципальных образований средних предприятий (Таблица 8).

Таблица 8

Количество средних предприятий по муниципальным образованиям Республики Коми

Города и районы РК	Данные на конец 2010 года, единиц	Данные на конец 2011 года, единиц	Структура конец 2011 года, %	на отличие показателя за 2011 год к 2010 году, %
Сыктывкар	24	26	24,76%	8,33%
Воркута	10	5	4,76%	-50,00%
Вуктыл	1	2	1,90%	100,00%
Инта	2	1	0,95%	-50,00%
Печора	8	7	6,67%	-12,50%
Сосногорск	4	3	2,86%	-25,00%
Усинск	17	15	14,29%	-11,76%
Ухта	23	27	25,71%	17,39%
Ижемский район	2	1	0,95%	-50,00%
Княжпогостский район	0	0	0,00%	*
Койгородский район	1	1	0,95%	0,00%
Корткеросский район	4	5	4,76%	25,00%
Прилузский район	1	1	0,95%	0,00%
Сыктывдинский район	4	5	4,76%	25,00%
Сысольский район	1	1	0,95%	0,00%
Троицко-Печорский район	1	3	2,86%	200,00%
Удорский район	0	0	0,00%	*
Усть-Вымский район	0	0	0,00%	*
Усть-Куломский район	1	2	1,90%	100,00%
Усть-Цилемский район	0	0	0,00%	*
Республика Коми	104	105	100,00%	0,96%

По итогам 2011 года количество средних предприятий увеличилось в Сыктывкаре на 2 предприятия или на 8%, в Вуктыле на 1 предприятие или на 2%, в Ухте на 4 предприятия или на 17%, в Корткеросском районе на 1 предприятие или на 25%, в Сыктывдинском районе на 1 предприятие или на 25%, в Троицко-Печорском районе на 2 предприятия или в 3 раза, в Усть-Куломском районе на 1 предприятие или в 2 раза.

Средняя численность работающих на средних предприятиях по итогам 2011 года составила 13097 человек, что в расчете на одно среднее предприятие составляет 124 человека (для сравнения в 2010 году такой показатель составляет 130 человек). Общее снижение средней численности работающих по сравнению с 2010 годом составило 516 человек или на 4%. Наибольшее снижение средней численности в абсолютных значениях произошло по видам экономической деятельности «операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг» – на 583 человека и «сельское хозяйство, лесное хозяйство и охота» – на 325 человек. Наибольшее увеличение абсолютных показателей средней численности наблюдается по виду экономической деятельности «строительство» – на 649 человек и в сфере торговли и ремонта – на 265 человек (Таблица 9).

Таблица 9

Средняя численность работников средних предприятий по видам экономической деятельности

Экономическая деятельность	Данные на конец 2010 года, человек	Данные на конец 2011 года, человек	Структура на конец 2011 года, %	Приведенное отличие показателя за 2011 год к 2010 году, %
Всего	13613	13097	100,00%	-3,79%
Сельское хозяйство, лесное хозяйство и охота	1692	1367	10,44%	-19,21%
Добыча полезных ископаемых	786	775	5,92%	-1,40%
Обрабатывающие производства	2169	2189	16,71%	0,92%
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	185	466	3,56%	151,89%
Строительство	2403	3052	23,30%	27,01%
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	1660	1925	14,70%	15,96%
Гостиницы и рестораны	304	149	1,14%	-50,99%
Транспорт и связь	2189	2040	15,58%	-6,81%
Финансовая деятельность	74		0,00%	-100,00%
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	1674	1091	8,33%	-34,83%
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	93		0,00%	-100,00%
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	368	16	0,12%	-95,65%

В разрезе муниципальных образований республики наибольшее сокращение средней численности на средних предприятиях наблюдается в Воркуте – на 962 человека и Инте – на 324 человека, наибольшее увеличение – в Сыктывдинском районе – на 236 человек и Троицко-Печорском районе – на 203 человека (Таблица 10).

Таблица 10

Средняя численность работников на средних предприятиях по муниципальным образованиям Республики Коми

Города и районы РК	Данные на конец 2010 года, человек	Данные на конец 2011 года, человек	Структура на конец 2011 года, %	Приведенное отличие показателя за 2011 год к 2010 году, %
Сыктывкар	2923	3049	23,28%	4,31%
Воркута	1578	616	4,70%	-60,96%
Вуктыл	271	100	0,76%	-63,10%
Инта	454	130	0,99%	-71,37%
Печора	1111	977	7,46%	-12,06%
Сосногорск	585	572	4,37%	-2,22%
Усинск	2604	2710	20,69%	4,07%
Ухта	2713	2875	21,95%	5,97%
Ижемский район		35	0,27%	
Княжпогостский район		21	0,16%	

Корткеросский район	541	579	4,42%	7,02%
Прилузский район	111	89	0,68%	-19,82%
Сыктывдинский район	357	593	4,53%	66,11%
Сысольский район	114	92	0,70%	-19,30%
Троицко-Печорский район	134	337	2,57%	151,49%
Удорский район		30	0,23%	
Усть-Куломский район	120	215	1,64%	79,17%
Усть-Цилемский район		78	0,60%	
Республика Коми	13613	13097	100,00%	-3,79%

Среднесписочная численность работающих на средних предприятиях в 2011 году по сравнению с 2010 годом снизилась на 360 человек и составила 11 534 человека. Доля списочного состава работников средних предприятий составляет 88% от средней численности работников средних предприятий.

Оборот средних предприятий в 2011 году на 71% состоял из отгруженной продукции, работ, услуг собственного производства и составил 22,1 млрд. руб. или 210 млн. руб. в год на одно среднее предприятие. Для сравнения, в 2010 году данный показатель составлял 191 млн. руб. В абсолютных показателях увеличение оборота средних предприятий в 2011 году по сравнению с 2010 годом составило 2 157 млн. руб. или на 11%. По видам экономической деятельности наибольшими оборотами обладают средние предприятия в сфере торговли и ремонта, и строительства – 28% и 22% от оборота средних организаций республики соответственно, наименьшими – гостиницы и рестораны – 0,45% (Таблица 11).

Таблица 11

Оборот средних организаций по видам экономической деятельности

Экономическая деятельность	Данные на конец года, млн. руб.	Данные на конец 2011 года, млн. руб.	Структура на конец 2011 года, %	Приведенное отличие показателя за 2011 год к 2010 году, %
Всего	19900,6	22057,9	100,00%	10,84%
Сельское хозяйство, лесное хозяйство и охота	758,9	696,3	3,16%	-8,25%
Добыча полезных ископаемых	1544,5	2484,2	11,26%	60,84%
Обрабатывающие производства	1925,3	2629,3	11,92%	36,57%
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	130	1931,7	8,76%	1385,92%
Строительство	5997,8	4849,7	21,99%	-19,14%
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	5009	6250,6	28,34%	24,79%
Гостиницы и рестораны	330,3	99,9	0,45%	-69,75%
Транспорт и связь	1704,4	2225,4	10,09%	30,57%
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	2240,1	840,9	3,81%	-62,46%

Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	221,5	0,00%	-100,00%
---	-------	-------	----------

Увеличение оборотов средних организаций произошло по следующим видам экономической деятельности: «добыча полезных ископаемых» – на 61%, «обрабатывающие производства» – на 37%, «производство и распределение электроэнергии, газа и воды» – более чем в 10 раз, сфера торговли и ремонта – на 25%, «транспорт и связь» – на 31 %.

Уменьшение оборотов средних организаций произошло по следующим видам экономической деятельности: «сельское хозяйство, лесное хозяйство и охота» – на 8%, «строительство» – на 19%, «гостиницы и рестораны» – на 70%, «операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг» – на 62%.

Более половины республиканского оборота средних предприятий обеспечивают предприятия Сыктывкара и Усинска, средние предприятия районов в общей сумме обеспечивают 6 % республиканского оборота (Таблица 12).

Таблица 12

Оборот средних предприятий по муниципальным образованиям Республики Коми

Города и районы РК	Данные на конец 2010 года, млн. руб.	Данные на конец 2011 года, млн. руб.	Структура на конец 2011 года, %	Приведенное отличие показателя за 2011 год к 2010 году, %
Сыктывкар	4296,1	6288,1	28,51%	46,37%
Воркута	2847,7	3800,8	17,23%	33,47%
Вуктыл	137,1	48,6	0,22%	-64,55%
Инта	267,7	355,3	1,61%	32,72%
Печора	1109,3	1502,4	6,81%	35,44%
Сосногорск	693,2	617,8	2,80%	-10,88%
Усинск	5930,6	5558,1	25,20%	-6,28%
Ухта	3162,7	2577,2	11,68%	-18,51%
Княжпогостский район	123,6	212,7	0,96%	72,09%
Корткеросский район	348,5	348,6	1,58%	0,03%
Прилузский район	180,4	144,2	0,65%	-20,07%
Сыктывдинский район	583,2	445,9	2,02%	-23,54%
Сысольский район	28,4	24,5	0,11%	-13,73%
Троицко-Печорский район	22,9	36,2	0,16%	58,08%
Удорский район	8,5	82,3	0,37%	868,24%
Усть-Куломский район	160,7	15,2	0,07%	-90,54%
Республика Коми	19900,6	22057,9	100,00 %	10,84%

В 2011 году средними предприятиями отгружено товаров собственного производства, выполнено работ, оказано услуг собственными силами на 15,6 млрд. руб., что на 11% больше чем в 2010 году (Таблица 13).

Таблица 13

Отгружено товаров собственного производства, выполнено работ, оказано услуг средними предприятиями по видам экономической деятельности

Экономическая деятельность	Данные на конец года, млн. руб.	Данные на конец 2011 года, млн. руб.	Структура на конец 2011 года, %	Приведенное отличие показателя за 2011 год к 2010 году, %
Всего	14626,3	15606,5	100,00%	6,70%
Сельское хозяйство, лесное хозяйство и охота	752,7	691,9	4,43%	-8,08%
Добыча полезных ископаемых	1544,5	2484	15,92%	60,83%
Обрабатывающие производства	1786,9	2488,7	15,95%	39,27%
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	130	1931,7	12,38%	1385,92%
Строительство	5846,1	4739,6	30,37%	-18,93%
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	117,1	146,5	0,94%	25,11%
Гостиницы и рестораны	293,7	78,5	0,50%	-73,27%
Транспорт и связь	1664,2	2159,4	13,84%	29,76%
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	2230,6	836,3	5,36%	-62,51%
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	221,5		0,00%	-100,00%

82% республиканской отгрузки товаров собственного производства, выполнения работ, оказания услуг средних предприятий обеспечивают предприятия Сыктывкара, Воркуты, Ухты и Усинска, средние предприятия районов в общей сумме обеспечивают 5 % республиканского оборота (Таблица 14).

Таблица 14

Отгружено товаров собственного производства, выполнено работ, оказано услуг средними предприятиями по муниципальным образованиям Республики Коми

Города и районы РК	Данные на конец 2010 года, млн. руб.	Данные на конец 2011 года, млн. руб.	Структура на конец 2011 года, %	Приведенное отличие показателя за 2011 год к 2010 году, %
Сыктывкар	1855,1	2609,4	16,72%	40,66%
Воркута	2004,9	2944,1	18,86%	46,85%
Вуктыл	146,1	48,6	0,31%	-66,74%
Инта	267,3	355,0	2,27%	32,81%
Печора	938,5	1061,7	6,80%	13,13%
Сосногорск	660,9	571,5	3,66%	-13,53%

Усинск	5440,3	4962,6	31,80%	-8,78%
Ухта	2468,0	2316,5	14,84%	-6,14%
Княжпогостский район	123,6	212,7	1,36%	72,09%
Корткеросский район	86,9	60,3	0,39%	-30,61%
Прилузский район	15,9	54,3	0,35%	241,51%
Сыктывдинский район	398,5	251,6	1,61%	-36,86%
Сысольский район	28,4	24,5	0,16%	-13,73%
Троицко-Печорский район	22,9	36,2	0,23%	58,08%
Удорский район		82,3	0,53%	
Усть-Куломский район	169,0	15,2	0,10%	-91,01%
Республика Коми	14626,3	15606,5	100,00%	6,70%

Инвестиции в основной капитал средних предприятий в 2011 году составили 1 125,4 млн. руб., что в 2 раза больше аналогичного показателя за 2010 год. 44% инвестиций в основной капитал средних предприятий осуществлялось по виду экономической деятельности «производство и распределение электроэнергии, газа и воды», 15% - по виду экономической деятельности «сельское хозяйство, лесное хозяйство и охота», 14% - в строительстве (15).

Таблица 15

Инвестиции в основной капитал средних предприятий по видам экономической деятельности

Экономическая деятельность	Данные на конец года, млн. руб.	Данные на конец 2011 года, млн. руб.	Структура на конец 2011 года, %	Приведенное отличие показателя за 2011 год к 2010 году, %
Всего	559,6	1125,4	100,00%	101,11%
Сельское хозяйство, лесное хозяйство и охота	92,8	164,7	14,63%	77,48%
Добыча полезных ископаемых		63	5,60%	
Обрабатывающие производства	51,8	91,1	8,09%	75,87%
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	14,7	493,7	43,87%	3258,50%
Строительство	111,6	157,6	14,00%	41,22%
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	29,5	17	1,51%	-42,37%
Гостиницы и рестораны		2,8	0,25%	
Транспорт и связь	171,2	89,9	7,99%	-47,49%
Финансовая деятельность	7,2		0,00%	-100,00%
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	49,2	65,7	5,84%	33,54%

Наибольший объем инвестиций в основной капитал привлекали предприятия Сыктывкара и Усинска, на их долю приходится 52% общего объема инвестиций в основной капитал средних предприятий (Таблица 16).

Таблица 16

Инвестиции в основной капитал средних предприятий по муниципальным образованиям

Республики Коми

Города и районы РК	Данные на конец 2010 года, млн. руб.	Данные на конец 2011 года, млн. руб.	Структура на конец 2011 года, %	Приведенное отличие показателя за 2011 год к 2010 году, %
Сыктывкар	105,0	356,4	31,67%	239,43%
Воркута	30,4	62,5	5,55%	105,59%
Вуктыл	15,9		0,00%	-100,00%
Инта	15,7	1,9	0,17%	-87,90%
Печора	26,5	2,9	0,26%	-89,06%
Сосногорск	254,2	15,6	1,39%	-93,86%
Усинск	88,8	231,9	20,61%	161,15%
Ухта	8,8	107,7	9,57%	1123,86%
Ижемский район		77,3	6,87%	
Княжпогостский район		43,6	3,87%	
Корткеросский район	1,7	23,0	2,04%	1252,94%
Прилузский район	10,1	1,1	0,10%	-89,11%
Сыктывдинский район	0,0	68,5	6,09%	*
Сысольский район		12,4	1,10%	
Троицко-Печорский район		6,8	0,60%	
Удорский район		28,7	2,55%	
Усть-Куломский район	2,5	12,5	1,11%	400,00%
Усть-Цилемский район		72,7	6,46%	
Республика Коми	559,6	1125,4	100,00%	101,11%

Общий финансовый результат (прибыль минус убыток) деятельности средних организаций в 2011 году составил 1,9 млрд. руб. По видам экономической деятельности наибольший финансовый результат достигнут в строительстве – 773,2 млн. руб., производстве и распределении электроэнергии, газа, воды – 655,9 млн. руб., и в обрабатывающих производствах – 189,4 млн. руб. (Таблица 17).

Таблица 17

Финансовые результаты деятельности средних организаций по видам экономической

деятельности

Экономическая деятельность	Сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток), тыс. руб.	
	2010	2011
Всего	836382	1924886
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	10238	33812
Добыча полезных ископаемых	96233	125876
Обрабатывающие производства	36717	189407
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	227980	655885
Строительство	332046	773229
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий	20056	22425
Гостиницы и рестораны	13024	9274
Транспорт и связь	3335	40596
Операции с недвижимым имуществом	96753	74382

70,5% средних предприятий в 2011 году имели прибыль, 20,5% - убыток. Наибольшее соотношение средних предприятий, получивших прибыль в 2011 году, к общему количеству средних предприятий наблюдается по видам экономической деятельности: «гостиницы и рестораны» – 100%, «операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг» – 87,5%, сфера торговли и ремонта – 83,3%. Наименьшее соотношение средних предприятий, получивших прибыль, к общему количеству средних предприятий наблюдается по виду экономической деятельности «сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство» – 62,5% (Таблица 18).

Таблица 18

Распределение средних организаций, получивших прибыль или убыток, по видам экономической деятельности за 2011 г.

