

УДК 341.568

ПРОБЛЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Д.В. Подшивалов, М.В. Подшивалова

Статья посвящена проблемам эффективности государственных программ поддержки предпринимательства, обсуждаемым в современной научной литературе. Приведены точки зрения на данную проблему как зарубежных, так и отечественных экономистов. Показано, что исследовать эффективность программ государственного стимулирования субъектов предпринимательства необходимо в тесной взаимосвязи с показателями «обратной связи».

Ключевые слова: государственная поддержка, малое предпринимательство, эффективность государственных программ.

Доступ к финансированию представляет собой одну из самых серьезных проблем для малых предпринимателей не только в России, но и в европейских странах. По данным Европейского центрального банка, доступ к финансированию является насущной проблемой для 61 % субъектов малого предпринимательства (далее – СМП) Греции, 50 % Испании, 50 % Италии, 40 % Португалии. Актуальность проблем привлечения внешнего финансирования СМП фиксируют эмпирические исследования по всему миру [1–5].

Положительное влияние программ государственной поддержки СМП доказано в работах многих исследователей [6–7]. В условиях кризиса и ограничения доступности кредитов для СМП роль государственной поддержки существенно возрастает. G. Prelipsean и M. Boscoianu предлагают правительствам более активно реагировать на трудности финансирования, с которыми сталкиваются СМП [8]. Речь идет как о традиционных программах гарантированных кредитов, прямого кредитования, микрофинансирования, так и о новых инновационных схемах.

Бюджетное финансирование, хотя и является ключевым фактором программ поддержки, но не является достаточным. В структуре таких программ традиционно важная роль отводится консалтинговой поддержке. Обучение, рекрутинг и НИОКР, как правило, дороже для типичного СМП, чем для более крупной компании [9]. В силу чего свободный доступ к различным видам консалтинговой помощи, включая маркетинг и разработку бизнес-стратегий, для этих фирм особенно актуален. Этот тезис имеет доказательную базу не только в российских исследованиях [10], но и европейских [11] и азиатских [12]. При этом авторы работ приходят к разным выводам относительно качества подобной помощи в своих странах. Турец-

кие исследователи резюмируют о наличие явного положительного эффекта такой поддержки, а российские – о явных пробелах в области маркетингового консалтинга. Так, по мнению Р.Р. Сидорчук, это практически полное отсутствие маркетинговой поддержки в отношении конкурентоспособности и клиентоориентированности СМП [13].

В отношении эффективности сложившейся системы государственной поддержки СМП в РФ наблюдается некоторая противоречивость выводов объективных эмпирических исследований и данных субъективной статистики – опросов руководителей малых и средних фирм. Так, по данным ОПОРА России, в региональных и местных программах поддержки участвует в среднем каждая четвертая компания и в основном участники высоко оценивают эффективность этих мер. Результаты исследования Буева с соавторами поддержки СМП в 49 регионах РФ свидетельствуют об отсутствии «статистически значимой связи, между объемами оказываемой государством поддержки и результатами деятельности малых предприятий» [14].

К такому же выводу приходит В.Г. Басарева, указывая, что распределение федеральных средств на государственную поддержку СМП в регионах таково, что ее получают субъекты РФ с положительной динамикой развития этого сектора [15]. Тем самым реально нуждающиеся в помощи регионы остаются без таковой. К схожим выводам об ограниченности результатов мер стимулирования малого бизнеса и противоречивости самого развития предпринимательства в России приходят и другие авторы.

Таким образом, актуальность задач оценки мер государственной поддержки СМП в настоящее время обусловлена не только возрастающей ограниченностью внешнего финансирования для малых предпринимателей, но и недостатками самой системы распределения бюджетных средств.

Существующее институциональное многообразие форм государственной поддержки ставит вопрос об их эффективности и актуальности с точки зрения достижения успешности и повышения конкурентоспособности отечественных СМП [16]. В экономической литературе можно встретить различные подходы к оценке эффективности государственной поддержки малого бизнеса. Традиционным является подход, в соответствии с которым в качестве показателей обратной связи используются показатели, характеризующие долю малых предприятий: в общем числе предприятий, в общем обороте, в налоговых поступлениях, в формировании ВРП и занятых на малых предприятиях от общей численности занятых [17].

