

О развитии малого бизнеса в России

© 2011 А.А. Вдовенко

кандидат экономических наук

Тверской государственной университет

E-mail: A-Vdovenko@yandex.ru

Малый бизнес в нашей стране отстает в своем развитии от стран Запада. Причиной является тот факт, что российский и западный малый бизнес зародились и развиваются в различных средах. Главной причиной отставания отечественного малого бизнеса является действие в особой, отличной от стран Запада, монополистической среде. Изменение этой среды возможно путем развития свободной рыночной конкуренции под контролем государства, ключом к которой является развитие независимого инновационного малого бизнеса.

Ключевые слова: развитие малого бизнеса, монополистическая среда, инновации, государственная поддержка малого бизнеса.

Прежде чем анализировать развитие малого бизнеса и его проблемы, необходимо рассмотреть его положение за определенный период, с момента становления по настоящее время.

Численность предприятий сектора малого бизнеса за 1995-2004 гг. была на уровне 800-900 тыс. (т.е. практически не изменялась)¹. Малый бизнес в течение девяти лет по этому показателю был относительно стабилен. И это несмотря на то, что в течение всего этого времени принимались многочисленные программы его поддержки, носящие как ежегодный, так и более долгосрочный характер, призванные увеличить его численность и эффективность. С 2005 по 2009 г. отмечается количественный рост сектора малого бизнеса². Это во многом связано с тем, что с 2007 г. был принят новый Закон о малом бизнесе — 204-ФЗ, где были впервые в российской практике выделены микро- и средние предприятия, а также с тем, что развитие программ поддержки малого бизнеса не прекращалось. В 2009 г. численность малых предприятий составила 1602,5 тыс.³, что примерно в 2 раза превышает численность малого бизнеса за 1999 г. Рост по численности сектора малого бизнеса сам по себе выступает положительным моментом, однако еще не говорит о его эффективности. Более знаковым является вклад малого бизнеса в ВВП. С 1995 г. по 2011 г. вклад малого бизнеса в ВВП был незначительным и составлял по годам 13-17 %⁴ (т.е. менее 20 %), что в совокупности с численным ростом этого сектора говорит о его слабой экономической эффективности. Торгово-посредническая сфера занимает доминирующее положение за весь период существования российского малого бизнеса, т.е. с 1991 г. по 2011 г., и в целом составляет более 40 %.

Доля инновационных предприятий играет незначительную роль в структуре малого бизне-

са. Численность инновационных предприятий является определяющей за весь период существования российского малого бизнеса, т.е. с 1991 г. по 2011 г. этот сектор экономики мало инновационен. Таковы основные характеристики развития нашего малого бизнеса.

Для того чтобы оценить развитие российского малого бизнеса как сектора экономики, его прежде всего необходимо сравнить с зарубежным малым бизнесом. За рубежом в целом и по странам численность малых предприятий весьма значительна и составляет более 90 % численности всех предприятий⁵. Вклад в ВВП также значителен (50-60 % доля малого бизнеса в целом по странам)⁶.

В развитии инноваций малый бизнес за рубежом также играет значительную роль. В целом его доля составляет до 75 % в развитии инноваций⁷. Это выдаваемые патенты, изобретения, рационализаторские предложения и др. Также значительную долю в структуре малого бизнеса занимают вместе с инновационными фирмами и машиностроительные, мелкосерийное производство, производство по индивидуальным заказам и др.

В сравнении с российским малым бизнесом малый бизнес за рубежом находится в значительно более выгодном положении и на ином более качественном, развитом уровне. Причин такого положения вещей достаточно много. Можно выделить три основные группы причин: 1) финансовые (нехватка первоначального капитала для начала деятельности, недостаток средств для закупки современного оборудования, аренды или покупки помещения, невозможность вовремя выплатить кредит и др.); 2) законодательные (отсутствие некоторых законов, призванных поддерживать развитие малого бизнеса в перспективных отраслях и для развития проблемных

территорий, нечеткость некоторых современных законов и др.); 3) внутреннего характера (неумение субъектов малого предпринимательства реально оценить рыночную среду и свои перспективы, слабая организация труда и пр.). Эти причины достаточно широко освещены в литературе. Они берут свое начало с момента появления отечественного малого бизнеса и имеют под собой глубокие корни. Развитие экономической среды для иностранного малого бизнеса и российского происходило по-разному (см. рис. 1).