Экономическая деятельность	Организации, имевшие прибыль		Организации, имевшие убыток
	в % к общему числу организаций	сумма прибыли, тыс. руб.	в % к общему числу организаций
Всего	79,5	2197589	20,5
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	62,5	52468	37,5
Добыча полезных ископаемых	100,0	125876	-
Обработывающие производства	76,5	296620	23,5
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	100,0	655885	-
Строительство	82,4	783398	17,6
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	83,3	112031	16,7
Гостиницы и рестораны	100,0	9274	-
Транспорт и связь	63,6	73709	36,4
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	87,5	88328	12,5

Дебиторская задолженность по средним предприятиям на 1 января 2012 г. составила 5,2 млрд. руб., в том числе просроченная 337,7 млн. руб. В разрезе видов экономической деятельности наибольшими объемами дебиторской задолженности обладают средние предприятия в сфере строительства - 2,2 млрд. руб., наименьшими – гостиничный и ресторанный бизнес – 25,9 млн. руб. (Таблица 19).

Таблица 19

Дебиторская задолженность средних предприятий по видам экономической деятельности на 1 января 2012 г.

Экономическая деятельность	Тыс. руб.	в том числе просроченная
	всего	
Всего	5201977	337716
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	54470	10790
Добыча полезных ископаемых	250134	24770
Обрабатывающие производства	427637	53132
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	303020	67368
Строительство	2154891	85476
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	871587	5530
Гостиницы и рестораны	25894	-
Транспорт и связь	943947	70274
Операции с недвижимым имуществом	170397	20376

Кредиторская задолженность средних предприятий на 1 января 2012 г. составила 5,6 млрд. руб., в том числе просроченная 478,5 млн. руб. В разрезе видов экономической деятельности наибольшими объемами кредиторской задолженности обладают средние предприятия в сфере строительства - 2,2 млрд. руб., наименьшими – гостиничный и ресторанный бизнес – 14,3 млн. руб. (Таблица 20).

Таблица 20

Кредиторская задолженность средних предприятий по видам экономической деятельности на 1 января 2012 г.

Экономическая деятельность	Тыс. руб.	в том числе просроченная
	всего	
Всего	5634027	478509
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	81359	20670
Добыча полезных ископаемых	298179	70337
Обрабатывающие производства	490917	77477
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	400526	101959
Строительство	2152266	166513
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	1145932	-
Гостиницы и рестораны	14275	-
Транспорт и связь	834851	26664
Операции с недвижимым имуществом	215722	14889

Уровень рентабельности в секторе среднего бизнеса за 2011 год к выручке составил 11%, не рентабельными являлись только предприятия по виду экономической деятельности «сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство» для них показатель рентабельности к выручке составил -29,2% (21).

Таблица 21

Уровень рентабельности (убыточности) проданных товаров, работ, услуг средних предприятий по видам экономической деятельности за 2011 г.

Экономическая деятельность	Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	Затраты на производство проданных товаров, тыс. руб.	В том числе коммерческие управленческие расходы, тыс. руб.	Уровень рентабельности (убыточности) в % к затратам на производство коммерческим и управленческим расходам
Всего	2332724	18993055	1702511	12,3
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	-90190	399464	5504	-22,6
Добыча полезных ископаемых	179724	1425780	118817	12,6
Обрабатывающие производства	211166	2460224	265518	8,6
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	608495	1258254	104440	48,4
Строительство	807459	4861831	296666	16,6
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий	425700	5502820	703122	7,7
Гостиницы и рестораны	9274	109866	-	8,4
Транспорт и связь	108064	2286326	135673	4,7
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	73032	688490	72771	10,6

2.5.2 Малые предприятия.

Ввиду отсутствия в настоящее время окончательных итогов сплошного обследования субъектов малого и среднего предпринимательства за 2010 год данные по малым предприятиям за 2010 год, а также малым предприятиям за 2009-2011гг. подлежат корректировке и будут опубликованы в материалах Комистата до конца 2012 года.

Далее представлен анализ на основании выборочных исследований Комистата, официально опубликованных в бюллетенях.

Количество малых предприятий на конец 2011 года составило 1277 единиц, уменьшившись по сравнению с 2010 годом на 270 единиц, или на 17% (Таблица 22).

Таблица 22

Количество малых предприятий по видам экономической деятельности

Экономическая деятельность	Данные на конец года, единиц	на 2010	Данные на конец года, единиц	на 2011	Структура на конец года, %	на 2011	Приведенное отличие показателя за
----------------------------	------------------------------	---------	------------------------------	---------	----------------------------	---------	-----------------------------------

				2011 год к 2010 году, %
Всего	1547	1277	100,00%	-17,45%
Сельское хозяйство, лесное хозяйство и охота	114	89	6,97%	-21,93%
Рыболовство, рыбоводство	1	0	0,00%	-100,00%
Добыча полезных ископаемых	15	14	1,10%	-6,67%
Обрабатывающие производства	142	104	8,14%	-26,76%
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	9	7	0,55%	-22,22%
Строительство	290	205	16,05%	-29,31%
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	400	361	28,27%	-9,75%
Гостиницы и рестораны				
	57	59	4,62%	3,51%
Транспорт и связь	121	103	8,07%	-14,88%
Финансовая деятельность	2	1	0,08%	-50,00%
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	338	289	22,63%	-14,50%
Образование	3	2	0,16%	-33,33%
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	19	18	1,41%	-5,26%
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	36	25	1,96%	-30,56%

По итогам 2011 года малые предприятия в количественном составе наиболее представлены по виду торговли и ремонта (361 предприятие или 28% от общего количества малых предприятий республики), снижение их количества по сравнению с 2010 годом составило 10%.

На втором месте «операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг», количество малых предприятий по данному виду экономической деятельности по сравнению с 2010 годом уменьшилось на 15% и составляет 289 предприятий или 23% от общего количества средних предприятий.

На третьем месте малые предприятия в сфере строительства, их количество составляет 205 предприятий или 16% от количества средних предприятий республики, их снижение по сравнению с 2010 годом составило 29%.

Снижение количества малых предприятий наблюдается практически по всем видам экономической деятельности: «сельское хозяйство, лесное хозяйство и охота» – на 25 предприятий или на 22%, «рыболовство, рыбоводство» – на 1 предприятие или на 100%, «добыча полезных ископаемых» – на 1 предприятия или на 7%, «обрабатывающие производства» – на 38 предприятий или на 27%, «производство и распределение электроэнергии, газа и воды» – на 1 предприятие или на 22%, «транспорт и связь» – на 18 предприятий или на 15%, «финансовая деятельность» – на 1 предприятие или на 50%, «образование» – на 1 предприятие или на 33%,

«здравоохранение и предоставление социальных услуг» – на 1 предприятие или на 5%, «предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг» – на 11 предприятий или на 31%.

Рост малых предприятий по виду деятельности «гостиницы и рестораны» по сравнению с 2010 годом составил 4%, таким образом, в 2011 году количество малых предприятий в сфере гостиниц и ресторанов составило 59 единиц или 5% от общего числа малых предприятий.

В разрезе муниципальных образований 71% малых предприятий сосредоточено в Сыктывкаре, Воркуте, Ухте и Усинске, 11% в остальных городах республики и 18% в районах (Таблица 23).

Таблица 23

Количество малых предприятий по муниципальным образованиям Республики Коми.

Города и районы РК	Данные на конец 2010 года, единиц	Данные на конец 2011 года, единиц	Структура на конец 2011 года, %	Приведенное отличие показателя за 2011 год к 2010 году, %
Сыктывкар	662,0	554,0	43,38%	-16,31%
Воркута	84,0	74,0	5,79%	-11,90%
Вуктыл	10,0	7,0	0,55%	-30,00%
Инта	50,0	42,0	3,29%	-16,00%
Печора	61,0	54,0	4,23%	-11,48%
Сосногорск	51,0	40,0	3,13%	-21,57%
Усинск	128,0	106,0	8,30%	-17,19%
Ухта	232,0	177,0	13,86%	-23,71%
Ижемский район	32,0	28,0	2,19%	-12,50%
Княжпогостский район	14,0	9,0	0,70%	-35,71%
Койгородский район	15,0	13,0	1,02%	-13,33%
Корткеросский район	23,0	18,0	1,41%	-21,74%
Прилузский район	25,0	17,0	1,33%	-32,00%
Сыктывдинский район	21,0	17,0	1,33%	-19,05%
Сысольский район	23,0	24,0	1,88%	4,35%
Троицко-Печорский район	22,0	18,0	1,41%	-18,18%
Удорский район	24,0	16,0	1,25%	-33,33%
Усть-Вымский район	24,0	24,0	1,88%	0,00%
Усть-Куломский район	25,0	22,0	1,72%	-12,00%
Усть-Цилемский район	21,0	17,0	1,33%	-19,05%
Республика Коми	1547,0	1277,0	100,00%	-17,45%

По итогам 2011 года наблюдается уменьшение количества малых предприятий практически во всех городах Республики Коми. Наибольшее снижение зафиксировано в Вуктыле, количество малых предприятий по сравнению с 2010 годом уменьшилось на 3 единицы или 30%, в Ухте – на 55 единиц или на 24%, в Сосногорске – на 11 единиц или на 22%, в Сыктывкаре – на 108 единиц или на 16%. Среди районов наиболее значительное уменьшение количества малых предприятий наблюдается в Княжпогостском районе – на 5 единиц или на 36%, в Удорском районе – на 8 единиц или на 33% и в Прилузском районе – на 8 единиц или на 32%.

В Сысольском районе число малых предприятий по сравнению с 2010 годом увеличилось на 1 предприятие или на 4%, в Усть-Вымском районе количество малых предприятий сохранилось на прежнем уровне и составило 24 единицы.

Средняя численность работающих на малых предприятиях, по итогам 2011 года составила 36 668 человек, что в расчете на одно среднее предприятие составляет 29 человек (для сравнения в 2010 году такой показатель составляет 27 человек). Общее снижение средней численности по сравнению с 2010 годом составило 5326 человек или на 13%. Снижение средней численности в абсолютных значениях произошло по каждому виду экономической деятельности. Наибольшее сокращение средней численности наблюдается по виду экономической деятельности: «образование» – на 100%. Значительное уменьшение абсолютных показателей средней численности зафиксировано в следующих видах экономической деятельности: «строительство» – на 1513 человек или на 21%, «операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг» – на 922 человека или на 9%, «оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования» – на 806 человек или на 7% (Таблица 24). Увеличение средней численности наблюдается в сфере добычи полезных ископаемых – на 261 человека или на 73%.

Таблица 24

Средняя численность работников малых предприятий по видам экономической деятельности.

Экономическая деятельность	Данные на конец 2010 года, человек	Данные на конец 2011 года, человек	Структура на конец 2011 года, %	Приведенное отличие показателя за 2011 год к 2010 году, %
Всего	41994	36668	100,00%	-12,68%
Сельское хозяйство, лесное хозяйство и охота	2711	2370	6,46%	-12,58%
Добыча полезных ископаемых	357	618	1,69%	73,11%
Обрабатывающие производства	3389	2731	7,45%	-19,42%
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	235	124	0,34%	-47,23%
Строительство	7143	5630	15,35%	-21,18%
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	11232	10426	28,43%	-7,18%
Гостиницы и рестораны	1624	1515	4,13%	-6,71%
Транспорт и связь	3363	2654	7,24%	-21,08%
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	10126	9204	25,10%	-9,11%
Образование	55		0,00%	100,00%
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	600	585	1,60%	-2,50%
Предоставление прочих	1123	761	2,08%	-32,24%

коммунальных, социальных и
персональных услуг

В разрезе муниципальных образований наблюдается сокращение средней численности (Таблица 25). Наибольшее сокращение средней численности на малых предприятиях зафиксировано в Усинске – на 1044 человек или на 22% в Вуктыле – на 50 человек или на 19%, в Княжпогостском районе – на 110 человек или на 33%, в Усть-Куломском районе – на 260 человек или на 29%. Наименьшее сокращение наблюдается в Воркуте – на 103 человека или на 6%, в Сосногорске – на 133 человека или на 8%, в Койгородском районе – на 34 человека или на 7%.

Значительный рост средней численности наблюдается в Сысольском районе. По сравнению с 2010 годом средняя численность населения на малых предприятиях увеличилась на 153 человека или на 23%.

Таблица 25

Средняя численность работников на малых предприятиях по муниципальным образованиям

Республики Коми

Города и районы РК	Данные на конец 2010 года, человек	Данные на конец 2011 года, человек	Структура на конец 2011 года, %	Приведенное отличие показателя за 2011 год к 2010 году, %
Сыктывкар	17060	15095	41,17%	-11,52%
Воркута	1829	1726	4,71%	-5,63%
Вуктыл	269	219	0,60%	-18,59%
Инта	1442	1213	3,31%	-15,88%
Печора	1822	1580	4,31%	-13,28%
Сосногорск	1628	1495	4,08%	-8,17%
Усинск	4749	3705	10,10%	-21,98%
Ухта	5894	5331	14,54%	-9,55%
Ижемский район	931	825	2,25%	-11,39%
Княжпогостский район	332	222	0,61%	-33,13%
Койгородский район	454	420	1,15%	-7,49%
Корткеросский район	784	641	1,75%	-18,24%
Прилузский район	478	407	1,11%	-14,85%
Сыктывдинский район	507	418	1,14%	-17,55%
Сысольский район	672	825	2,25%	22,77%
Троицко-Печорский район	419	348	0,95%	-16,95%
Удорский район	523	419	1,14%	-19,89%
Усть-Вымский район	736	629	1,72%	-14,54%
Усть-Куломский район	885	625	1,70%	-29,38%
Усть-Цилемский район	580	525	1,43%	-9,48%
Республика Коми	41994	36668	100,00%	-12,68%

Среднесписочная численность работающих на малых предприятиях в 2011 году по сравнению с 2010 годом снизилась на 4390 человек и составила 32 282 человека. Доля списочного состава работников малых предприятий составляет 88% от средней численности работников малых предприятий.

Оборот малых предприятий в 2011 году на 47% состоял из отгруженной продукции, работ, услуг собственного производства и составил 60 млрд. руб. (для сравнения, в 2010 году данный показатель составлял 56 млрд. руб.). В абсолютных показателях увеличение оборота малых предприятий в 2011 году по сравнению с 2010 годом составило 4 339,9 млрд. руб. или на 8%. По видам экономической деятельности наибольшими оборотами обладают малые предприятия в сфере торговли и ремонта – 52% от оборота малых организаций республики и строительства – 18%, наименьшими – «производство и распределение электроэнергии, газа и воды» – 0,17%, «предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг» – 0,61%, «здравоохранение и предоставление социальных услуг» – 0,64%. (Таблица 26).

Таблица 26

Оборот малых организаций по видам экономической деятельности

Экономическая деятельность	Данные на конец года, млн. руб.	Данные на конец 2011 года, млн. руб.	Структура на конец 2011 года, %	Приведенное отличие показателя за 2011 год к 2010 году, %
Всего	56098,4	60438,3	100,00%	7,74%
Сельское хозяйство, лесное хозяйство и охота	925,4	1188,4	1,97%	28,42%
Рыболовство, рыбоводство	к		0,00%	-100,00%
Добыча полезных ископаемых	427,8	545,7	0,90%	27,56%
Обрабатывающие производства	2382,6	2497,2	4,13%	4,81%
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	899,9	101,3	0,17%	-88,74%
Строительство	8727,1	11008,7	18,21%	26,14%
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	28382	31234,8	51,68%	10,05%
Гостиницы и рестораны	1147,9	1477,9	2,45%	28,75%
Транспорт и связь	4748,7	4182,3	6,92%	-11,93%
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	7341,7	7391	12,23%	0,67%
Образование	30,5		0,00%	-100,00%
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	360,4	389,3	0,64%	8,02%
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	720,4	366,3	0,61%	-49,15%

Увеличение оборотов малых организаций произошло по следующим видам экономической деятельности: «сельское хозяйство, лесное хозяйство и охота» – на 28%, «добыча полезных ископаемых» – на 28%, «строительство» – на 26%, гостиницы и рестораны – на 29%.

Уменьшение оборотов малых организаций произошло по следующим видам экономической деятельности: «производство и распределение электроэнергии, газа и воды» – на 89%, «предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг» – на 49%.

Обороты в сфере рыболовства, рыбоводства и образования сократились, по сравнению с 2010 годом, на 100%.

Более половины республиканского оборота малых предприятий обеспечивают предприятия Сыктывкара, Ухты и Усинска, малые предприятия районов в общей сумме обеспечивают 10 % республиканского оборота (Таблица 26).