Е.В. Балекин предлагает результативность использования выделенных средств на поддержку малого предпринимательства оценить по эффекту, который произвели выделенные средства, опираясь на следующие показатели обратной связи: количество малых предприятий; численность занятых на малых предприятиях; объем инвестиций в основной капитал малых

предприятий; оборот малых предприятий; фонд заработной платы на малых предприятиях [18].

Ряд экономистов считает целесообразным включать в анализ показатели отдачи бюджетных средств, затраченных на осуществление мер по содействию развитию малого бизнеса. А. Дадашев с соавторами в качестве таких оценочных показателей рассматривают: отношение годового прироста объема реализации к объему выделенных бюджетных средств на их поддержку; отношение годового прироста доходов работников к объему бюджетных средств; соотношение объема платежей в бюджетную систему и объема средств государственной финансовой поддержки (показатель бюджетной эффективности) [19].

В работе А.Н. Ежова с соавторами разработана методика оценки эффективности господдержки малого бизнеса на основе расчета прироста количества малых предприятий на 1 млн руб. бюджетных субсидий на примере долгосрочных целевых программ по развитию малого бизнеса, что позволяет оценить отдачу вложенных средств по различным направлениям деятельности СМП [20].

В исследовании М. Mrva и Р. Stachova [21] оценка государственной поддержки СМП осуществлена посредством показателей числа СМП, числа вновь созданных предприятий, вклад СМП в обеспечение занятости, безработицы, совокупной прибыли организаций.

В коллективном исследовании эффективности программ стимулирования экспорта Фрэнсис с соавторами опирается на методы субъективной статистики – по данным опросов оценивает влияние этой программы на компетенции, стратегию и эффективность малых фирм [22].

Разновидностью традиционного подхода к оценке можно считать интегральный метод, позволяющий формировать обобщающий показатель эффективности государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства. Согласно идеям А.Е. Кремина, интегральный показатель должен включать в себя 3 блока: социально-экономические показатели деятельности; показатели, характеризующие эффективность деятельности субъектов малого предпринимательства и показатели, характеризующие вклад малого предпринимательства в социально-экономическое развитие региона [23]. Согласно расчетам автора в период 2008–2014 гг. в РФ наблюдался спад интегрального показателя с 3,11 до 2,01, что свидетельствует о снижении показателей эффективности деятельности СМП и увеличении затрат государства на поддержку предприятий этого сектора.

На первый взгляд, данные официальной статистики РФ противоречат выводам эмпирических исследований – несмотря на кризисные явления в экономике, численность малых предпринимателей увеличивается высокими темпами как в целом по России, так и в Челябинской области.

Однако сомнительным остается качество подобного роста, поскольку, как известно, несколько раз изменялись критерии отнесения предприятий к СМП, а многие крупные предприятия в целях снижения налогового бремени «дробили» свой бизнес.

Таким образом, открытым остается вопрос об оценке эффективности и востребованности программ государственной поддержки в российском секторе СМП.

