

УДК 339.3(470) + 658.1(470)

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИЙСКИХ РЕГИОНАХ

Л.Н. Гутман

Рассматриваются тенденции развития малого и среднего предпринимательства. Приведены статистические данные числа предприятий по видам экономической деятельности. Определена методика оценки эффективности инноваций.

Ключевые слова: малое предпринимательство, среднее предпринимательство, регион, инновация, инновационная активность, «бизнес-инкубатор», государственная поддержка.

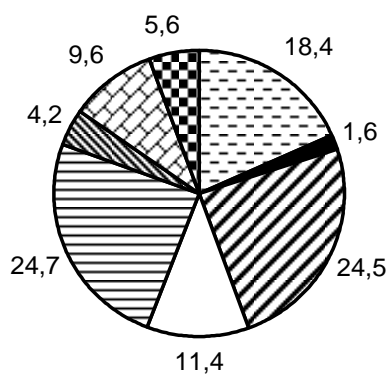
Малое предпринимательство (малый бизнес) – это бизнес, осуществляемый в малых формах, опирающийся на предпринимательскую деятельность частных предпринимателей, небольших фирм, малых предприятий. Малый бизнес характерен для некоторых видов и форм производства, торговли, сферы услуг [1].

Среднее предпринимательство (средний бизнес) – это сегмент предпринимательства, который оказывает существенное влияние на развитие национальных рынков в мире. Средний бизнес характеризуется такими особенностями как высокая доля в экономике, лидерство в новациях, гибкость, ограничение по численности и выручке, государственная поддержка. Он является опорой экономики, так как создает рабочие места, выпускает новые виды товаров и создает предпосылки для развития здоровой конкуренции.

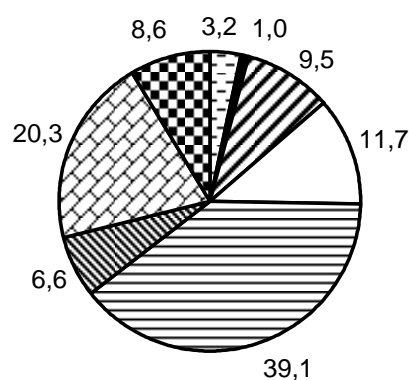
Значение малого и среднего бизнеса (Small-scale Business enterprises) велико, в этом смысле их стоит рассматривать совместно. Малые и средние фирмы способны создавать новые рабочие места, особенно в тех регионах, где есть серьезные проблемы с безработицей. Кроме этого, они способны помочь решению проблем инфляции, инфляционной неустойчивости российской экономики.

Малый и средний бизнес в России, будучи новым экономическим явлением, еще 25 лет назад, в настоящий момент состоялся. Малые и средние предприятия – это 5,6 млн хозяйствующих субъектов, рабочие места для 18 млн граждан. Около одной пятой ВВП в России, в субъектах РФ треть и более валового регионального продукта [3]. Сектор малого предпринимательства сосредоточен в сферах торговли и предоставления услуг населению. Средние предприятия в большей степени предоставлены в сферах с более высокой добавленной стоимостью – строительство, сельское хозяйство, промышленность (рис.).

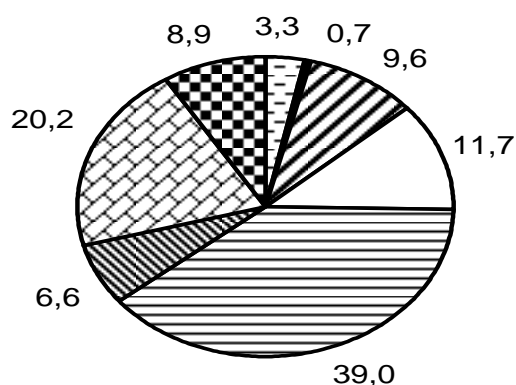
Средние предприятия



Малые предприятия



Малые и средние предприятия



- Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство; рыболовство, рыбоводство
- Добыча полезных ископаемых; производство и распределение электроэнергии, газа и воды
- ▨ Обрабатывающие производства
- Строительство
- ▤ Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования
- ▧ Транспорт и связь
- ▩ Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг
- ▩ Другие виды деятельности

Доля предприятий по видам экономической деятельности в 2013 г.
(на конец года, в процентах)

Теме развития малого и среднего предпринимательства уделяется большое внимание руководством страны. Создана Правительственная Комиссия по вопросам конкуренции и развития малого и среднего предпринимательства.