бодно и безопасно развиваться и становиться крупными. Малый бизнес в странах Запада существует как естественное явление.

В нашей же стране развитие малого бизнеса имело свои особенности, которые предопределили его нынешнее состояние. В России малый бизнес первоначально начал свое развитие в жесткой административно-монопольной системе. Исторически малый бизнес развивается значительно меньший временной период, в отличие от западного. В монопольной системе первоначально

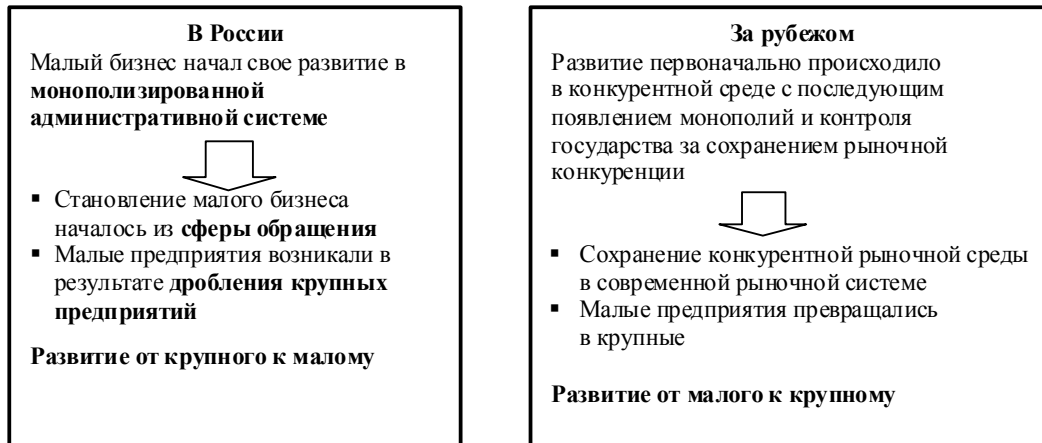


Рис. 1. Развитие экономической среды в России и за рубежом

Дело в том, что развитие зарубежного малого бизнеса происходило эволюционным путем и имеет давнюю историю. Зарубежный малый бизнес развивался первоначально в свободной конкурентной среде. Из этой среды со временем выделились крупные предприятия, превратившиеся впоследствии в монополии. Затем произошло разделение на крупный и малый бизнес, появилось антимонопольное законодательство. Свободная конкурентная среда стала сохраняться с момента появления крупных монопольных структур благодаря поддержке государства. Свободные, конкурентные предприятия развивались в этой среде и могли, развиваясь, со временем стать крупными. Влияние монополий было ограничено государством. В западной экономике возможно, пусть и в ограниченной форме, развитие от малого к крупному. Малое предприятие благодаря, как правило, нововведениям может превратиться в крупное. Таким образом, в западной экономике наблюдается движение от малого к крупному (как некий эволюционный процесс). Здесь уместно привести некоторые примеры. Например: компания Хегох из малой фирмы стала крупной, так же как и компания Apple, или компания Генри Форда, или компания Sikorsky. Все эти малые фирмы предлагали инновационный проект и имели возможность относительно сво-

начально присутствовал только крупный бизнес с жесткими командными методами регулирования. Места для малого бизнеса первоначально просто не было. Все экономические отношения были связаны только с крупными структурами. Свободная, конкурентная, рыночная среда отсутствовала. Поэтому становление малого бизнеса начиналось со сферы обращения (купли-продажи товаров, перепродажи, банальной спекуляции и т.п.), чего не было в странах Запада.

Кроме того, в результате рыночных преобразований многие крупные предприятия искусственно дробились на малые с целью создать сектор малого бизнеса. Однако сама монополия среда сохранялась, и малому бизнесу пришлось в ней развиваться. В России наблюдалось движение от крупного к малому, т.е. как некий процесс, противоположный западному, деэволюционный процесс. Эффективность такого сектора экономики с сохранением монополия среды оставалась низкой. Это объясняет тот факт, что численность сектора малого бизнеса долгое время была относительно стабильной на уровне 800-900 тыс. малых предприятий, а вклад в ВВП небольшим. Количественный же рост, который наблюдался в последние годы, говорит не в пользу малого бизнеса. Наряду с ростом численности предприятий малого бизнеса в его струк-

туре наблюдается рост численности микропредприятий, это свидетельствует о том, что малый бизнес мельчает. На конец 2008 г. всего насчитывалось 1347 тыс. малых предприятий. Из них микропредприятий 1065 тыс., или 79 %⁸. На конец 2009 г. их было уже 1602,5 тыс. Из них микропредприятия составляли 1374,7 тыс., или 86 %⁹.