Библиографический список

1. Uesugi I., Sakai K., Yamashiro G.M. The Effectiveness of Public Credit Guarantees in the Japanese Loan Market // *Journal of the Japanese and International Economies*. 2010. Vol. 24, Issue 4, pp. 457–480.
2. Castillo J.A., Mora-Valencia A., Javier Perotec J. Moral hazard and default risk of SMEs with collateralized loans // *Finance Research Letters*. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.frl.2017.12.010>
3. Rupeika-Apoga R. Financing in SMEs: Case of the Baltic States. // *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 2014. – № 150. – pp. 116–125.
4. Guinness G. Mc., Hogan T., Powell R. European trade credit use and SME survival // *Journal of Corporate Finance*. 2018. – Vol. 49. – pp. 81–103
5. Wonglimpiyarat J. 2016. Challenges for China's banks: Investment policies to support technology-based start-ups. // *Technology in Society*. 2016. – Vol. 46. – pp. 49–57.
6. Alvarez R. Sources of export success in small- and medium-sized enterprises: The impact of public programs (2004) *International Business Review*, 13 (3), pp. 383–400.
7. Cansino J.M., Lopez-Melendo J., Pablo-Romero M.D.P., Sánchez-Braza A. An economic evaluation of public programs for internationalization: The case of the Diagnostic program in Spain (2013) *Evaluation and Program Planning*, 41, pp. 38–46.
8. Prelicean G., Boscoianu M. A Hybrid Framework for SME Financing Based on the Mix between Governmental Support and the Use of a Specialized Investment Fund in the Actual Context of a Slow Recovery after Crises and Turbulences // *Procedia Economics and Finance*. 2014. – Vol. 15. – pp. 738–745.
9. Wilthagen, T. SMEs unite! In: Hofheinz, P. & Mettler, A. SMEs in the single market – A growth agenda for the 21st century. Lisbon Council Policy Brief, 2012. – Vol. VI, № 3. – pp. 24–25.
10. Ильясова, А.В. Эффективность региональных программ поддержки малого и среднего бизнеса в Пензенском регионе / А.В. Ильясова // *Журнал XXI век: итоги прошлого и проблемы настоящего*. – 2015. – № 6. – С. 330–334.
11. Mrva M., Stachová P. Regional Development and Support of SMEs – How University Project can Help // *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. – 2014. – Vol. 110. – pp. 617–626.
12. Aykan E., Aksoylu S., Sönmez E. Effects of Support Programs on Corporate Strategies of Small and Medium-sized Enterprises // *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. – 2013. Vol. 99. – pp. 938–946.

13. Сидорчук, Р.Р. Государственная и общественная поддержка малых и средних предприятий в России / Р.Р. Сидорчук // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. – 2012. – № 2. – С. 4–25.
14. Буев, В.В. Малый предпринимательство в регионах России в 2009 году. Индекс развития малого предпринимательства / В.В. Буев, Ф.С. Сайдуллаев, А.А. Шамрай. – М.: АНО НИСИПП, 2010. – С. 12.
15. Басарева, И.Г. Государственная поддержка СМП: помощь или институциональная ловушка? / И.Г. Басарева // XI Международная научно-практическая конференция по проблемам развития экономики и общества, Москва, 6–8 апр. – 2010. – Т. 2. – С. 171–179.
16. Белова, И.А. Влияние программ поддержки малого и среднего бизнеса в России на их успешное функционирование. Методология устойчивого экономического развития в условиях новой индустриализации / И.А. Белова, В.И. Бархатов, Д.А. Плетнев // Сборник трудов международной научно-практической конференции. Крымский Федеральный университет им. В.И. Вернадского, 2016. – С. 147–151.
17. Быкова, Н.В. Современный подход к оценке эффективности государственной поддержки малого предпринимательства / Н.В. Быкова // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. – 2014. – Vol. 4. – С. 107–115.
18. Балекин, Е.В. Методические аспекты государственного управления развитием и поддержкой промышленного малого предпринимательства в Москве / Е.В. Балекин // Вестник Московского государственного областного университета. Серия Экономика. – 2010. – № 2. – С. 137–141.
19. Эффективность поддержки малого предпринимательства / А. Дадашев, И. Гловацкая, С. Лазуренко, А. Нешиной // Вопросы экономики. – 2002. – № 7. – С. 127–135.
20. Оценка эффективности государственной поддержки малого бизнеса в современных условиях / А.Н. Ежов, С.В. Лукин, Л.Н. Ильина и др. // Бизнес. Образование. Право. – 2016. – № 2. – С. 29–34.
21. Mrva M., Stachová P. (2014). Regional Development and Support of SMEs – How University Project can Help// Procedia – Social and Behavioral Sciences, vol. 110, 617–626.
22. Francis J., Collins-Dodd C. Impact of export promotion programs on firm competencies, strategies and performance: The case of Canadian high-technology SMEs (2004) International Marketing Review, 21 (4–5), pp. 474–495.
23. Кремин, А.Е. Методика оценки эффективности государственной поддержки малого предпринимательства в регионе / А.Е. Кремин // Проблемы развития территорий. – 2017. – № 3. – С. 46–61.

[К содержанию](#)