В 2015 году дополнительные меры по поддержке малых и средних предприятий рассматривались на заседании Государственного совета Российской Федерации. Однако можно констатировать, что малое и среднее предпринимательство в РФ – это в первую очередь микробизнес (95,5 % общего числа субъектов малого и среднего предпринимательства). Число средних предприятий не велико. На малые и средние организации приходится только 5–6 % от общего объема основных средств и 6–7 % инвестиций в основной капитал в целом по стране [6].

Производительность труда на малых и средних предприятиях в России, по оценке Министерства экономического развития РФ отстает от уровня развитых стран в 2–3 раза.

В условиях действия кризисных явлений в экономике обострилась ситуация со спросом на продукцию малых и средних предприятий. Отдельные меры, принятые в сфере экономической и социальной политики в последние годы, не учитывали интересы данных предприятий. Более того, система административно-правового регулирования в отдельных отраслях и сферах остается не дружественной по отношению к небольшим организациям и не учитывает специфику ведения предпринимательской деятельности. Чтобы поддержать малый и средний бизнес в российских регионах Министерство Экономического развития РФ утвердило Стратегию развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года [9].

Цель Стратегии – инновационное развитие и улучшение отраслевой структуры экономики, социальное развитие и обеспечение высокого уровня занятости.

Одним из перспективных направлений Стратегии является поддержка предпринимательства в социальной сфере и инновационной деятельности.

В рамках реализации Стратегии продолжается улучшение функционирования элементов региональных и территориальных инновационных систем. Будет решена задача по обеспечению непрерывного финансирования инновационных проектов на всех стадиях инновационного цикла – «инновационный лифт». Отправной точкой станет Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере, способный обеспечить необходимое количество проектов для последующего их финансирования другими институтами развития и заинтересованными организациями.

В Челябинской области примером инновационной деятельности может служить создание «бизнес-инкубатора», который оказывает ряд услуг, та-

ких как предоставление в аренду нежилых помещений с оборудованными рабочими местами, предоставление юридического адреса, регистрация, кредитование, правовой защиты, бизнес-планирования и т.д. [2].

Местные органы власти создают так называемые «инкубаторы» для новых «неоперившихся фирм», чтобы увеличить вероятность их выживания в условиях жесткой конкуренции. Причем выгоды от создания новых инкубаторов рассматриваются в долгосрочной перспективе, поскольку их появление может стать магнитом, притягивающим в данные регионы новые предприятия, необходимые для активизации экономической деятельности. «Бизнес-инкубаторы» могут создаваться в процессе укрепления связей между вузами и частными компаниями, при поддержке местных органов власти.

Оказание финансовой, инфраструктурной, имущественной, методологической поддержки, привлечение денежных средств, юридическое сопровождение инновационных проектов будет осуществляться организацией АО «Корпорация «МСП» как государственным институтом развития малого и среднего предпринимательства.

Инновации принято рассматривать в качестве основного фактора, обеспечивающего рост и процветание предприятия. Основными целями инноваций являются минимизация себестоимости продукции (услуг) и повышение их конкурентных преимуществ [4].

К стратегическим инновациям относятся нововведения, использование которых обеспечивает преимущества «первого подхода», в результате чего предприятие может получить высокие доходы и занять лидерские позиции на рынке товаров и услуг. Адаптирующие (реактивные) инновации – это те, которые внедряют предприятия вслед за лидером, чтобы не допустить отставания в конкуренции за рынки сбыта [7].

Для оценки эффективности инноваций применяют более обширную систему показателей, которые можно объединить в две группы [8]:

К первой группе относятся показатели, которые характеризуют производственный эффект от применения инновации.

1.1. *Прирост объема продукции:*

$$\Delta ВП = ВП_1 - ВП_0,$$

где $ВП_0$, $ВП_1$ – валовой объем производства продукции соответственно до и после использования новшества;

1.2. *Прирост добавленной стоимости (ΔДС):*

$$\Delta ДС = ДС_1 - ДС_0,$$

где $ДС_1$, $ДС_0$ – добавленная стоимость соответственно после и до использования новшества.

1.3. *Экономия материальных ресурсов (ΔМР):*

$$\Delta MP = Q_1(P_1^{\text{ед}} - P_0^{\text{ед}}),$$

где Q_1 – годовой объем производства продукции в натуральном выражении после применения новшества;

P_1, P_0 – расход материальных ресурсов на единицу продукции соответственно после и до инновации.

1.4. *Экономия затрат от снижения себестоимости продукции (ΔZ):*

$$\Delta Z = Q_1(C_0 - C_1),$$

где Q_1 – годовой объем производства продукции в натуральном выражении после применения новшества;

C_0, C_1 – себестоимость единицы продукции соответственно до и после инновации.