Движение от малых предприятий к микропредприятиям - деэволюция. Движение же от малого к крупному, несмотря на поддержку государства, затруднено. Некоторые примеры являются скорее исключением из правила, а не правилом. Системного, устойчивого, последовательного движения от малого к крупному не наблюдается. Это происходит вследствие того, что экономической средой управляют по-прежнему крупные монопольные структуры, а свободная конкурентная среда в противовес монополиям не создана. Вклад малого бизнеса по-прежнему не велик и мало изменился с начала 1990-х гг. Малый бизнес, как мы упоминали ранее, концент-

рируется в основном в сфере обращения, торгово-посреднической, вследствие высокой монополизации рынка и кооперируется в этой среде с крупным. Развитие в сфере обращения для малого бизнеса имеет свои преимущества. Данная сфера обеспечивает относительно стабильное развитие. Скорость оборота капитала выше, чем в других отраслях, как следствие - возможность относительно быстро получить прибыль. Здесь также можно быстрее получить поддержку государства (кредитную и др.), так как в этой сфере легче доказать свою платежеспособность и перспективность.

Инновациями заниматься невыгодно вследствие низкой рентабельности инновационного бизнеса и риска. Если в добыче полезных ископаемых рентабельность по проданным товарам (работам, услугам) колеблется на уровне 30 %, а по активам - на уровне 12-13 %, то в отраслях, создающих нововведения (машиностроение, производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования), - на уровне, соответственно, 8-9 и 6 %¹⁰.

Поддержка государства носит противоречивый характер и не учитывает монополизации экономики. В секторе малого бизнеса активно развиваются различные кооперационные связи крупного бизнеса с малым (франчайзинг, франшиза, субподряд и др.). В результате этих кооперационных связей свободный малый бизнес становится подконтрольным крупному, его частью. Это уже не свободный конкурентный малый бизнес, а часть крупного под видом малого. В настоящее время, в целом, по странам до 60 % малых предприятий охвачены различного вида договорами кооперации с крупными структурами¹¹ (см. рис. 2).

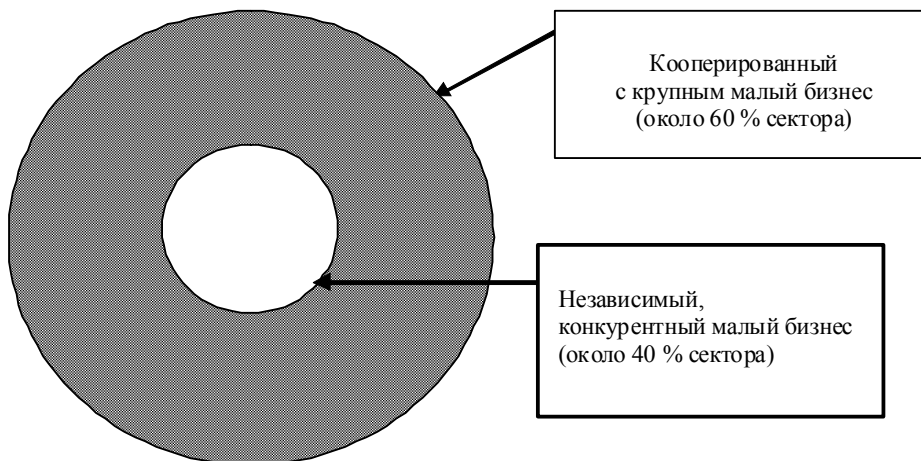


Рис. 2. Структура малого бизнеса в его кооперации с крупным

рируется в основном в сфере обращения, торгово-посреднической, вследствие высокой монополизации рынка и кооперируется в этой среде с крупным. Развитие в сфере обращения для малого бизнеса имеет свои преимущества. Данная сфера обеспечивает относительно стабильное развитие. Скорость оборота капитала выше, чем в других отраслях, как следствие - возможность относительно быстро получить прибыль. Здесь также можно быстрее получить поддержку государства (кредитную и др.), так как в этой сфере легче доказать свою платежеспособность и перспективность.