Таблица 26

Оборот малых предприятий по муниципальным образованиям Республики Коми

Города и районы РК	Данные на конец 2010 года, млн. руб.	Данные на конец 2011 года, млн. руб.	Структура на конец 2011 года, %	Приведенное отличие показателя за 2011 год к 2010 году, %
Сыктывкар	23962,3	27279,0	45,14%	13,84%
Воркута	2908,5	3800,8	6,29%	30,68%
Вуктыл	218,6	152,0	0,25%	-30,47%
Инта	1781,4	1300,9	2,15%	-26,97%
Печора	2191,5	1894,1	3,13%	-13,57%
Сосногорск	1991,3	1784,2	2,95%	-10,40%
Усинск	7674,2	7185,9	11,89%	-6,36%
Ухта	10148,6	11075,4	18,33%	9,13%
Ижемский район	931,0	949,7	1,57%	2,01%
Княжпогостский район	127,1	101,8	0,17%	-19,91%
Койгородский район	215,6	186,6	0,31%	-13,45%
Корткеросский район	432,7	677,3	1,12%	56,53%
Прилузский район	421,7	442,1	0,73%	4,84%
Сыктывдинский район	383,1	518,1	0,86%	35,24%
Сысольский район	473,0	926,2	1,53%	95,81%
Троицко-Печорский район	331,4	334,9	0,55%	1,06%
Удорский район	470,7	266,3	0,44%	-43,42%
Усть-Вымский район	575,2	734,3	1,21%	27,66%
Усть-Куломский район	587,3	544,0	0,90%	-7,37%
Усть-Цилемский район	273,2	284,7	0,47%	4,21%
Республика Коми	56098,4	60438,3	100,00%	7,74%

В 2011 году малыми предприятиями отгружено товаров собственного производства, выполнено работ, оказано услуг собственными силами на 28 млрд. руб., что на 0,79% больше чем в 2010 году (27).

Таблица 27

Отгружено товаров собственного производства, выполнено работ, оказано услуг малыми предприятиями по видам экономической деятельности

Экономическая деятельность	Данные на конец года, млн. руб.	Данные на конец 2011 года, млн. руб.	Структура на конец 2011 года, %	Приведенное отличие показателя за 2011 год к 2010 году, %
Всего	27970,9	28191,9	100,00%	0,79%
Сельское хозяйство, лесное хозяйство и охота	881,4	1048,1	3,72%	18,91%
Рыболовство, рыбоводство	-0,001		0,00%	-100,00%
Добыча полезных ископаемых	406,7	539,6	1,91%	32,68%
Обрабатывающие производства	2260,7	2351,4	8,34%	4,01%
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	899,9	101,3	0,36%	-88,74%
Строительство	8422,3	9782,7	34,70%	16,15%
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	1352,2	1366,3	4,85%	1,04%
Гостиницы и рестораны	1030,4	1358,6	4,82%	31,85%
Транспорт и связь	4523,3	3928,3	13,93%	-13,15%
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	7143,6	6927,1	24,57%	-3,03%
Образование	30,5		0,00%	-100,00%
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	359,2	388,4	1,38%	8,13%
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	656,9	344,7	1,22%	-47,53%

81% республиканской отгрузки товаров собственного производства, выполнения работ, оказания услуг малых предприятий обеспечивают предприятия Сыктывкара, Воркуты, Ухты и Усинска, малые предприятия районов в общей сумме обеспечивают 11 % республиканского оборота (Таблица 28).

Таблица 28

Отгружено товаров собственного производства, выполнено работ, оказано услуг малыми предприятиями по муниципальным образованиям Республики Коми

Города и районы РК	Данные на конец 2010 года, млн. руб.	Данные на конец 2011 года, млн. руб.	Структура на конец 2011 года, %	Приведенное отличие показателя за 2011 год к 2010 году, %
Сыктывкар	10733,5	10934,0	38,78%	1,87%
Воркута	1058,9	1748,7	6,20%	65,14%
Вуктыл	117,9	94,3	0,33%	-20,02%
Инта	516,9	485,9	1,72%	-6,00%
Печора	910,6	904,9	3,21%	-0,63%
Сосногорск	1000,5	813,7	2,89%	-18,67%
Усинск	6101,6	5674,3	20,13%	-7,00%
Ухта	4945,0	4380,9	15,54%	-11,41%

Ижемский район	553,2	542,4	1,92%	-1,95%
Княжпогостский район	77,1	89,4	0,32%	15,95%
Койгородский район	93,9	95,9	0,34%	2,13%
Корткеросский район	349,4	575,3	2,04%	64,65%
Прилузский район	243,0	259,9	0,92%	6,95%
Сыктывдинский район	175,9	193,2	0,69%	9,84%
Сысольский район	172,3	590,0	2,09%	242,43%
Троицко-Печорский район	131,3	96,1	0,34%	-26,81%
Удорский район	302,4	119,4	0,42%	-60,52%
Усть-Вымский район	210,7	325,7	1,16%	54,58%
Усть-Куломский район	142,4	127,1	0,45%	-10,74%
Усть-Цилемский район	134,4	140,8	0,50%	4,76%
Республика Коми	27970,9	28191,9	100,00%	0,79%

Инвестиции в основной капитал малых предприятий в 2011 году составили 1 462,2 млн. руб., по сравнению с 2010 годом они увеличились на 532 тыс. руб. или на 57%. 59% инвестиций в основной капитал малых предприятий осуществлялось по виду экономической деятельности «строительство», 13% - по виду экономической деятельности «операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг» и 11% – по виду «сельское хозяйство, лесное хозяйство и охота» (Таблица 29).

Таблица 29

Инвестиции в основной капитал малых организаций по видам экономической деятельности

Экономическая деятельность	Данные на конец года, млн. руб.	Данные на конец 2011 года, млн. руб.	Структура на конец 2011 года, %	Приведенное отличие показателя за 2011 год к 2010 году, %
Всего	930,2	1462,2	100,00%	57,19%
Сельское хозяйство, лесное хозяйство и охота	83,5	164,9	11,28%	97,49%
Добыча полезных ископаемых	76,3	1,3	0,09%	-98,30%
Обрабатывающие производства	11,8	25,3	1,73%	114,41%
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	156,3		0,00%	-100,00%
Строительство	189,3	863,8	59,08%	356,31%
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	118,5	119,7	8,19%	1,01%
Гостиницы и рестораны	3,8	2,2	0,15%	-42,11%
Транспорт и связь	72	73,3	5,01%	1,81%
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	157,6	197	13,47%	25,00%
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	1,8	1	0,07%	-44,44%
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	59,3	13,7	0,94%	-76,90%

Наибольший объем инвестиций в основной капитал привлекали малые предприятия Сыктывкара, на их долю приходится 73% общего объема инвестиций в основной капитал малых предприятий (Таблица 30).

Таблица 30

Инвестиции в основной капитал малых организаций по муниципальным образованиям

Республики Коми

Города и районы РК	Данные на конец 2010 года, млн. руб.	Данные на конец 2011 года, млн. руб.	Структура на конец 2011 года, %	Приведенное отличие показателя за 2011 год к 2010 году, %
Сыктывкар	476,2	1072,0	73,31%	125,12%
Воркута	15,2	6,8	0,47%	-55,26%
Вуктыл	0,3	1,3	0,09%	333,33%
Инта	2,4	26,2	1,79%	991,67%
Печора	6,1	12,6	0,86%	106,56%
Сосногорск	18,5	18,2	1,24%	-1,62%
Усинск	114,5	60,0	4,10%	-47,60%
Ухта	209,4	98,0	6,70%	-53,20%
Ижемский район	0,9	3,8	0,26%	322,22%
Княжпогостский район	1,5	3,5	0,24%	133,33%
Койгородский район	6,4	5,5	0,38%	-14,06%
Корткеросский район	23,7	43,0	2,94%	81,43%
Прилузский район	1,2	1,4	0,10%	16,67%
Сыктывдинский район	8,8	20,9	1,43%	137,50%
Сысольский район	28,8	71,8	4,91%	149,31%
Троицко-Печорский район	1,0	0,6	0,04%	-40,00%
Удорский район	1,6	4,5	0,31%	181,25%
Усть-Вымский район	0,9	0,0	0,00%	-100,00%
Усть-Куломский район	4,4	2,8	0,19%	-36,36%
Усть-Цилемский район	8,2	9,2	0,63%	12,20%
Республика Коми	930,2	1462,2	100,00%	57,19%

2.5.3 Микропредприятия.

Результаты деятельности микропредприятий предоставлены органами государственной статистики на основе распространения итогов выборочного федерального статистического наблюдения. Ввиду отсутствия в настоящее время окончательных итогов сплошного обследования субъектов малого и среднего предпринимательства за 2010 год данные по микропредприятиям за 2010 год, а также малым предприятиям (включая микро) за 2009-2011гг. будут опубликованы в материалах Комистата до конца 2012 года.

Органами статистики данные средней и среднесписочной численности работников, оборота и отгрузки продукции, инвестиций в основной капитал по микропредприятиям в разрезе муниципальных образований не опубликованы.

Количество микропредприятий в 2011 году по сравнению с предварительными итогами 2010 года увеличилось на 277 единиц или на 3%.

Количество замещенных рабочих мест на микропредприятиях, напротив, снизилось на 1,2 тыс. чел. или на 5%.

Выручка микропредприятий за 2011 год составила 37,6 млрд. руб., увеличившись по сравнению с 2010 годом на 10%.

Инвестиции в основной капитал микропредприятий в 2011 году составили 830 млн. руб., что почти в два раза меньше чем в 2010 году (Таблица 31).

Таблица 31

Отдельные показатели деятельности микропредприятий

Показатель	2010г. ¹⁾	2011г.
Количество предприятий, единиц	9852	10129
Количество замещенных рабочих мест ²⁾ , тысяч человек	24,8	23,6
Выручка от реализации продукции (работ, услуг), миллионов рублей	34217	37618
Инвестиции в основной капитал, миллионов рублей	1422	830

¹⁾ Предварительные итоги сплошного обследования субъектов малого и среднего предпринимательства за 2010 год.

²⁾ Включая внешних совместителей и работников по договорам гражданско-правового характера.

В среднем на одном микропредприятии в 2011 году работало 2 человека списочного состава, заработная плата на 1 сотрудника составляла 13 165 руб. Примерно половина работников списочного состава микропредприятий заняты в сфере торговли, ремонта, операций с недвижимостью и услуг. Наименьшее количество списочного состава работников занято в сфере образования – 34 чел. (Таблица 32).

Таблица 32

Среднесписочная численность и среднемесячная начисленная заработная плата работников списочного состава микропредприятий по видам экономической деятельности

Экономическая деятельность	Число предприятий, единиц	Среднесписочная численность, человек	Среднемесячная заработная плата, рублей
Всего	10129	19559	13165
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	357	279	16078
Рыболовство, рыбоводство	18	45	10835
Добыча полезных ископаемых	85	254	15041
Обрабатывающие производства	664	1994	9963
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	47	109	19889
Строительство	1293	2253	14438
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	3701	6057	10344
Гостиницы и рестораны	282	989	9002
Транспорт и связь	840	2270	14586
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	2284	4195	14030
Образование	37	34	21563

Экономическая деятельность	Число предприятий, единиц	Среднесписочная численность, человек	Среднемесячная заработная плата, рублей
Всего	10129	19559	13165
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	139	469	20383
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	265	472	12694

Уровень вторичной занятости с привлечением работников на договорных условиях или по совместительству на микропредприятиях составил 17% от числа замещенных рабочих мест на микропредприятиях, наиболее высокий показатель наблюдается в сфере торговли – 23% (Таблица 33).

Таблица 33

Средняя численность работников микропредприятий в 2011 году по видам экономической деятельности

Экономическая деятельность	Число замещенных мест, чел.	В том числе среднесписочная численность, чел.
Всего	23637	19559
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	311	279
Рыболовство, рыбоводство	53	45
Добыча полезных ископаемых	412	254
Обрабатывающие производства	2340	1994
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	150	109
Строительство	2563	2253
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	7828	6057
Гостиницы и рестораны	1056	989
Транспорт и связь	2551	2270
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	4875	4195
Образование	116	34
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	718	469
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	496	472

Оборот микропредприятий в 2011 году на 48% состоял из отгруженной продукции, работ, услуг собственного производства и составил 37,7 млрд. руб. По видам экономической деятельности наибольшими оборотами обладают микропредприятия в сфере торговли и ремонта (50% от оборота микропредприятий республики), наименьшими – в сфере образования (0,08%) (Таблица 34).

Таблица 34

Оборот микропредприятий в 2011 году по видам экономической деятельности

Экономическая деятельность	Оборот организаций, млн. рублей	в т.ч. отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами
Всего	37720,4	18217,5
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	380,4	374,2
Рыболовство, рыбоводство	45,4	45,4
Добыча полезных ископаемых	457,8	450,6
Обрабатывающие производства	1979,0	1785,2
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	387,5	102,1
Строительство	4347,5	4179,0
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	18948,5	778,1
Гостиницы и рестораны	901,0	788,6
Транспорт и связь	3477,3	3379,0
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	5719,4	5308,4
Образование	31,9	31,9
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	414,6	410,2
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	592,2	547,0

Инвестиции в основной капитал микропредприятий в 2011 году составили 829,6 млн. руб. 66% инвестиций в основной капитал микропредприятий осуществлялось по виду экономической деятельности «транспорт и связь», 16% - по виду экономической деятельности «обрабатывающие производства» и 8% – по виду «операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг». Доля остальных составила 10% (Таблица 35).

Таблица 35

Инвестиции в основной капитал микропредприятий в 2011 году по видам экономической деятельности

Экономическая деятельность	Миллионов рублей	В % к итогу
Всего	829,6	100
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	16,0	1,9
Добыча полезных ископаемых	32,2	3,9
Обрабатывающие производства	131,1	15,8
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	5,7	0,7
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	32,9	4,0
Транспорт и связь	545,5	65,8
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	63,4	7,6
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	2,5	0,3

2.5.4 Индивидуальные предприниматели.

Количество индивидуальных предпринимателей на конец 2011 года составило 25,2 тыс. чел., увеличившись по сравнению с 2010 годом на 1,2 тыс. чел., или на 5% (Таблица 36).

Таблица 36

Количество индивидуальных предпринимателей по видам экономической деятельности

Экономическая деятельность	Данные на конец года, чел.	на 2010	Данные на конец года, чел.	на 2011	Структура на конец года, %	на 2011	Приведенное отличие показателя за 2011 год к 2010 году, %
Всего	23963		25200		100,00%		5,16%
Сельское хозяйство и лесное хозяйство	1014		1053		4,18%		3,85%
Рыболовство, рыбоводство	75		61		0,24%		-18,67%
Добыча полезных ископаемых	3		2		0,01%		-33,33%
Обрабатывающие производства	1301		1343		5,33%		3,23%
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	14		14		0,06%		0,00%
Строительство	962		1094		4,34%		13,72%
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	11876		11627		46,14%		-2,10%
Гостиницы и рестораны	311		332		1,32%		6,75%
Транспорт и связь	3219		4163		16,52%		29,33%
Финансовая деятельность	127		139		0,55%		9,45%
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	2671		2812		11,16%		5,28%
Образование	155		197		0,78%		27,10%
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	207		199		0,79%		-3,86%
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	1998		2139		8,49%		7,06%

По итогам 2011 года индивидуальные предприниматели в количественном составе наиболее представлены по виду экономической деятельности «оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования». Они составляют 11,6 тыс. чел. или 46% всех предпринимателей республики, их количество по сравнению с 2010 годом снизилось на 2%.

Наибольший рост количества индивидуальных предпринимателей наблюдается в сфере транспорта и связи – на 29% по сравнению с 2010 годом. По итогам 2011 года их количество достигло 4,1 тыс. чел., доля в общереспубликанском показателе составила 17%.

Снижение количества индивидуальных предпринимателей наблюдается по следующим видам экономической деятельности: «рыболовство, рыбоводство» – на 14 чел. или на 19%, «добыча полезных ископаемых» – на 1 чел. или на 1/3, «здравоохранение и предоставление социальных услуг» – на 8 человек или на 4%.

В разрезе муниципальных образований 80% индивидуальных предпринимателей сосредоточено в городах республики и 20% в районах (Таблица 37).

Таблица 37

**Количество индивидуальных предпринимателей по муниципальным образованиям
Республики Коми**

Города и районы РК	Данные на конец 2010 года, единиц	Данные на конец 2011 года, единиц	Структура на конец 2011 года, %	Приведенное отличие показателя за 2011 год к 2010 году, %
Сыктывкар	6785	7140	28,33%	5,23%
Воркута	2077	2367	9,39%	13,96%
Вуктыл	271	287	1,14%	5,90%
Инта	808	846	3,36%	4,70%
Печора	1844	1985	7,88%	7,65%
Сосногорск	1129	1143	4,54%	1,24%
Усинск	2097	2164	8,59%	3,20%
Ухта	4243	4238	16,82%	-0,12%
Ижемский район	333	331	1,31%	-0,60%
Княжпогостский район	489	503	2,00%	2,86%
Койгородский район	161	187	0,74%	16,15%
Корткеросский район	412	447	1,77%	8,50%
Прилузский район	432	444	1,76%	2,78%
Сыктывдинский район	447	513	2,04%	14,77%
Сысольский район	295	301	1,19%	2,03%
Троицко-Печорский район	381	385	1,53%	1,05%
Удорский район	327	363	1,44%	11,01%
Усть-Вымский район	566	569	2,26%	0,53%
Усть-Куломский район	446	501	1,99%	12,33%
Усть-Цилемский район	420	486	1,93%	15,71%
Республика Коми	23963	25200	100,00%	5,16%

Органами статистики данные по численности занятых в сфере индивидуальной предпринимательской деятельности по результатам выборочного обследования индивидуальных предпринимателей за предшествующий отчетному год и по объему выручки от реализации товаров, продукции, работ, услуг индивидуальных предпринимателей по результатам выборочного обследования индивидуальных предпринимателей за предшествующий отчетному год не опубликованы.