1.5. *Рост производительности труда (среднечасовой выработки):*

$$\Delta ЧВ_{\text{ин}} = \frac{ВП_0 + \Delta ВП_{\text{ин}}}{ЗТ_0 - \Delta ЗТ_{\text{ин}}} - ЧВ_0,$$

где $ВП_0$ – стоимость выпуска продукции до внедрения новации;

$\Delta ВП$ – увеличение выпуска продукции за счет внедрения новации;

$ЗТ_0$ – затраты труда на производство продукции до внедрения новации;

$\Delta ЗТ$ – экономия затрат труда после внедрения новации;

$ЧВ_0$ – среднечасовая выработка до внедрения новации.

Ко второй группе относятся показатели, характеризующие финансовую эффективность нововведений.

2.1. *Прирост маржи покрытия, исчисленной как разность между чистой выручкой и суммой переменных затрат по реализованной продукции ($\Delta МП$):*

$$\Delta МП = МП_1 - МП_0,$$

где $МП_1, МП_0$ – маржа покрытия соответственно после и до использования новшества.

2.2. *Прирост чистого дохода ($\Delta ЧД$) за счет применения инновации:*

$$\Delta ЧД = ЧД_1 - ЧД_0,$$

где $ЧД_1, ЧД_0$ – доход, включающий чистую прибыль и амортизацию, соответственно после и до использования новшества.

2.3. *Прирост прибыли до выплаты процентов и налогов ($\Delta ЕВІТ$):*

$$\Delta ЕВІТ = ЕВІТ_1 - ЕВІТ_0,$$

где $ЕВІТ_1, ЕВІТ_0$ – сумма прибыли от операционной деятельности до выплаты процентов и налогов соответственно после и до применения новшества.

2.4. Прирост чистой прибыли после выплаты процентов и налогов ($\Delta\text{ЧП}$):

$$\Delta\text{ЧП} = \text{ЧП}_1 - \text{ЧП}_0,$$

где ЧП_1 , ЧП_0 – сумма чистой прибыли после и до применения новшества.

2.5. Прирост маржинальной рентабельности, исчисленной отношением общей суммы маржи покрытия к чистой выручке (ΔMR):

$$\Delta\text{MR} = \text{MR}_1 - \text{MR}_0 = \frac{\text{МП}_0 + \Delta\text{МП}_{\text{ин}}}{V_0 + \Delta V_{\text{ин}}} - \frac{\text{МП}_0}{V_0},$$

где MR_1 , MR_0 – маржинальная рентабельность соответственно после и до внедрения новшества;

V_0 – выручка до внедрения новшества;

$\Delta V_{\text{ин}}$ – прирост выручки в связи с внедрением новшества.

Каждый регион может развивать свою экономику в соответствии с общемировыми критериями и стандартами Политика стимулирования экономического развития региона должна строиться с учетом экономической базы региона и возможностей развития экспортных производств, продукция которых могла бы быть конкурентоспособной как на внутренних, так и внешних рамках.

Библиографический список

1. Райзберг, Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – 2-е изд., испр. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 479 с.
2. Правительство Челябинской области. Государственная программа Челябинской области «Развитие инновационной деятельности в Челябинской области» на 2014–2015 годы. – URL: <http://pravmin74.ru/>.
3. Федеральная служба государственной статистики. Официальная статистика Предпринимательство Наука и Инновации. – URL: <http://www.gks.ru/>.
4. Федеральный портал малого и среднего предпринимательства. Областная целевая программа «Развитие инновационной деятельности в Челябинской области» на 2013–2015 года. – URL: <http://smb.gov.ru/>.
5. Информационно аналитическое агентство «MATRIX-Prime». Рэнкинг инновационного развития регионов РФ. – URL: <http://www.matrix-prime.ru/>.
6. Стратегия социально экономического развития Уральского федерального округа на период до 2020 года. – URL: <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/StrategTerPlanning/komplstplanning/strategSTPlanning/>.
7. Ревина, А.С. Особенности повышения инновационной активности мезо-комплекса / А.С. Ревина // Управление экономическими системами. – 2010. – № 2 (22). – URL: <http://uecs.mcnip.ru>.
8. Савицкая, Г.В. Анализ эффективности и рисков предпринимательской деятельности. Методические аспекты / Г.В. Савицкая. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 272 с.

Наука ЮУрГУ: материалы 68-й научной конференции
Секции экономики, управления и права

9. Стратегия развития малого и среднего бизнеса до 2030 года. – URL: [economy.gov.ru>wps...29769081](http://economy.gov.ru/wps...29769081).

[К содержанию](#)