Инновациями заниматься невыгодно вследствие низкой рентабельности инновационного бизнеса и риска. Если в добыче полезных иско-

паемых рентабельность по проданным товарам (работам, услугам) колеблется на уровне 30 %, а по активам - на уровне 12-13 %, то в отраслях, создающих нововведения (машиностроение, производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования), - на уровне, соответственно, 8-9 и 6 %¹⁰.

Поддержка государства носит противоречивый характер и не учитывает монополизации экономики. В секторе малого бизнеса активно развиваются различные кооперационные связи крупного бизнеса с малым (франчайзинг, франшиза, субподряд и др.). В результате этих кооперационных связей свободный малый бизнес становится подконтрольным крупному, его частью. Это уже не свободный конкурентный малый бизнес, а часть крупного под видом малого. В настоящее время, в целом, по странам до 60 % малых предприятий охвачены различного вида договорами кооперации с крупными структурами¹¹ (см. рис. 2).

Поддержка оказывается всему сектору малого бизнеса и кооперированному с крупным и независимому, конкурентному малому бизнесу. Это способствует монополизации в экономике (см. рис. 3).

Поддерживая весь сектор малого бизнеса в целом, государство косвенно поддерживает сектор крупного бизнеса и торгово-посредническую сферу, которая не нуждается в поддержке. Подобная схема развития малого бизнеса консервирует сложившийся технологический уклад и не способствует развитию экономики.

По нашему мнению, главная проблема развития малого бизнеса в России - это **высокомонополизированная среда, в которой приходится развиваться малому бизнесу**. Эта причина явля-



Рис. 3. Государственная поддержка малого бизнеса

ется *основой* для тех трех групп причин, которые мы перечислили выше. Необходимо ограничить поддержку торгово-посреднических фирм и кооперированных с крупным бизнесом. Такие фирмы, как упоминалось выше, не нуждаются в поддержке, поскольку их развитие тесно связано с крупным бизнесом. Поддержку необходимо ранжировать по степени вовлечения структур малого бизнеса в крупный, что позволит оказывать поддержку тем, кто в ней действительно нуждается. Это, прежде всего, независимый, конкурентный малый бизнес и малые машиностроительные и инновационные фирмы. Именно данная часть малого бизнеса способна при должном своем развитии и поддержке изменить сложившийся технологический уклад и способствовать развитию всей экономической среды в целом.

¹ См.: Россия в цифрах: кратк. стат. сб. / Росстат. М., 1996. С. 254; Российский статистический ежегодник. 2003 / Росстат. М., 2004. С. 322; Российский статистический ежегодник. 2004. М., 2005. С. 338.

² См.: Российский статистический ежегодник. 2008 / Росстат. М., 2009; Российский статистический ежегодник. 2009 / Росстат. М., 2010.

³ См.: Российский статистический ежегодник. 2010: стат. сб. URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b10_13/IssWWW.exe/Stg/d3/12-06.htm.

⁴ См., например: Лукьянович Н.В., Фадеева О.В. Возможности, проблемы и перспективы внешнеэкономической деятельности предприятий малого и среднего бизнеса Москвы и Московской области // Экон. науки. 2010. □ 1 (62). С. 479.

⁵ См., например: Блинов А.О., Шапкин И.Н. Малое предпринимательство: Теория и практика: учебник. М., 2003. С. 93; URL: <http://profi-forex.org/news/entry1008062705.html>.

⁶ Малый бизнес: учеб. пособие / кол. авт.; под ред. В.Я. Горфинкеля. М., 2009. С. 3.

⁷ См., например: Юзбашьянц Г. Инновационная модель бизнеса // Человек и труд. 2001. □ 12. С. 81.

⁸ Российский статистический ежегодник. 2009: стат. сб. URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b09_13/IssWWW.exe/Stg/html3/12-06.htm.

⁹ Российский статистический ежегодник. 2010: стат. сб. URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b10_13/IssWWW.exe/Stg/d3/12-06.htm.

¹⁰ Сорокин Д. О стратегии развития России // Вопр. экономики. 2010. □ 8. С. 32-33.

¹¹ Блинов А.О., Шапкин И.Н. Малое предпринимательство: Теория и практика: учебник. М., 2003. С. 91.

Поступила в редакцию 02.09.2011 г.