В 2011г. в Республике Коми доля субъектов малого бизнеса в обороте розничной торговли составила 79% или 110,4 млрд. рублей¹⁾.

¹⁾ **Оперативные данные.**

В общем объеме платных услуг, оказанных населению, на субъекты малого предпринимательства приходилось 33% или 12,3 млрд. рублей. (Таблица 38).

Таблица 38

Объем платных услуг населению, оказанных субъектами малого предпринимательства по видам услуг в 2011 г.

Услуги	Объем платных услуг в 2011 г., млн. руб.	Изменени е объема платных услуг в % к 2010 г.	Доля субъектов малого предпринимательства в % к общереспубликанскому показателю в 2011 году	Разница показателей доли субъектов малого предпринимательства за 2010 и 2011 годы, + Рост, - Снижение
Платные услуги всего, в том числе:	12283,5	7,3	33	0,0
Бытовые услуги всего, из них:	3125,2	0,7	94	1,0
Ремонт, окраска и пошив обуви	100,9	-7,7	99,7	0,3
Ремонт и пошив швейных, меховых и кожаных изделий, головных уборов и изделий текстильной галантереи, ремонт, пошив и вязание трикотажных изделий	86,9	1,5	81	-2,0
Ремонт и техническое обслуживание бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и приборов, ремонт и изготовление	98,2	17,3	97	4,0
Техническое обслуживание и ремонт транспортных средств, машин и оборудования	1021,8	1,7	96	-1,0
Изготовление и ремонт мебели	186,8	4,4	99,9	0,0
Ремонт и строительство жилья и других построек	776,4	-7,6	98	8,0
Услуги фотоателье, фото- и кинолабораторий	66,1	-1,3	100	0,0
Услуги бань и душевых	34,4	17,8	40	3,0
Услуги парикмахерских	415	6,2	99,1	0,1
Услуги по прокату	35,5	6,0	89	-3,0
Ритуальные услуги	146,2	9,3	78	1,0
Прочие виды бытовых услуг	128,2	8,2	95	-1,0
Транспортные услуги	1590,5	6,8	24	-2,0
Услуги связи	356,5	6,5	5	-1,0
Жилищные услуги	1375,6	7,7	39	1,0
Коммунальные услуги	2206,9		23	23,0
Услуги учреждений культуры	135	9,6	47	-1,0
Туристские услуги	1033,5	23,4	99,5	0,5
Услуги гостиниц	244	15,3	41	4,0
Услуги физкультуры и спорта	127	4,2	50	-5,0
Медицинские услуги	1160	12,5	50	2,0
Услуги правового характера	50,7	53,6	19	-2,0
Услуги системы образования	222,5	-8,8	12	-3,0
Прочие услуги	614,5	-5,4	69	-5,0

Субъектами малого предпринимательства оказываются практически в полном объеме такие услуги, как: ремонт и пошив обуви, изготовление и ремонт мебели, услуги в области кино и фотосъемок, услуги парикмахерских, туристические услуги.

В денежном выражении наибольшей объем платных услуг субъектов малого предпринимательства оказывался в сфере коммунальных услуг – в объеме 2,2 млрд. руб., наименьший в сфере услуг бань и душевых - в объеме 34,4 млн. руб.

Сельскохозяйственные потребительские кооперативы

В Республике Коми действует 16 кооперативов, в том числе 10 сельскохозяйственных, 2 кредитных и 4 снабженческо-сбытовых. Численность членов данных кооперативов составляет 399 единиц. Преимущественно это граждане, ведущие личное подсобное хозяйство – 385 человек. Сельскохозяйственные потребительские кооперативы в 2011 году имели основные средства на сумму 3045,1 тыс. рублей. Ими отгружено продукции собственного производства на 61,1 млн. рублей. Обеспечение деятельности сельскохозяйственных потребительских кооперативов потребовало в 2011 году 5,0 млн. руб. внешних заимствований.

Крестьянские (фермерские) хозяйства

Количество крестьянских (фермерских) хозяйств (далее КФХ) за 2011 год увеличилось на 14%. На конец 2011 г. в республике действовало 500 КФХ, ими произведено 4,6% продукции сельского хозяйства (411,5 млн. руб.), что на 112% больше аналогичного показателя за 2010 год. Доля продукции животноводства и растениеводства КФХ в общем объеме производства продукции сельского хозяйства КФХ составляет 6,2% и 2,0% соответственно.

В 2011 году посевная площадь обрабатываемых КФХ земель составляла 2425 гектаров, что на 3,7% меньше чем в 2010 году.

По сравнению с предыдущим годом отмечено увеличение поголовья крупного рогатого скота в КФХ с 4096 голов до 5052 голов, увеличилось производство картофеля с 1326 тонн до 2446 тонн, овощей с 91 тонны до 361 тонн, мяса – с 707 тонн до 939 тонн в живом весе, молока – с 4241 тонны до 5186 тонн, яиц с 152 тыс. шт. до 375 тыс. шт.

2.5.5 Меры государственной поддержки малого и среднего предпринимательства на территории Республики Коми.

В 2011 году в рамках долгосрочной республиканской целевой программы «Развитие и поддержка малого и среднего предпринимательства в Республике Коми (2010 – 2011 годы)» (далее – Программа) реализованы мероприятия в сфере финансовой, кадровой, информационной, консультационной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, имущественной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства и организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, поддержки организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства и поддержки муниципальных (межмуниципальных) программ развития малого и среднего предпринимательства.

На финансирование мероприятий Программы было направлено 119,4 млн. рублей в 2011 году, из них 65,8 млн. рублей за счет средств республиканского бюджета Республики Коми и 53,6 млн. рублей за счет средств субсидий из федерального бюджета, предоставленных Республике

Коми по результатам участия в конкурсном отборе субъектов Российской Федерации на государственную поддержку малого предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства.

Финансовая поддержка

По итогам на 01.01.2012 года государственная финансовая поддержка оказана на сумму 65,0 млн. руб., в том числе 45,1 млн. руб. за счет средств республиканского бюджета Республики Коми и 19,9 млн. рублей - из средств федерального бюджета.

Финансовую поддержку получили 234 субъекта малого и среднего предпринимательства, в том числе по направлениям:

субсидирование части затрат на уплату лизинговых платежей по договорам финансовой аренды (лизинга) – 134 субъекта, в объеме 38 628,0 тыс. руб.;

субсидирование части затрат на уплату процентов по кредитам, привлеченным для реализации инвестиционных проектов – 21 субъект, в объеме 12 436,0 тыс. руб.;

субсидирование затрат на разработку бизнес-планов – 24 субъекта, в объеме 466,7 тыс. руб.;

субсидирование части затрат субъектов малого и среднего предпринимательства, производящих товары (работы, услуги), предназначенные для экспорта – 6 субъектов, в объеме 646,8 тыс. руб.;

субсидирование части расходов, понесенных субъектами малого и среднего предпринимательства на технологическое присоединение энергопринимающих устройств к электрическим сетям (до 500 кВт) – 7 субъектов, в объеме 1 102,2 тыс. руб.;

субсидирование части расходов, понесенных субъектами малого и среднего предпринимательства по участию в межрегиональных и общероссийских выставочно-ярмарочных мероприятиях и конкурсах профессионального мастерства (включая тренировочные туры) – 5 субъектов, в объеме 198,7 тыс. руб.;

субсидирование части расходов субъектов малого предпринимательства, связанных с началом предпринимательской деятельности (гранты) – 37 субъектов, в объеме 9 722,9 тыс. руб.

В 2011 году начал выдачу гарантий (поручительств) ОАО «Гарантийный фонд Республики Коми». По итогам года было выдано 24 гарантии (поручительства) на общую сумму 54,8 млн. рублей.

Кадровая поддержка

На реализацию мероприятий по оказанию кадровой поддержки 480 субъектам малого и среднего предпринимательства и гражданам, желающим организовать собственное дело, в 2011 году выделены средства в общем объеме 2662,5 тыс. рублей, в том числе:

- за счет средств республиканского бюджета Республики Коми – 1272,5 тыс. рублей;
- за счет субсидии из федерального бюджета – 1390,0 тыс. рублей.

Проведено 3 мастер-класса :«Современные технологии изготовления изделий народных промыслов и ремёсел из бересты», Мастер-класс по парикмахерскому искусству, Мастер-класс по традиционному узорному вязанию. Общее количество участников мастер-классов составило 139 субъектов малого и среднего предпринимательства.

Проведено 16 обучающих семинаров ГУП Республики Коми «Бизнес-инкубатор», в том числе:

- 6 семинаров по 72-часовой образовательной программе «Основы предпринимательской деятельности»;

- 7 семинаров по 110-часовой образовательной программе «Менеджмент в малом и среднем бизнесе»;

- 2 семинара по 50-часовой образовательной программе «Возможности участия субъектов малого предпринимательства в системе государственного, муниципального заказа и в торгах корпоративных участников»;

- 1 семинар по 50-часовой образовательной программе «Технологии продвижения инноваций в малом и среднем бизнесе (опыт Финляндии)».

Общее количество участников семинаров составило 337 субъектов малого предпринимательства и граждан, желающих организовать собственное дело.

Информационная поддержка

В рамках Программы велось информационное сопровождение и обеспечение функционирования в сети «Интернет» специализированного интернет-портала малого бизнеса – www.mbrk.ru. В 2011 году создана новая редакция сайта специализированного интернет-портала малого и среднего бизнеса – www.mbrk.ru.

По итогам 2011 г. было зафиксировано 37952 посетителя и 57471 просмотров материалов сайта. Среднесуточная посещаемость сайта за 2011 год – 115 посетителей.

Состоялось 18 выпусков телепередач «Такой большой малый бизнес» на Коми республиканском телевизионном канале («Юрган») и 9 выпусков материалов в республиканских печатных средствах массовой информации по тематике малого и среднего предпринимательства.

В течение 2011 года Минэкономразвития Республики Коми совместно с администрациями муниципальных образований проведено 34 семинара по вопросам поддержки малого и среднего предпринимательства с представителями предпринимательских сообществ и органов местного самоуправления МО МР «Сосногорск», МО ГО «Сыктывкар», МО МР «Сыктывдинский», МО МР «Усть-Вымский», МО ГО «Инта», МО ГО «Воркута», МО МР «Койгородский», МО МР «Корткеросский», МО МР «Княжпогостский», МО МР «Усть-Куломский», МО МР «Ижемский», МО МР «Сосногорск». Общее количество участников составило 983 чел.

Имущественная поддержка

В порядке имущественной поддержки в 2011 году по итогам конкурсного отбора бизнес-планов проектов 8 субъектов малого предпринимательства получили право на использование офисных и производственных площадей государственного унитарного предприятия Республики Коми «Республиканское предприятие «Бизнес-инкубатор» на условиях льготной арендной платы.

Объем финансирования Программы «Развитие и поддержка малого и среднего предпринимательства в Республике Коми (2010-2011 годы)» в 2011 году составил 119,4 миллиона рублей, в том числе: 65,8 миллионов рублей за счет средств республиканского бюджета Республики Коми и 53,6 миллионов рублей за счет средств федеральной субсидии.

По итогам года средства республиканского бюджета, предусмотренные на реализацию программных мероприятий в 2011 году, были освоены в объеме 65,4 млн. руб., что составило 99,3% от планового показателя.

Освоение средств федеральной субсидии составило 52,2 млн. руб. или 97,5% от привлеченных средств.

2.6 Проблемы и перспективы развития малого и среднего бизнеса в Республике Коми.

Согласно рейтингу, построенному Национальным институтом системных исследований проблем предпринимательства по итогам 2009 года, Республика Коми занимает 22 место среди 83 субъектов Российской Федерации по уровню развития малого и среднего предпринимательства.

Малое и среднее предпринимательство, как наиболее гибкий сегмент экономики, обеспечивает [4]:

- высокую диверсификацию продукции (работ, услуг);
- развитие нематериального производства, применяющего «креативный капитал»;
- сокращение использования материальных ресурсов за счет технологического развития и модернизации производства;
- высокую эффективность капиталовложений;
- генерацию новых рабочих мест и самозанятость населения.

Увеличение численности экономически активных, способных обеспечить себя граждан содействует становлению гражданского самосознания населения, повышает уровень социального партнерства в обществе, увеличивает уровень благосостояния населения, снижает нагрузку на бюджеты бюджетной системы Российской Федерации, связанную с необходимостью социальной поддержки безработных и незанятых граждан, и тем самым позволяет государству увеличить уровень вложений в развитие общества.

Основными проблемами в развитии малого и среднего предпринимательства Республики Коми являются следующие факторы [4]:

1. Для республики характерна большая протяженность территории, часть которой расположена в условия Крайнего Севера, с низким уровнем развития транспортной инфраструктуры и плотности населения, что во многом сдерживает развитие малого и среднего предпринимательства, особенно в труднодоступных и отдаленных населенных пунктах и северных районах республики.

2. Слабая ресурсная база (техническая, производственная, финансовая) субъектов малого и среднего предпринимательства не позволяет интенсивно наращивать объемы конкурентно способной продукции (работ, услуг).

3. Стадию развития инфраструктуры стимулирования и поддержки малого и среднего предпринимательства в Республике Коми можно охарактеризовать как формирующуюся, находящуюся в стадии становления. При этом уровень развития муниципальной инфраструктуры практически является "нулевым".

4. Отсутствует целостная благоприятная среда для становления предпринимательства, предусматривающая соблюдение комплексных условий становления и развития бизнеса на протяжении определенного временного периода.

Указанные проблемы в своей совокупности формируют в свою очередь конкретные причины, сдерживающие развитие малого и среднего предпринимательства в Республике Коми:

- недостаточность собственных средств для развития и высокая стоимость заемных средств;
- высокая затратность осуществления деятельности в условиях Крайнего Севера и приравненных к ним местностям, в том числе высокий уровень цен (тарифов) на сырье (работы, услуги), топливо и энергию;
- недостаток квалифицированных кадров;
- высокий уровень влияния монопольных организаций на деятельность субъектов малого и среднего предпринимательства;
- ограниченность спроса на товары (работы, услуги) за счет низкой плотности населения и конкурентных предложений от предпринимателей из других регионов.

При этом наиболее серьезной проблемой является отсутствие собственных средств для развития, вызванная недоступность для большинства предприятий малого среднего бизнеса банковских кредитов.

Основными препятствиями на пути получения бизнесом заемных средств являются:

- 1) Отсутствия обеспечения;
- 2) Непрозрачность бизнеса;

3) Сложная и длительная процедура получения заемных средств.

Самой главной проблемой получения кредита для малого бизнеса является отсутствие твердых залогов. У тех предпринимателей, которые только начинают плавание в море бизнеса, нет ни коммерческой недвижимости, ни оборудования, ни дорогостоящих автомобилей. Поэтому получить кредит на приемлемых условиях у них не получается. Малый бизнес, который занимается производством какой-либо продукции или торговлей различными видами товара, могут в качестве обеспечения по кредиту предложить товары в обороте. Но и в этом случае есть ряд ограничений на данный вид залога, прежде всего ограничение по ликвидности товара. Так, например, если предприниматель занимается торговлей обувью, то шансы, что банк примет такой залог, минимальны, либо предложит совершенно не выгодные условия кредитования. Наоборот, если предприниматель торгует табачными и алкогольными изделиями, то банки более охотно выдают кредиты под такой залог, однако условия кредита намного хуже, чем, если бы в обеспечении кредита находилось недвижимое имущество или транспортные средства.

Многие предприниматели являются владельцами достаточно дорогих легковых автомобилей или обычных грузовых машин (специфика деятельности предприятия), поэтому предоставляя в залог транспортное средство, предприниматель может рассчитывать на хорошие условия кредитования, в том числе на длительный срок кредита. Но и здесь есть одна загвоздка, которая в большинстве случаев отбивает желание бизнесменов брать кредиты под залог транспортного средства - это обязательное страхование АВТОКАСКО транспортного средства, передаваемого в залог. У большинства страховых компаний стоимость страхования КАСКО оставляет от 5% от рыночной стоимости и выше, учитывая, что банк дисконтирует стоимость транспортного средства до суммы кредита, то к ставке кредита годовых еще надо прибавить как минимум 5% за ежегодное страхование автомобиля на полную залоговую стоимость. В некоторых случаях стоимость страхования составляет до 30% от полной стоимости кредита. Поэтому, если бизнесмен сам не страхует свой автомобиль АВТОКАСКО, то кредитование под залог транспортного средства становится не выгодным для него, так как расходы по обслуживанию кредита значительно снижают прибыль малого предприятия.

Другое дело кредитование под недвижимость, банки охотно дают такие кредиты, так как риски при данной залоге минимальны, прежде всего, риск утраты или порчи залога. Условия кредита под залог недвижимости самые лучшие, сроки длинные, ставки низкие. Хотя есть ряд особенностей, которые необходимо учитывать бизнесменам. Прежде всего, обязательная государственная регистрация договора ипотеки в Управлении Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии, срок регистрации договора ипотеки составляет 10 рабочих дней, или около 14 календарных дней, таким образом получить денежные средства, заемщик может только через две недели после подписания договоров.

Однако у большинства предпринимателей нет в собственности объектов нежилой недвижимости и свою деятельность они осуществляют на арендуемых площадях, поэтому им нечего предложить в обеспечение кредита. Конечно, предприятия могут получить кредит в банках, где ссуды выдаются очень быстро и без обеспечения, но ставки по таким ссудам значительно выше рентабельности бизнеса. И, в конечном счете, бизнесмены вынуждены идти на худшие условия кредитования, так как не имеют хороших залогов.

Следующая проблема малого и среднего бизнеса – это непрозрачность деятельности.

Банки и другие кредитные организации оценивают деятельность компаний только по официальной отчетности малого и среднего бизнеса, в которой зачастую отражены далеко не все результаты деятельности предприятий. Вместе с тем сегодня все большее количество кредитных организаций применяет методику оценки бизнеса ЕБРР (Европейский Банк реконструкции и развития), в рамках которой возможно осуществление финансового анализа управленческой отчетности предприятия для оценки бизнеса. Однако при применении данной методики оценки бизнеса также возникают определенные проблемы, например, низкий уровень организации бухгалтерского учета на малых и средних предприятиях. Как правило, малые и средние предприятия, случайно или целенаправленно совершая ошибки при ведении бухгалтерской отчетности, занижают финансовые показатели деятельности компании, основными из которых являются уровень полученных доходов и объем прибыли.

И все-таки, проблема непрозрачности отечественного бизнеса заключается не столько в подаче недостоверной финансовой отчетности, сколько в осуществлении в значительных объемах наличных расчетов между малыми и средними предприятиями. В данном случае организации, кредитуемые подобными компаниями, не в состоянии спрогнозировать или проконтролировать пути погашения кредитов или займов потенциального заемщика. В такой ситуации для банка возникает высокий уровень риска не возврата денежных средств заемщиком и невозможности осуществления принудительного взыскания долга ввиду отсутствия у заемщика необходимых средств. Более того, банк не может взыскать сумму долга с расчетного счета заемщика, поскольку последний, работая за наличный расчет, практически не осуществляет платежи через расчетные счета. Поэтому, во многих банках существует негласный запрет на финансирование предприятий малого и среднего бизнеса, в которых доля годового безналичного оборота превышает запрашиваемую сумму кредита. [32]

Одним из главных преимуществ наличного расчета для предприятий малого и среднего бизнеса является то, что поставщик получает оплату за отгруженный товар сразу после осуществления поставки, в то время, как при безналичном расчете покупатели, зачастую задерживают платежи. Такое же преимущество получают крупные федеральные поставщики при отгрузке товара региональным оптовым компаниям. Региональные поставщики, как правило,

оплачивают товар наличными денежными средствами. Также в данном случае немаловажную роль играет психологический аспект наличного оборота – по мнению бизнесменов, оплата наличными денежными средствами гарантирует сам факт оплаты, в то время как оплата путем перевода денежных средств с одного расчетного счета на другой, как правило, не вызывает доверия местных предпринимателей. Тем более в бизнес-практике нередки случаи неоплаты покупателем отгруженного товара. Также, операции по наличному расчету упрощаются отсутствием официального договора между поставщиком и покупателем.

Одной из основных причин широкой популярности операций по наличному расчету среди предприятий малого и среднего бизнеса является стремление предпринимателей уйти от уплаты налогов в больших размерах.

«Не до жиру – быть бы живу» – так малый и средний бизнес рассуждает в России уже давно, и не беспочвенно, поскольку фискальная нагрузка на бизнес в России сегодня крайне высока. Высокая налоговая нагрузка российских предприятий сегодня приводит не только к тому, что предприниматели декларируют не все получаемые ими доходы, но и к возврату к выплате зарплаты в «конвертах», что снижает уровень поступлений налоговых отчислений в бюджет и внебюджетные фонды. [32]

Наконец, третья основная проблема доступа малого и среднего бизнеса к заемным средствам – это сложность и длительность процедуры рассмотрения кредитных заявок.

Другая проблема при кредитовании малого бизнеса – это сложные и длительные процедуры рассмотрения кредитных заявок банками.

Сама процедура состоит из нескольких этапов:

- Предварительное рассмотрение кредитной заявки:
- Сбор полного комплекта документов:
- Рассмотрение заявки на кредитном комитете банка и принятие решение относительно кредитной заявки.

На первом этапе бизнесмен должен заполнить анкету банка, в которой отражаются основные характеристики бизнеса, в том числе юридические, финансовые, хозяйственные и другие. В заявке указывается сумма, срок, цель кредитования, также в дополнение к кредитной заявке потенциальный заемщик обычно должен приложить свою финансовую отчетность. Проведя экспресс – анализ заявки сотрудника банка уже могут сказать может ли малое предприятие рассчитывать на получение кредита и на каких условиях. Данная процедура очень важна, с точки зрения периода рассмотрения кредитной заявки, так как не всегда требуется полный комплект документов для того, чтобы увидеть реально ли подходит заявка предпринимателя под кредитные программы того или иного банка. Большинство отказов происходит именно на данном этапе рассмотрения кредитных заявок, потому что запрашиваемый кредит не подходит под требования

кредитных программ банка. Например, зачастую, кредит не может быть выдан не по причинам отсутствия залога или плохого финансового состояния заемщика, а из-за плохой кредитной истории, наличие судебных разбирательств, судимостей владельцев бизнеса.

На данном этапе малый бизнес сталкивается с проблемой заполнения кредитной заявки, которая, у разных банках, имеет совершенно разный вид, и в некоторых случаях заполнение заявки является большой головной болью. Здесь важно помощь сотрудников кредитных подразделений, работающих по направлению малого и среднего бизнеса, чтобы бизнесмен смог в полном объеме отразить всю информацию, запрашиваемую в кредитной заявке, что соответственно повлияет на решение сотрудников кредитного отдела о дальнейшей работе с потенциальным заемщиком.

Следующий этап и самый сложный – это сбор полного комплекта документов, который включает в себя уставные документы, финансовые данные, и документы по залого. В своем большинстве малый бизнес применяет упрощенную систему налогообложения и систему налогообложение в виде единого налога на вмененный доход. Банки при анализе финансового состояния используют только финансовую отчетность, сдаваемую в налоговую службу. При применении упрощенной системы налогообложения предприниматель обязан вести книгу доход и расходов, где отражаются все хозяйственные операции по приходу и выбытию денежных средств. Если применяется упрощенная система налогообложения «доходы», то отражаются операции по приходу денежных средств. Вроде бы все прозрачно и есть возможность реальная возможность оценить доходность бизнеса, однако многие предприниматели отражают не все хозяйственные операции, тем самым сильно занижая налоговую базу. Тем самым документально не все доходы предприниматель может подтвердить и соответственно рассчитывать на необходимую сумму кредита.

Если же малый бизнес применяет ЕНВД, то в качестве налоговой базы используется доходность того или иного актива, принятого в качестве показателя расчета налоговой базы. Соответственно, реальные доходы предпринимателя значительно выше, чем это указано в декларации. Однако у тех предпринимателей, кто работал в розничной сфере то недавнего времени была возможность подтвердить свои доходы с помощью кассовой книги, которая также сдавалась в налоговую службу. Но на сегодня такая обязанность не существует, предприниматели в сфере розничной торговли и сферы услуг могут не вести кассовые книги, и как только такое разрешение было получено, весь розничный бизнес быстро избавился от введения кассовой книги и от самих кассовых аппаратов. Проблема бухгалтерского учета является основным препятствием для доступа малого и среднего бизнеса к заемным средствам кредитных организаций. Отсутствие в штате малых предприятий бухгалтера или же привлечение сторонних организаций лишь для составления налоговых деклараций приводит к незнанию самих владельцев бизнеса о финансовом состоянии своего бизнеса. Когда такие предприниматели обращаются за кредитом, то некоторые не могут

даже назвать, какую выручку они получают, конечно, такие вот бизнесмены не производят положительного впечатления на сотрудников кредитных подразделений.

При отсутствии залога, и при наличии хорошего финансового состояния, малый бизнес может получить доверительные кредиты без предоставления твердых залогов либо такую услугу, как овердрафт по расчетному счету, если все свои расчеты он проводит через расчетный счет банка. Также возможны и альтернативные источники финансирования без предоставления твердого залога, например, факторинг. Если малое предприятия имеет договора поставки с отсрочкой платежа, и дебиторы расплачиваются с ним в установленный срок отсрочки платежа, то дебиторская задолженность может быть уступлена фактор-фирме по факторинговой схеме. Для малых предприятий, работающих на арендованных помещениях и продающих свою продукцию юридическим лицам или предпринимателям факторинг может стать единственным источником финансирования оборотного капитала. Однако факторинг требует от предпринимателей чтобы расчеты между поставщиком и дебитором осуществлялись только в безналичной форме. Соответственно, данный аспект может подстегнуть малый бизнес показывать все свои доходы.

С другой стороны самим кредитным организациям необходимо менять подходы к кредитованию малого бизнеса, прежде всего, упрощать процесс рассмотрения заявок, уменьшить количество запрашиваемых документов. Так для принятия решение о кредитовании от предпринимателей фактически необходимо только финансовые данные и при наличии залога документы, подтверждающие право собственности на залог. В европейских банках от заемщиков для принятия решения о кредитовании требуется небольшой пакет документов, а остальные заемщик доносит уже после принятия решения о кредитовании, но до заключения кредитного договора. Процесс рассмотрения заявки занимает не более пяти рабочих дней со дня обращения клиента за кредитом, при условии наличия хорошего бухгалтерского учета у малого бизнеса. Поэтому проблема кредитования малого бизнеса в Европе не стоит так остро как в России.

Любая кредитная организация может иметь большое количество разработанных программ кредитования малого бизнеса, однако если не будут четко отлажены процесс рассмотрения кредитных заявок, упрощен процесс принятия решений, то проблема кредитования малого бизнеса так и не будет решен. Требуется, чтобы обе стороны шли на встречу друг другу, малый бизнес становился более прозрачным, а банки снижали свои требования к нему. Тогда процесс кредитования станет взаимовыгодным и для малого бизнеса и для кредитных организаций. [32]

Стратегической целью развития малого и среднего предпринимательства в Республике Коми является увеличение вклада малого и среднего предпринимательства в экономику республики в целом с одновременными структурными изменениями в сфере малого и среднего предпринимательства в пользу производственного и инновационного сектора [4].

2.7 Эффективность взаимоотношений бизнеса и власти как фактор обеспечения конкурентоспособности малых и средних предприятий

В соответствии с Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года государственная региональная политика должна быть направлена на обеспечение сбалансированного социально-экономического развития, сокращение уровня межрегиональной дифференциации и повышение качества жизни населения на основе повышения конкурентоспособности и комплексного развития экономики. Сбалансированность должна быть достигнута преимущественно за счет реализации следующих направлений региональной политики: создания новых центров экономического роста на основе конкурентных преимуществ; координации инфраструктурных инвестиций государства и бизнеса с учетом приоритетов и ограничений развития региона; развития человеческого потенциала и сокращения дифференциации в уровне и качестве жизни населения.

Данная концепция основана на инновационном сценарии развития страны и регионов, в основе которого лежат два фундаментальных направления – развитие высокотехнологических сфер производства и повышение эффективности использования человеческого потенциала. Инновационный сценарий позволит Российской Федерации выйти на уровень развитых стран мира, осуществив тем самым системную модернизацию экономики.

Современная региональная политика должна обеспечивать стимулирование экономического роста всех регионов России, особенно проблемных, опираясь в первую очередь на развитие их производственной базы. Развитие производства региона на основе максимально эффективного использования имеющегося потенциала должно быть одной из главных задач каждого региона.

Имеющийся ресурсный потенциал Республики Коми позволяет ей развиваться устойчиво и наращивать производственный потенциал для обеспечения роста благосостояния жителей Республики Коми. Регион обладает большим разнообразием природных ресурсов. Объем запасов и добычи полезных ископаемых в республике характеризуют ее как основную топливную базу Европейского Севера России. РК является одним из ведущих лесопромышленных регионов России. Однако в регионе слабо развита перерабатывающая промышленность, машиностроение и металлообработка. Производство товаров широкого потребления в номенклатуре выпускаемой продукции практически полностью отсутствует. Отставание в освоении и внедрении передовых промышленных технологий, нехватка инвестиционных ресурсов для развития производственной деятельности, недостаточное развитие сети малых и средних промышленных предприятий, системы оптовой торговли промышленной продукции, недостаточный уровень руководящего состава ряда предприятий и низкий уровень бизнес - планирования продолжают оставаться слабым местом промышленности республики.

Таким образом, сложившаяся структура экономики Республики Коми не отвечает современным требованиям, хотя и обладает значительным ресурсным потенциалом, поскольку в ней преобладают отрасли добывающей промышленности, первичной переработки и обработки при низком уровне развития конечных производств, особенно высокотехнологичных и наукоемких. Данный факт не дает возможности развиваться региону по инновационному сценарию развития, а следовательно, обеспечить сбалансированное социально-экономическое развитие экономики республики, повысить ее конкурентоспособность и в конечном итоге обеспечить высокий уровень благосостояния жителей республики.

В этой связи для достижения сбалансированного социально-экономического развития и перехода на инновационный сценарий развития Республики Коми необходимо разработать механизмы, обеспечивающие конкурентоспособность малого и среднего бизнеса.

Концепцией развития малого и среднего предпринимательства в Республике Коми на период до 2020 года, одобренной распоряжением Правительства Республики Коми от 16 февраля 2011 г. N 34-р, определены стратегические цели и основные задачи в сфере развития малого и среднего предпринимательства в Республике Коми. Необходимым фактором для реализации поставленных целей и задач является создание благоприятных условий для ускоренного развития и роста конкурентоспособности малого и среднего предпринимательства.

Развитие малого предпринимательства в индустриально развитых странах стало мощным рычагом решения комплекса политических, финансово-экономических и социальных проблем, что проявилось в формировании прогрессивной структуры экономики и конкурентной среды; расширении налогооблагаемой базы для бюджетов всех уровней; увеличении валового внутреннего продукта; снижении уровня безработицы и обеспечении занятости населения путем создания новых предприятий и рабочих мест; уменьшении размера социальных трансфертов, насыщении рынка разнообразными товарами и услугами [12, с. 277]. Поэтому поддержка и развитие субъектов малого и среднего предпринимательства являются важнейшими элементами обеспечения конкурентоспособности национальной экономики.

Мировая практика доказала, что малый бизнес играет важную роль в экономике, а его государственная поддержка приносит социальный, экономический и бюджетный эффект. В странах Западной Европы, США, Японии малые предприятия обеспечивают 2/3 прироста новых рабочих мест; в странах Евросоюза доля малого и среднего бизнеса в ВВП превышает 67%. Данные о вкладе малых и средних предприятий в экономику передовых промышленных стран представлены в табл. 39.

Таблица 39

Показатели, характеризующие состояние малого и среднего предпринимательства

Страна	Количество	Количество	Численность	Доля	Доля малых и
--------	------------	------------	-------------	------	--------------

	малых и средних предприятий, тыс. ед.	малых и средних предприятий на 1000 жителей, ед.	занятых в малых и средних предприятиях, млн чел.	работающих на малых и средних предприятиях в общей численности работающих, %	средних предприятий в ВВП, %
Великобритания	2630	46	13,6	49	50–53
Германия	2290	37	18,5	46	50–52
Италия	3920	68	16,8	73	57–60
Франция	1980	35	15,2	54	55–62
Страны ЕС	15770	45	68	72	63–67
США	19300	74,2	70,2	54	50–52
Япония	6450	49,6	39,5	78	52–55
Россия	844	5,65	8,3	13	10–11

Как видно из данных табл. 39, для России пока характерна низкая обеспеченность субъектами малого и среднего предпринимательства и незначительный их вклад в ВВП, что позволяет говорить о недостаточной результативности и эффективности политики поддержки малого бизнеса.

Масштабы развития малого бизнеса в России и его вклад в оздоровление экономики сегодня явно не достаточны. Одна из причин такого положения состоит в том, что не получила должного развития государственная поддержка предприятий малого бизнеса. Между тем эти предприятия как наиболее неустойчивая предпринимательская структура, наиболее зависимая от колебаний рынка нуждаются в разносторонней государственной поддержке [11, с. 199].

Предприятия малого и среднего бизнеса являются наиболее эффективными проводниками новых технологий и инноваций, что обусловлено особенностями малых предприятий и их преимуществами при выполнении научно-исследовательских и опытно – конструкторских разработок. К таким преимуществам можно отнести:

- энтузиазм, сплоченность, инициативность персонала;
- относительно низкую капиталоемкость;
- минимальную бюрократизацию при обсуждении и принятии решений, способность принятия риска;

– эффективные коммуникационные каналы внутри организации, что обуславливает быструю реакцию на внутренние проблемы;

– быструю реакцию на изменение спроса

Именно этот тип бизнеса может увеличивать свои обороты в десятки и сотни раз, значительно эффективнее использует достижения научно-технического прогресса, агрессивен в своей экспортной политике. Кроме того, на совершенствование своих изделий и технологий малые и средние предприятия тратят примерно в 6 раз больше, чем крупные предприятия относительно своего оборота.

Кроме того, широкая сеть предприятий малого и среднего бизнеса формирует благоприятные рыночные условия хозяйствования за счет развития честной и свободной конкуренции на рынке и выстраивает правильную политику ценообразования. Малый и средний бизнес является также и частью инфраструктуры поддержки крупного бизнеса.

Таким образом, обеспечение конкурентоспособности малого и среднего бизнеса должно стать одной из ведущих направлений государственной региональной политики по достижению сбалансированного социального–экономического развития региона и повышению благосостояния жителей. Ведь именно высокий уровень конкурентоспособности бизнеса обеспечивает высокую занятость населения, дает возможность развиваться бизнесу инновационно и эффективно исполнять роль социально-ответственного работодателя и плательщика налогов.

Повышение конкурентоспособности малого и среднего бизнеса в регионе должно быть не только задачей самого бизнеса, но и целью деятельности органов государственной власти. Власть и бизнес должны совместно вырабатывать механизмы обеспечения конкурентоспособности предприятий.

Поскольку конкурентоспособность является одним из основных важнейших факторов, определяющих успех и развитие организаций в условиях конкурентной борьбы, отечественные компании ставят перед собой стратегические цели расширения рынков сбыта, снижение совокупных издержек, модернизации используемых технологий и оборудования, создания эффективных механизмов взаимодействия с органами государственной власти.

Власть является регулирующим и координирующим органом, определяющим стратегические ориентиры в социальном и экономическом развитии, создающим базовые условия для бизнеса и повышения эффективности экономики, разрабатывающим и внедряющим проекты государственной важности и национального масштаба. Гарантия экономических и социальных прав населения, охрана окружающей среды, устранение региональных диспропорций, дифференциация ставки налогов являются также прерогативами государства и власти. Законодательное регулирование экономики заключается в определении государством «правил игры», фиксирующих формы и права собственности, условия заключения контрактов,

функционирование предприятий, взаимные обязательства в области трудовых отношений, профсоюзов и работодателей. Административное регулирование включает в себя меры по лицензированию, квотированию, ценообразованию. С помощью системы такого рода мер обеспечивается государственный контроль над доходами, ценами, кредитными ставками, состоянием окружающей среды.

К экономическим методам относятся бюджетная и фискальная политика, денежно-кредитная политика, программирование, моделирование, прогнозирование и планирование. При использовании методов государственного регулирования экономических процессов главным является определение ситуации, когда применение того или иного метода наиболее эффективно. В то же время имеются существенные ограничения для вмешательства государства в экономику. Например, недопустимы любые действия государства, которые приводят к разрушению рыночного механизма (например, абсолютный контроль над ценами). Государство не должно своими действиями ограничивать конкуренцию на рынке.

Государственное управление экономикой представляет собой систему действий законодательного, административного и хозяйственного характера, осуществляемого органами государства в целях воздействия на социально-экономическую систему общества, основными целями которого является обеспечение стабильного экономического роста, высокой занятости населения, внешнеэкономического равновесия (активное сальдо платежного баланса, стабильность курса национальной валюты и др.), контролирование инфляционных процессов. Все меры государственного вмешательства базируются на анализе внешней и внутренней среды национального хозяйства.

Государственное вмешательство в экономику способно выступать важным фактором нивелирования хозяйственных дефектов, появление которых связано с усилением конкуренции и ограниченностью потенциала рыночного саморегулирования. Государство направляет имеющиеся у него ресурсы в те области хозяйства, которые имеют существенное значение для развития национальной экономики, на финансирование комплексных народнохозяйственных социально-экономических программ, выступая в качестве крупного институционального инвестора и в то же время основным потребителем товаров и услуг.

Важнейшей проблемой взаимодействия бизнеса и власти является определение степени ответственности каждого из субъектов за решение социальных проблем и социальное развитие общества. Одни считают, что ответственность за развитие общества в максимальной степени возлагается на бизнес. Этот, так называемый, европейский подход поддерживают в основном представители некоммерческих организаций и представители государственных органов власти. Другие разделяют американский подход, в рамках которого сверхзадачей бизнеса является

повышение прибыли и рост ценности компании для акционеров, а ответственность за решение социальных проблем лежит на государстве.

Конкурентоспособная экономика немыслима без эффективного механизма ее взаимодействия государственных органов власти с представителями бизнес-структур. Более того, такой механизм является одним из сущностных признаков демократического общества. Опыт индустриально развитых стран показывает, что действующая форма взаимоотношений между экономической системой и государством прошла длительный и сложный путь развития.

Национальная конкурентоспособность достигается усилиями на всех уровнях экономики, но, прежде всего – на уровне отдельных компаний, которые, конкурируя между собой на национальных и международных рынках, создают реальное благосостояние нации. Задача государства заключается в формировании и поддержании национальной среды, всемерно способствующей развитию и совершенствованию конкурентных преимуществ национальных компаний.

В результате анализа взаимоотношений бизнеса и власти в России выявлены следующие особенности:

- наличие параллелизма в полномочиях ряда государственных структур;
- сужение публичного пространства и теневой характер принятия решений;
- исключительно высокая роль первых лиц компании в построении взаимоотношений с властью;
- устойчивая коррупционная традиция;
- отсутствие устоявшейся партийной системы: основными структурными элементами политической системы выступают не партии, а кланово-номенклатурные группы;
- высокая значимость региональных кланов как политико-экономических игроков;
- наличие высоких политических рисков, толкающих бизнес на диверсификацию, приобретение активов за рубежом и привлечение иностранных акционеров (в том числе через выход на IPO);
- значимость силового фактора и активная роль силовых структур в процессах передела собственности и политической борьбы;
- использование технологии создания конкурирующих центров влияния и балансировки их ресурсов;
- непрозрачная структура собственности (не всегда доступна информация о реальных собственниках бизнес-структур, а значит, об их потенциальном влиянии и возможностях),
- психологические особенности лиц, принимающих решения, и специфика каналов поступления к ним информации.

Лучшими посредниками-коммуникаторами в данной сфере продолжают оставаться первые лица компании. Несмотря на очевидные неудобства данного подхода (эффективность бизнеса ощутимо падает, когда процесс принятия решения находится в руках у одного человека), «топ-менеджеры» и собственники компаний просто опасаются утратить необходимые контакты в случае, если GR-менеджер перейдет в другую компанию.

В то же время бизнес имеет возможность легально общаться с властью, обсуждать законодательные инициативы и стратегии развития страны через различные объединения предпринимателей. Федеральное собрание, Общественная палата, многие министерства, полпредства президента в федеральных округах имеют при себе экспертные советы для обсуждения условий ведения бизнеса в конкретных отраслях.

Механизм взаимодействия бизнеса и власти в России характеризуется структурами двух типов. Во-первых, подобными коммуникациями занимаются организации, исходной и единственной целью образования которых не было политическое представительство интересов. Такие организации создавались для выполнения широкого круга задач, одной из которых было представительство интересов своих членов в органах государственной власти, то есть лоббизм. К таким организациям относятся в первую очередь различные предпринимательские ассоциации, союзы, объединения, фонды поддержки предпринимательства. Теоретически наиболее активными корпоративными объединениями бизнеса являются Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП) и Торгово-промышленная палата РФ (ТПП).

Во-вторых, 2001 г. появились две новые ассоциации, специализирующиеся на представительстве интересов мелкого и среднего бизнеса. Депутатское объединение «Деловая Россия» было преобразовано в одноименную организацию, представляющую интересы среднего бизнеса.

В это же время по инициативе пятидесяти предпринимательских организаций было учреждено объединение «ОПОРА», представляющее интересы малого бизнеса. Активную деятельность ведут отраслевые организации предпринимателей, например Союз нефтепромышленников и Российское газовое общество. Хотя организации предпринимателей декларируют защиту интересов мелкого и среднего бизнеса, реальность такова, что они не всегда следуют этим заявлениям. Будучи фактически отстраненными от управления в этих организациях, предприятия мелкого и среднего бизнеса оказываются выключенными из системы представительства.

Таким образом, основополагающий принцип, который сможет обеспечить конкурентоспособность российской экономики и в частности малого и среднего бизнеса можно сформулировать следующим образом: наращивание конкурентных преимуществ экономики осуществляется на всех трех уровнях (предприятие-отрасль-страна) посредством того, что

предприятия добиваются наибольшей эффективности своей деятельности и роста производительности, в том числе и за счет постоянных технологических и иных инноваций, а государство обеспечивает своим компаниям возможность добиваться и удерживать конкурентные преимущества, при этом создают среду на макро- и на микроуровнях, позволяющую предприятиям своей страны совершенствоваться и обновлять их деятельность быстрее и эффективнее, чем их зарубежные конкуренты. При этом взаимодействие власти и бизнеса должно иметь форму партнерства на взаимовыгодных условиях, потому как в процветании хозяйствующих субъектов страны заинтересованы не только сама бизнес – элита, но и власть и в целом общество.

3. АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА РЕСПУБЛИКИ КОМИ В СИСТЕМЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ БИЗНЕСА И ВЛАСТИ И РАЗРАБОТКА МЕХАНИЗМОВ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ

Научно-исследовательским центром корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета совместно с НОУ ДПО «Высшая инновационная школа бизнеса и права» было проведено исследование, направленное на изучение конкурентоспособности малых и средних предприятий Республики Коми и поиск механизмов ее повышения в системе взаимоотношений бизнеса и власти. Цель данного исследования – выявить факторы, стимулирующие и сдерживающие повышение конкурентоспособности малого и среднего бизнеса и оценить эффективность форм и инструментов взаимодействия власти и бизнеса в Республике Коми.

В результате исследования были опрошены руководители 120 предприятий малого и среднего бизнеса.

Предприниматели на вопрос о том, какие факторы препятствуют росту конкурентоспособности их предприятия, преимущественно выделили высокие налоги, финансовые проблемы и наличие административных барьеров (рис. 1). Причем большинство предпринимателей выделило фактор высоких налогов. Действительно, сейчас в России достаточно высокая налоговая нагрузка на бизнес, что явилось следствием недавнего повышения ставки страховых взносов с 26% до 34%. Исследование, проведенное Мировым банком, показывает, что в России предприниматель совокупно отдает 46,9% своей прибыли государству в форме различных налогов, что практически сопоставимо с США - 46,7%, но выше чем в Норвегии - 41,6%, не говоря уже о Южной Корее - 29,7% и Казахстане - 28,6%. Отсюда является очевидным, что такой уровень налоговой нагрузки процесса производства делает российские предприятия неконкурентоспособными и снижает инвестиционную активность, а в итоге лишает национальную

экономику перспективы развития. В этой связи предприятиям малого и среднего бизнеса остается повышать свою эффективность и тем самым нейтрализовать данный негативный фактор.

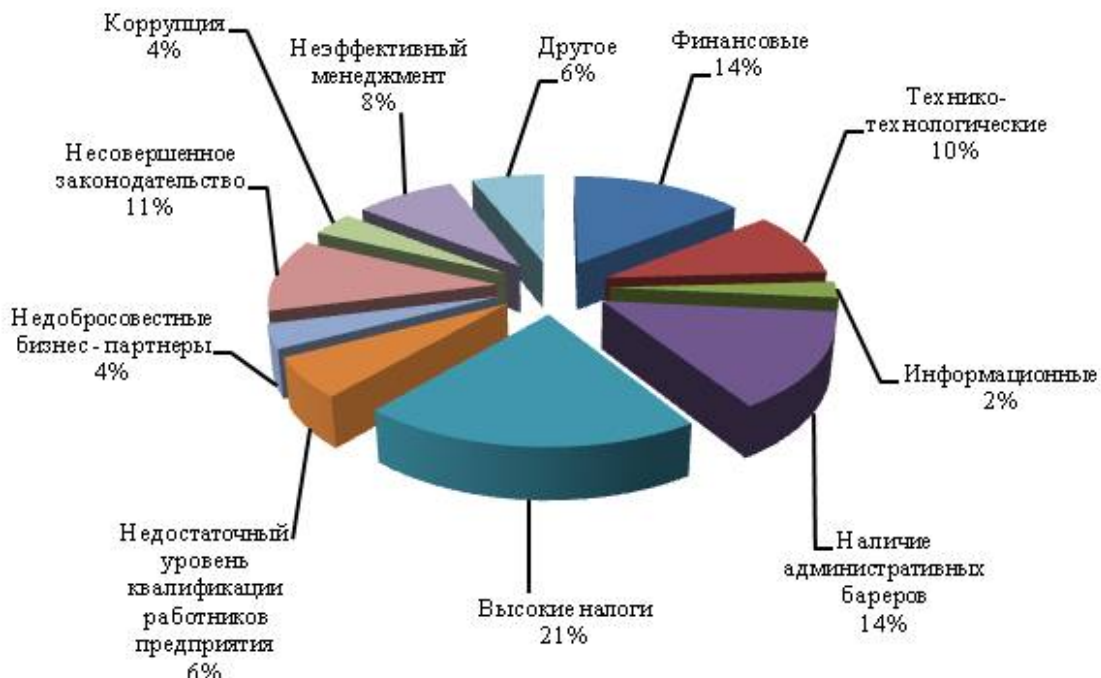


Рис. 1 - Факторы, препятствующие росту конкурентоспособности малых и средних предприятий Республики Коми.

Финансовые проблемы преимущественно вызваны сильным дефицитом финансовых ресурсов, недоступностью для многих предприятий малого и среднего бизнеса коммерческих кредитов.

Также, по мнению предпринимателей Республики Коми, развитию их бизнеса мешает и наличие административных барьеров. В меньшей степени препятствуют росту конкурентоспособности несовершенство законодательства и технико-технологические факторы. При этом, на наш взгляд, такие факторы, как неэффективный менеджмент и недостаточный уровень квалификации работников, являются недооцененными. Позитивным моментом является то, что всего 4% респондентов отметили фактор коррупции, что говорит о благоприятной тенденции развития отношений бизнеса и власти в Республики Коми [38].

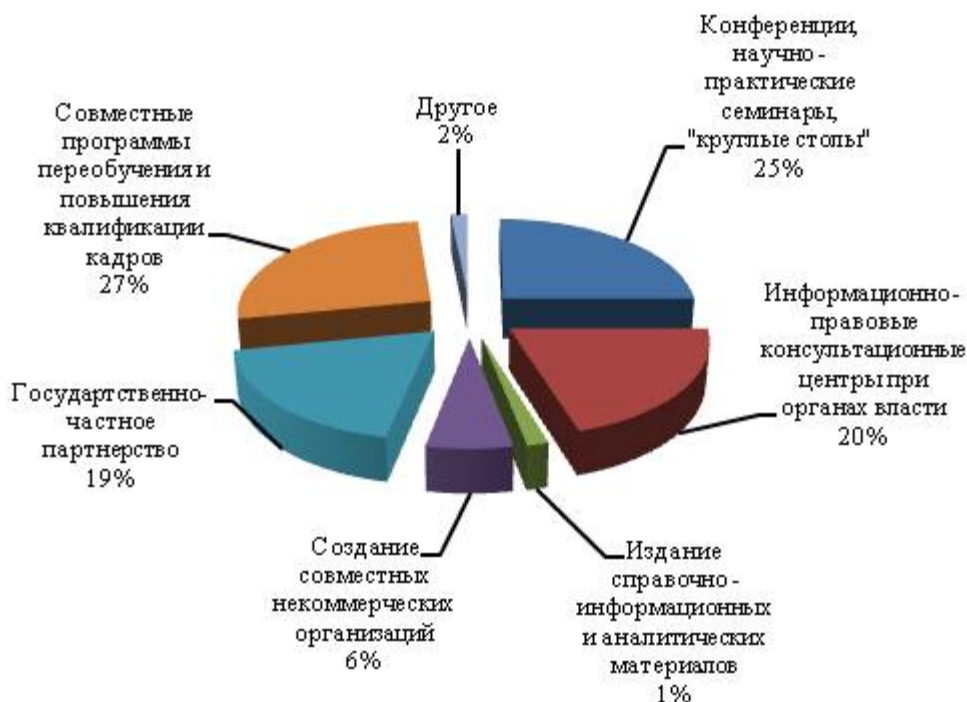


Рис. 2 - Предпочтительные формы взаимодействия бизнеса и власти

52% опрошенных предпринимателей в целях повышения конкурентоспособности считают предпочтительным принимать участие в конференциях, научно-практических семинарах, «круглых столах» и в совместных программах переобучения и повышения квалификации кадров (рис. 2). Предприниматели отдали предпочтения и таким формам взаимодействия, как информационно-правовые консультационные центры при органах регионального управления и местного самоуправления, а также государственно-частному партнерству. Данные формы взаимодействия бизнеса и власти должны стать приоритетными. Предприниматели не заинтересованы в создании совместных некоммерческих организаций и издании справочно-информационных и аналитических материалов.

Основными внутренними проблемами, сдерживающими повышение конкурентоспособности предприятий малого и среднего бизнеса республики, являются отсутствие собственных инновационных разработок и недостаточная квалификация кадров (рис. 3). В этой связи является целесообразным сосредоточить внимание на развитии учебно-консультационных центров поддержки малого и среднего предпринимательства как на базе существующих вузов, так и специализированных учебных заведений дополнительного профессионального образования,

ориентированных на бизнес-образование. Развитие таких обучающих центров позволит не только сократить потребность предприятий в квалифицированных кадрах, но и повысить их конкурентоспособность. При этом очень важной составляющей в процессе выстраивания региональной политики поддержки предпринимательства является развитие эффективных коммуникаций между органами власти, субъектами предпринимательства и учебными центрами для того, чтобы поддержка бизнесу, осуществляемая государством, соответствовала текущим проблемам и задачам самого бизнеса [38].

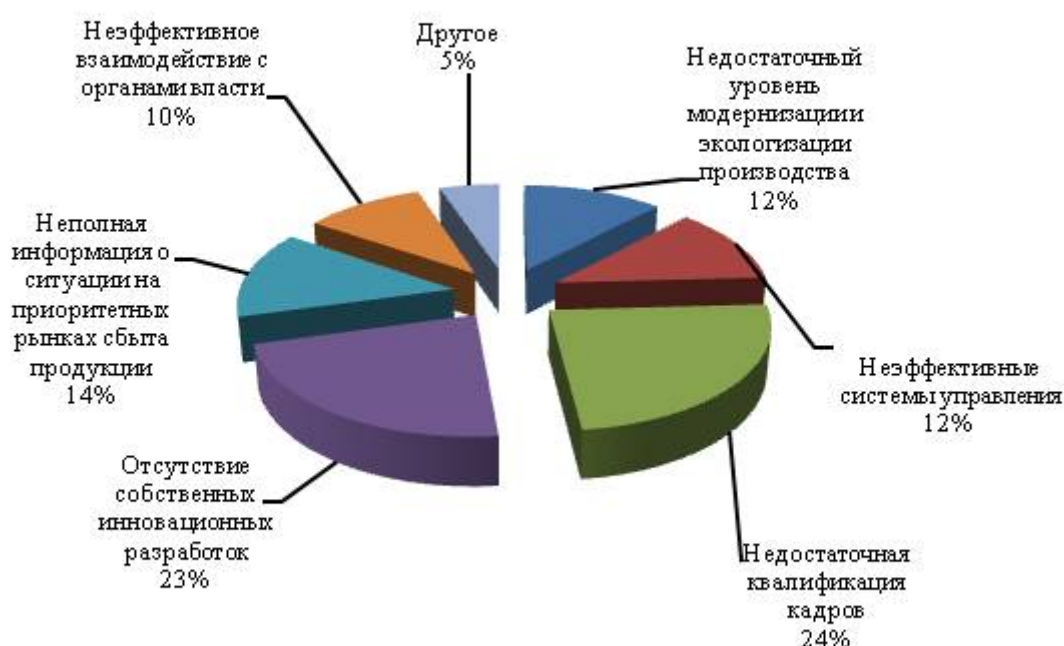


Рис. 3 - Внутренние факторы предприятия, сдерживающие повышение конкурентоспособности.

Кроме того, такой фактор, как низкий уровень квалификации кадров в Республике Коми, будет усугублять негативные социальные последствия при вступлении России в ВТО. В этой связи представляется еще более очевидным развитие сети высших и дополнительных профессиональных образовательных учреждений для смягчения этих негативных факторов.



Рис. 4 - Соответствие технологии производства и реализации продукции на предприятиях Республики Коми уровню ведущих международных компаний.

Исходя из результатов исследования приходится констатировать, что только 13% опрошенных предпринимателей указали, что на их предприятиях технология производства и реализации продукции соответствует международным компаниям (рис. 4). Тревожит также, что каждый пятый опрошенный не видит возможности в ближайшее время возможности достичь этого уровня. Однако среди предпринимателей каждый третий оказался более оптимистичным в отношении будущего своего предприятия и считает возможным достичь международного уровня. Тем не менее уровень развития технологии производства и распределения продукции на предприятиях Республики Коми остается на достаточно низком уровне, что в условиях вступления России в ВТО может негативно отразиться на уровне конкурентоспособности предприятий Республики Коми.

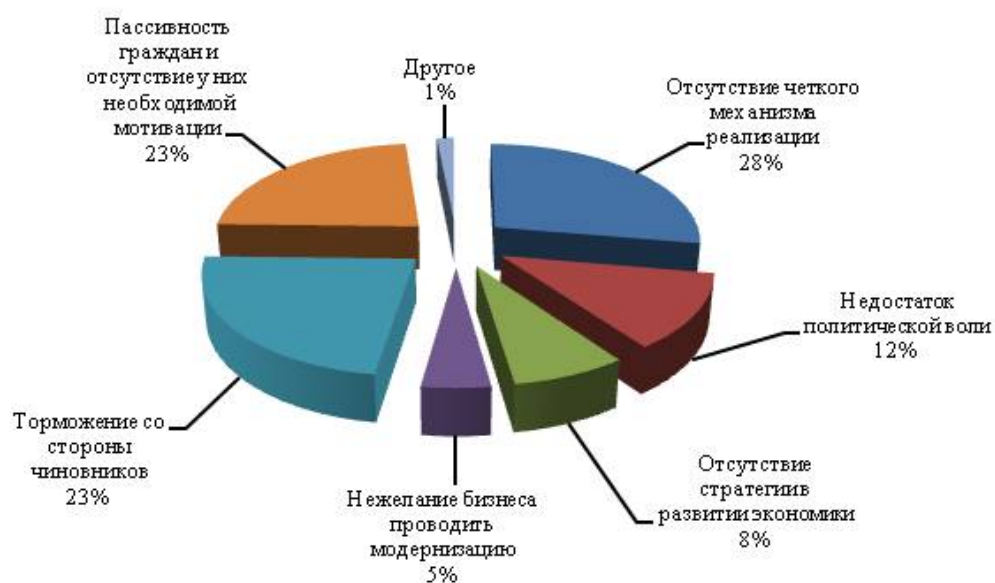


Рис. 5 - Факторы, сдерживающие модернизацию российской экономики.

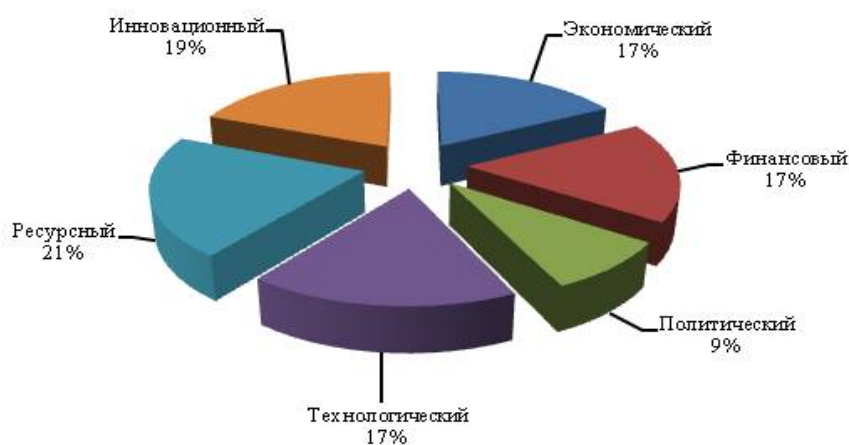


Рис. 6 - Наиболее значимые факторы конкурентоспособности региональной экономики.

Одним из ключевых направлений стратегического развития национальной экономики является модернизация. На вопрос о том, какие факторы сдерживают модернизацию, каждый третий предприниматель отметил отсутствие четкого механизма реализации (рис. 5). Каждый пятый указал на пассивность граждан и торможение со стороны чиновников.

Важнейшими факторами конкурентоспособности региональной экономики предприниматели отметили в первую очередь ресурсный и инновационный факторы (рис. 6). Высокое значение предприниматели придают экономическому, финансовому и технологическому факторам.

На вопрос о том, что обеспечит конкурентоспособность российской экономики, при условии, что можно было выбрать не более трех вариантов, респонденты выделили преодоление коррупции, инвестиционную активность государства и бизнеса и уровень предпринимательской активности [38].

Более 50% респондентов положительно относятся к инновационному направлению развития российской экономики, что говорит о недостаточном понимании роли инноваций в развитии государства. Каждый четвертый респондент отмечает, что на современном этапе уровень инновационных технологий слабо влияет на развитие общества в целом [38].

Среди инструментов государственной поддержки малого и среднего бизнеса наиболее популярны льготное кредитование, софинансирование мероприятий по внедрению новых технологий и модернизации производства и финансовая, организационная, консультационная, информационная поддержка НИОКР. Однако большая часть средств, выделяемых государством, остается невостребованной по причине неосведомленности либо бюрократических барьеров. В этой связи необходимо повысить уровень информированности субъектов государственной поддержки через активное использование СМИ. Также необходимо минимизировать бюрократические барьеры по получению финансирования со стороны государства. Достаточно низкой является востребованность такого инструмента, как субсидирование.

Предприниматели в исследовании указали наличие фактов необоснованной отчетной информации, запрашиваемой различными органами регионального управления с объектов, занимающихся предпринимательской деятельностью (24%).

Представляется интересным оценка со стороны предпринимателей эффективности формирования «электронного правительства» и его влияния на конкурентоспособность региона. Так, положительную оценку высказал только каждый 10 респондент. Каждый третий высказал сомнение по поводу результативности «электронного правительства». Однако большинство респондентов верят, что положительное влияние проявится в будущем (43%), что говорит о слабой информированности предпринимателей о возможностях «электронного правительства» для повышения эффективности их бизнеса.

По результатам исследования мнений представителей малого и среднего бизнеса сделаны следующие выводы:

- среди факторов негативного влияния на конкурентоспособность малого и среднего бизнеса подавляющее число предпринимателей выделили высокие налоги, финансовые проблемы и наличие административных барьеров;

- большинство бизнесменов заинтересованы в таких формах взаимодействия бизнеса и власти, как конференции, научно-практические семинары, «круглые столы» и совместные программы переобучения и повышения квалификации кадров;

- основными внутренними проблемами, сдерживающими повышение конкурентоспособности предприятий малого и среднего бизнеса республики, по мнению предпринимателей, являются отсутствие собственных инновационных разработок и недостаточная квалификация кадров;

- продукция большинства предприятий малого и среднего бизнеса уступает международному уровню в силу недостаточной развитости технологической составляющей;

- признавая важность модернизации российской экономики, большинство предпринимателей в качестве сдерживающих факторов выделили отсутствие четкого механизма ее реализации, пассивность граждан и торможение со стороны чиновников;

- важнейшими факторами конкурентоспособности региональной экономики предприниматели отметили в первую очередь ресурсный и инновационный факторы;

- только каждый второй предприниматель положительно относится к инновационному направлению российской экономики;

- среди инструментов государственной поддержки малого и среднего бизнеса наиболее популярны льготное кредитование, софинансирование мероприятий по внедрению новых технологий и модернизации производства и финансовая, организационная, консультационная, информационная поддержка НИОКР;

- каждый четвертый предприниматель указал наличие фактов необоснованной отчетной информации, запрашиваемой различными органами регионального управления;

- в качестве определяющего фактора достижения необходимого уровня конкурентоспособности российской экономики предприниматели выделили преодоление коррупции и инвестиционную активность государства и бизнеса [38].

В результате анализа исследования «Оценка конкурентоспособности малого и среднего бизнеса в системе взаимоотношений бизнеса и власти» было выявлено ряд проблем сдерживающих повышение конкурентоспособности малого и среднего бизнеса в Республике Коми.

На основании выявленных проблем были разработаны рекомендации направленные на решение этих проблем и создание условий для роста конкурентоспособности малых и средних предприятий РК.

Для повышения конкурентоспособности предприятий Республики Коми представляется необходимым на уровне органов региональной власти и местного самоуправления:

- стимулирование создания производств по глубокой переработке природных ресурсов региона на основе современных технологий, стимулирование производств товаров широкого потребления;

- формирование эффективных механизмов оказания финансовой поддержки субъектов предпринимательства в форме предоставления льготного кредитования, софинансирования мероприятий по внедрению новых технологий и модернизации производства, а также налогового кредита. При этом необходимо активное стимулирование предприятий для возможности пользоваться данной поддержкой;

- развитие механизмов микрофинансирования для поддержки предпринимательской деятельности;

- активное участие Республики Коми в федеральных конкурсах по выделению средств субъектам Российской Федерации на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства;

- снижение административных барьеров, в том числе в части облегчения получения государственной финансовой поддержки субъектам предпринимательства. Популяризация «электронного правительства» как инструмента повышения эффективности функционирования бизнеса;

- облегчение ведения отчетной информации, запрашиваемой органами регионального управления, в том числе за счет популяризации сервисов «электронного правительства»;

- развитие учебно-консультационных центров поддержки малого и среднего предпринимательства как на базе существующих вузов, так и специализированных учебных заведений дополнительного профессионального образования, ориентированных на бизнес-образование, что будет способствовать повышению уровня предпринимательской подготовки бизнес - сообщества Республики Коми;

- популяризация и стимулирование инновационного развития субъектов предпринимательства;

- стимулирование внедрения на предприятиях энергоэффективных и безотходных технологий;

- организация и проведение конференций, научно-практических семинаров, «круглых столов» для представителей бизнес-сообщества и совместных программ переобучения и повышения квалификации руководителей предприятий и их персонала;

- повышение эффективности государственных мер по стимулированию инновационного развития субъектов предпринимательства;

- выстраивание системы партнерских отношений между бизнесом и властью;
- формирование системы открытого и конструктивного диалога бизнеса и власти на территории Республики Коми;
- совершенствование нормативно-правовой базы в сфере предпринимательской деятельности через участие бизнес - сообщества в обсуждении законопроектов;
- развитие объединений предпринимателей и др.

На уровне субъектов предпринимательской деятельности необходимо:

- активно использовать финансовую и консультационную поддержку со стороны органов регионального управления;
- выстраивать систему непрерывного повышения качества руководителей и персонала предприятия за счет программ переобучения и повышения квалификации кадров, в том числе проводимых за счет средств, выделяемых федеральными и региональными органами государственной власти;
- активно применять практику ведения бизнеса ведущих международных компаний;
- активно применять различные формы аутсорсинга для оптимизации деятельности предприятия;
- повысить роль информационных технологий в развитии бизнес-процессов предприятия, в том числе активно использовать услуги «электронного правительства» для минимизации затрат на ведение и сопровождение отчетности предоставляемой в органы регионального управления;
- внедрять современные технологии энергоэффективности и безотходного производства, в том числе используя механизмы государственного софинансирования и субсидирования таких мероприятий [38].

Так же представляется важным совершенствование эффективности управления малыми и средними предприятиями за счет внедрение в практику элементов корпоративного управления, что обеспечит не только повышение эффективности бизнес-процессов организации, но позволит малому и среднему бизнесу повысить свою инвестиционную привлекательность, а, следовательно, и получить доступ к финансовым ресурсам, недостаток которых является крайне острым.

Полученные в ходе исследования практические результаты, а так же наши рекомендации помогут осуществить ряд необходимых мер по разработке рекомендаций на различных уровнях управления и ведения предпринимательской деятельности для расширения масштабов бизнеса при одновременном повышении его конкурентоспособности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Исходя из проведенного анализа определений понятия «конкурентоспособность», можно заключить, что конкурентоспособность объекта — это состояние, характеризующее реальную или потенциальную возможность выполнения своих функциональных обязанностей в условиях возможного противодействия соперников. Данное определение представляет наиболее общую, применимую к безисключения всем объектам характеристику.

Оценка уровня конкурентоспособности каких-либо объектов может преследовать самые разнообразные цели: от изучения положения конкретного товара на рынке до изучения инвестиционной привлекательности целых отраслей или стран.

Объекты, обладающие конкурентоспособностью, можно разбить на четыре группы: товары, предприятия (как производители товаров), отрасли (как совокупности предприятий, предлагающий товары или услуги), регионы (районы, области, страны или их группы). В связи с этим принято говорить о следующих уровнях конкурентоспособности: конкурентоспособность товара, предприятия, кластера, отрасли, региона и страны.

Наиболее обоснованный набор факторов конкурентоспособности организации приведен в работах Артура А. Томпсона-мл и А. Дж. Стрикленда, Девида Кревенса и Голубкова Е.П.. Остальные авторы в той или иной мере используют основные положения отмеченных работ, пытаясь развить их для конкретных направлений деятельности. В обобщенном виде, согласно работам Артура А. Томпсона-мл., А. Дж. Стрикленда, конкурентоспособность организации определяется совокупностью факторов, характеризующих результативность ее деятельности на рынке, атрибуты качества продукции и эффективность маркетинговой деятельности.

Итоговым критерием оценки конкурентоспособности как продукции, так и организации можно считать долю рынка, занимаемую данной продукцией (данной организацией) и связанные с ней показатели.

Существуют достаточно большое количество методик оценки конкурентоспособности среди которых можно выделить следующие: матричный метод (разработан Бостонской консалтинговой группой), метод, использующий в качестве основного подхода оценку товара/услуги предприятия, метод, основанный на теории эффективной конкуренции.

Оценка и управление стоимостью предприятия являются главным инструментом обеспечения конкурентоспособности, так как соответствующие им методики предлагают точные и взаимосвязанные критерии оценки результатов — стоимость компании, отдельных бизнес-единиц и бизнес-процессов, на основе которых можно строить деятельность предприятия. Это означает, что главной задачей и результатом функционирования системы обеспечения конкурентоспособности должно стать увеличение стоимости предприятия.

Конкурентоспособная экономика немыслима без эффективного механизма ее взаимодействия государственных органов власти с представителями бизнес-структур. Более того, такой механизм

является одним из существенных признаков демократического общества. Опыт индустриально развитых стран показывает, что действующая форма взаимоотношений между экономической системой и государством прошла длительный и сложный путь развития.

Национальная конкурентоспособность достигается усилиями на всех уровнях экономики, но, прежде всего – на уровне отдельных компаний, которые, конкурируя между собой на национальных и международных рынках, создают реальное благосостояние нации. Задача государства заключается в формировании и поддержании национальной среды, всемерно способствующей развитию и совершенствованию конкурентных преимуществ национальных компаний.

Основополагающий принцип, который сможет обеспечить конкурентоспособность российской экономики и в частности малого и среднего бизнеса можно сформулировать следующим образом: наращивание конкурентных преимуществ экономики осуществляется на всех трех уровнях (предприятие-отрасль-страна) посредством того, что предприятия добиваются наибольшей эффективности своей деятельности и роста производительности, в том числе и за счет постоянных технологических и иных инноваций, а государство обеспечивает своим компаниям возможность добиваться и удерживать конкурентные преимущества, при этом создают среду на макро- и на микроуровнях, позволяющую предприятиям своей страны совершенствоваться и обновлять их деятельность быстрее и эффективнее, чем их зарубежные конкуренты. При этом взаимодействие власти и бизнеса должно иметь форму партнерства на взаимовыгодных условиях, потому как в процветании хозяйствующих субъектов страны заинтересованы не только сама бизнес – элита, но и власть и в целом общество.

Научно-исследовательским центром корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета совместно с НОУ ДПО "Высшая инновационная школа бизнеса и права" было проведено исследование, направленное на изучение конкурентоспособности малых и средних предприятий Республики Коми и поиск механизмов ее повышения в системе взаимоотношений бизнеса и власти. Цель данного исследования – выявить факторы, стимулирующие и сдерживающие повышение конкурентоспособности малого и среднего бизнеса и оценить эффективность форм и инструментов взаимодействия власти и бизнеса в Республике Коми.

В результате исследования были опрошены руководители 120 предприятий малого и среднего бизнеса.

По результатам исследования мнений представителей малого и среднего бизнеса сделаны следующие выводы:

- среди факторов негативного влияния на конкурентоспособность малого и среднего бизнеса подавляющее число предпринимателей выделили высокие налоги, финансовые проблемы и наличие административных барьеров;

- большинство бизнесменов заинтересованы в таких формах взаимодействия бизнеса и власти, как конференции, научно-практические семинары, «круглые столы» и совместные программы переобучения и повышения квалификации кадров;

- основными внутренними проблемами, сдерживающими повышение конкурентоспособности предприятий малого и среднего бизнеса республики, по мнению предпринимателей, являются отсутствие собственных инновационных разработок и недостаточная квалификация кадров;

- продукция большинства предприятий малого и среднего бизнеса уступает международному уровню в силу недостаточной развитости технологической составляющей;

- признавая важность модернизации российской экономики, большинство предпринимателей в качестве сдерживающих факторов выделили отсутствие четкого механизма ее реализации, пассивность граждан и торможение со стороны чиновников;

- важнейшими факторами конкурентоспособности региональной экономики предприниматели отметили в первую очередь ресурсный и инновационный факторы;

- только каждый второй предприниматель положительно относится к инновационному направлению российской экономики;

- среди инструментов государственной поддержки малого и среднего бизнеса наиболее популярны льготное кредитование, софинансирование мероприятий по внедрению новых технологий и модернизации производства и финансовая, организационная, консультационная, информационная поддержка НИОКР;

- каждый четвертый предприниматель указал наличие фактов необоснованной отчетной информации, запрашиваемой различными органами регионального управления;

- в качестве определяющего фактора достижения необходимого уровня конкурентоспособности российской экономики предприниматели выделили преодоление коррупции и инвестиционную активность государства и бизнеса.

Для повышения конкурентоспособности предприятий Республики Коми представляется необходимым на уровне органов региональной власти и местного самоуправления:

- стимулирование создания производств по глубокой переработке природных ресурсов региона на основе современных технологий, стимулирование производств товаров широкого потребления;

- формирование эффективных механизмов оказания финансовой поддержки субъектов предпринимательства в форме предоставления льготного кредитования, софинансирования

мероприятий по внедрению новых технологий и модернизации производства, а также налогового кредита;

- развитие механизмов микрофинансирования для поддержки предпринимательской деятельности;

- активное участие Республики Коми в федеральных конкурсах по выделению средств субъектам Российской Федерации на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства;

- снижение административных барьеров, в том числе в части облегчения получения государственной финансовой поддержки субъектам предпринимательства. Популяризация «электронного правительства» как инструмента повышения эффективности функционирования бизнеса;

- облегчение ведения отчетной информации, запрашиваемой органами регионального управления, в том числе за счет популяризации сервисов «электронного правительства»;

- развитие учебно-консультационных центров поддержки малого и среднего предпринимательства как на базе существующих вузов, так и специализированных учебных заведений дополнительного профессионального образования, ориентированных на бизнес-образование, что будет способствовать повышению уровня предпринимательской подготовки бизнес - сообщества Республики Коми;

- популяризация и стимулирование инновационного развития субъектов предпринимательства;

- стимулирование внедрения на предприятиях энергоэффективных и безотходных технологий;

- организация и проведение конференций, научно-практических семинаров, «круглых столов» для представителей бизнес-сообщества и совместных программ переобучения и повышения квалификации руководителей предприятий и их персонала;

- повышение эффективности государственных мер по стимулированию инновационного развития субъектов предпринимательства;

- выстраивание системы партнерских отношений между бизнесом и властью;

- формирование системы открытого и конструктивного диалога бизнеса и власти на территории Республики Коми;

- совершенствование нормативно-правовой базы в сфере предпринимательской деятельности через участие бизнес - сообщества в обсуждении законопроектов;

- развитие объединений предпринимателей и др.

На уровне субъектов предпринимательской деятельности необходимо:

- активно использовать финансовую и консультационную поддержку со стороны органов регионального управления;

- выстраивать систему непрерывного повышения качества руководителей и персонала предприятия за счет программ переобучения и повышения квалификации кадров, в том числе проводимых за счет средств, выделяемых федеральными и региональными органами государственной власти;

- активно применять практику ведения бизнеса ведущих международных компаний;

- активно применять различные формы аутсорсинга для оптимизации деятельности предприятия;

- повысить роль информационных технологий в развитии бизнес-процессов предприятия, в том числе активно использовать услуги «электронного правительства» для минимизации затрат на ведение и сопровождение отчетности предоставляемой в органы регионального управления;

- внедрять современные технологии энергоэффективности и безотходного производства, в том числе используя механизмы государственного софинансирования и субсидирования таких мероприятий.

Так же представляется важным совершенствование эффективности управления малыми и средними предприятиями за счет внедрения в практику элементов корпоративного управления, что обеспечит не только повышение эффективности бизнес-процессов организации, но позволит малому и среднему бизнесу повысить свою инвестиционную привлекательность, а, следовательно, и получить доступ к финансовым ресурсам, недостаток которых является крайне острым.

Полученные в ходе исследования практические результаты, а так же наши рекомендации помогут осуществить ряд необходимых мер по разработке рекомендаций на различных уровнях управления и ведения предпринимательской деятельности для расширения масштабов бизнеса при одновременном повышении его конкурентоспособности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

I. Нормативно - правовые акты:

1. Федеральный закон РФ «О защите конкуренции» № 135-ФЗ от 08.07.2006 г
2. Федеральный закон от 24.07.2007г. N 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»: Принят Государственной думой 6 июля 2007 года
3. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года: Утв. Распоряжением Правительства Российской Федерации от 06.10.2008 г. № 38-р.
4. Распоряжение Правительства РК от 16.02.2011 № 34-р "О Концепции развития малого и среднего предпринимательства в Республике Коми на период до 2020 года"
5. Постановление **Правительства Республики Коми от 30 сентября 2011 г. N 437 О долгосрочной республиканской целевой программе «Развитие и поддержка малого и среднего предпринимательства в Республике Коми (2012 – 2013 годы)»**

II. Учебники, пособия, монографии и др.:

1. Акулинин Д.Ю. Методы оценки экономической эффективности корпоративного управления в современных российских условиях // Экономика и финансы. 2007. №1. С. 17-22
2. Анализ формирования категории конкурентоспособность, как фактора рыночного превосходства экономических объектов. Богомолова И.П., Хохлов Е.В.,// Маркетинг В России и за рубежом./ № 4, 2008, с. 17-22.
3. Андронов В.В. Сущность корпоративного управления. М.: Российская академия предпринимательства, 2003. 318 с.
4. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. СПб.: Питер. 1999. 458 с.
5. Ансофф И. Стратегическое управление. М.: Экономика, 1993. 519 с.
6. Антонов В., Самосудов М. Теоретические проблемы корпоративного управления // Проблемы теории и практики управления . М.: 2009. № 3. С. 34-40.
7. Антонов Г. Д., Иванова О. П., Тумин В. М. Управление конкурентоспособностью организации. М. : Инфра-М, 2012. 304
8. Богомолова И.П., Хохлов Е.В Анализ формирования категории конкурентоспособность, как фактора рыночного превосходства экономических объектов.// Маркетинг В России и за рубежом. 2009. № 4. С.17-22.

9. Беликов И.В., Гавриленков Е.Е., Константинов Г.Н., Кочетыгова Ю.В., Медведева Т.М., Тимофеев А.В. Корпоративное управление и экономический рост в России (на рус. и англ. яз.). М., Национальный совет по корпоративному управлению, 2004. 120с.
10. Белоусов В.Л. Оценка конкурентоспособности предприятий нефтехимического сектора России // Менеджмент в России и за рубежом. 2009. № 2. С. 30-39.
11. Белоусов В.Л. Анализ конкурентоспособности фирмы // Вопросы экономики, 2009. № 5. С.39-48.
12. Бочкова С.В. Основные проблемы и возможности практической оценки конкурентоспособности предприятия // Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования СыктГУ . 2007. №4. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http:// www. koetsyktsu.ru](http://www.koetsyktsu.ru).

13. Борисов В. Нам нужен активный, конкурентоспособный малый бизнес // Человек и труд, 2008, №3.
14. **Брялина Г. И. О предпринимательской составляющей национального богатства** // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. [Электронный ресурс] URL: [http // syktsu.ru](http://syktsu.ru). - 2011. - № 1.
15. Бушев А.Ю., Серяков А.В. О механизмах влияния корпоративного управления на репутацию компанию // Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования СыктГУ. 2007. №2. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http:// www. koetsyktsu.ru](http://www.koetsyktsu.ru).
16. Вагин С.А. Тенденции развития корпоративного управления в мировой экономике. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2012. 181с.
17. Воронов А. Международная конкуренция в XXI веке // Маркетинг в России и за рубежом. 2009. № 2. С. 16-24.
18. Горбашко Е.А. Менеджмент качества и конкурентоспособности. СПб.: СПбГУЭФ, 2007. 207 с.
19. Голубков Е.П. Основы маркетинга: Учебник. – М.: Финпресс, 2007. 389с.
20. Головачев А. С. Повышение конкурентоспособности региона – главная задача государственных и местных органов исполнительной власти // Проблемы управления. – 2009. - №4. – С. 119-125
21. Дзахмишева И.Ш. Методика оценка конкурентоспособности услуги в розничной торговой сети // Маркетинг в России и за рубежом. 2012. № 3. С. 40-48.

22. Иванец В. К. Макротехнологии и обеспечение конкурентоспособности отечественной промышленности // Менеджмент в России и за рубежом. 2012. № 2. С. 25-32.
23. Ильина Л.И. Роль конкурентоспособности в повышении эффективности социально-экономической деятельности потребительской кооперации // Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования СыктГУ № 2, 2008. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http:// www.koetsyktsu.ru](http://www.koetsyktsu.ru).
24. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. СПб.: Питер. 1999. 526 с.
25. Корпоративный менеджмент: теория и практика / [А.П. Шихвердиев, В.Н. Задорожный, А.А. Вишняков и др.]; под общ. ред. д.э.н., проф., академика РАЕН А.П. Шихвердиева. – М.: Экон-информ, 2010. – 259 с.
26. Кревенс Дэвид В. Стратегический маркетинг, 6-е издание.: Пер. с англ.-М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. 657 с.
27. Криворотов А.К. Конкурентоспособность северной экономики: «узкие места» и широкие перспективы. // Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования СыктГУ . 2008. № 3. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http:// www.koetsyktsu.ru](http://www.koetsyktsu.ru).
28. Кревенс Дэвид В. Стратегический маркетинг, 6-е издание.: Пер. с англ.-М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. 657 с.
29. Криворотов А.К. Конкурентоспособность северной экономики: «узкие места» и широкие перспективы. // Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования СыктГУ . 2008. № 3. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http:// www.koetsyktsu.ru](http://www.koetsyktsu.ru).
30. Кротков А.М. Юленева Ю.Я. Конкурентоспособность предприятия: подходы к обеспечению, критерии, методы оценки // Маркетинг в России и за рубежом. 2009. №6. С. 19-24.
31. Кремлева Н. А. Обеспечение конкурентных преимуществ производства и реализации продукции на основе аутсорсинговой модели организации бизнеса предприятия//Организатор производства. – 2009. - № 43.- С.72-75.
32. Лифиц И. М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг. М.: Юрайт, 2012. 325 с.
33. Пиньковецкая Ю.С. Малые предприятия России: закономерности, классификация и направления повышения эффективности. Saarbrucken (Germany): LAP Lambert Academic Publishing, 2011. 204 с.

34. Платонова Н. А. Конкурентоспособность предприятий в современной экономике // Вопросы теории и практики управления. - 2012. - №4. – С. 75-78
35. Практики корпоративного управления в России: определение границ национальной модели. М.: Ассоциация Менеджеров. КПИМГ в России и СНГ. 2011. 50 с.
36. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. — М.: Инфра-М, 2006.с. 175.
37. Чурсин А. А. Теоретические основы управления конкурентоспособностью. М. : Спектр. 2012. 524 с.
38. Шихвердиев А.П. Корпоративное управления. М.: Изд. «ЭКОНИНФОРМ» 2010г. 260 с.
39. Шихвердиев А.П., К.М. Баранов, О.А. Терентьева. Эффективное корпоративное управление как фактор конкурентоспособности // <http://koet.syktsu.ru/download/sbor.pdf>
40. Шихвердиев А. П., Калина А. В. Терентьева О. А. Механизмы повышения конкурентоспособности предприятий малого и среднего бизнеса Республики Коми в системе взаимоотношений бизнеса и власти // Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования СыктГУ . 2012. № 1. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.koetsyktsu.ru>.
41. Шихвердиев А.П., Вишняков А.А., Шихвердиев П.А. Развитие инфраструктуры инновационной деятельности – необходимое условие обеспечения конкурентоспособности экономики Севера // Северное измерение глобальных проблем: материалы пленарного заседания Четвертого Северного социально-экологического конгресса: Сыктывкар, 27-28 марта 2008 г. М.: Наука, 2009. С.255-266.