

Развитие российского среднего предпринимательства: кадровая составляющая

© 2013 Киселкина Ольга Владимировна
кандидат экономических наук, доцент
Казанский (Приволжский) федеральный университет
420008, г. Казань, ул. Кремлевская, д. 18
E-mail: ki-ov@mail.ru

Рассматриваются особенности развития среднего предпринимательства в российской экономике. Оценка значимости сектора среднего бизнеса зависит от границ определения объекта исследования. Чтобы повысить устойчивость среднего бизнеса и сделать его драйвером развития экономики, необходимо решить кадровые и финансовые проблемы, адаптировать политику государства под его возможности.

Ключевые слова: среднее предпринимательство, сектор среднего бизнеса, государственная политика поддержки средних предприятий.

В экономической системе любой страны важное место занимают средние предприятия. Они выступают связующим звеном между крупными компаниями и малым бизнесом. В современных условиях особое внимание уделяется значению среднего предпринимательства с точки зрения экономического роста и конкурентоспособности. Главными особенностями деятельности средних предприятий являются инновационное поведение, создание дополнительных рабочих мест. Как и малые предприятия, они более устойчивы к изменениям рыночной конъюнктуры и могут быстро адаптироваться к новым условиям внешней среды.

Существенную роль в развитии среднего бизнеса имеет кадровая составляющая. В отличие от малых предприятий, среднее предпринимательство развивается не только за счет творческой инициативы, способностей и профессионализма владельцев, оно требует формирования коллектива квалифицированных специалистов, организационной среды и сотрудничества. У среднего предприятия ограниченное количество ресурсов, необходима высокая концентрация компетенций в условиях специализации и определенной диверсификации деятельности.

На протяжении последних лет в российской экономике растет заинтересованность государства в развитии малого и среднего бизнеса, создаются правовые, экономические и социальные условия для повышения их эффективности и жизнеспособности. Важность сектора средних предприятий обусловлена тем, что он помогает, а порой и замещает государство в решении сложных социально-экономических задач, формирует средний класс¹. Но после кризиса средний бизнес так и не стал драйвером экономического роста и является

достаточно уязвимым субъектом экономических отношений в силу ряда проблем².

Трудность оценки динамики развития среднего предпринимательства связана с четким определением объекта исследования. До 2008 г. у нас сектор среднего бизнеса законодательно не выделялся и не учитывался. Российская статистика группировала данные о средних предприятиях с числом занятых свыше 100 чел. вместе с крупными предприятиями.

Классификация предприятий, по которой экономическая деятельность относится к малому, среднему и крупному сектору экономики, была определена Федеральным законом "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации". Для средних предприятий установлена численность занятых от 101 до 250 чел. и выручка от 400 млн до 1 млрд руб. Критерии отнесения предприятий к соответствующей категории в указанном законе были определены, прежде всего, для осуществления государственной поддержки субъектов российского малого и среднего бизнеса. Они не учитывали качественных показателей и специфических характеристик деятельности средних предприятий.

Практически во всех странах мира законодательно закреплена такая классификация предприятий, при этом число показателей порой существенно различается. Помимо часто применяемых критериев отнесения предприятий, таких как численность персонала, размер уставного капитала, величина активов, объем оборота, учитываются и такие показатели, как отраслевая принадлежность, технический уровень производства, стадия роста, характеристики владельцев, стратегия и планирование, географическая сфера деятельности, типы проблем у предприятий.

Наибольшее употребление имеет термин “small business”, который часто рассматривается как предприятия мелкого и среднего бизнеса. Соответственно и в российских правовых актах в настоящее время под словосочетанием “малое предприятие” имеют в виду малые и средние предприятия (МСП). Такое объединение не всегда корректно, особенно при разработке мер поддержки государственной политики и оценке роли этих секторов в развитии национальной экономики.

Для определения действительно средних предприятий в нашей стране проводятся специальные исследования, которые показывают следующее. Большинство отечественных предприятий с выручкой свыше 1 млрд руб. (а это всего лишь 32-33 млн долл.), т.е. номинально перешедших из разряда средних в крупные, таковыми себя вовсе не чувствуют. Вступая в прямую конкуренцию с транснациональными корпорациями, имеющими оборот в десятки, а то и сотни миллиардов долларов, такие фирмы, скорее, ощущают себя средними рыбешками в окружении акул. Так же выглядят они и на фоне отечественных гигантов³.

В данном исследовании используется ранг-размер-анализ для определения объектов, обладающих внутренним единством. По результатам этого анализа, средний бизнес занимает диапазон выручки от 200 млн до 20 млрд руб.

Расширение границ показателей обосновывается следующими примерами. Правилами включения в список 100 лучших малых компаний США журнала “Форбс” (Forbes 100 Best Small Companies in America) установлены границы годовой выручки от 5 млн до 1 млрд долл. Немецкий экономист Герман Симон, один из крупнейших в мире знатоков среднего бизнеса, подтверждает, что, как правило, в качестве крупных классифицируются компании с годовой выручкой более 1 млрд долл. Выручка в размере 20 млрд руб. (650 млн долл.) с таких позиций с запасом укладывается в категорию среднего бизнеса⁴.

Согласно такой классификации к средним можно отнести 39,6 тыс. предприятий, которые производят достаточно большое количество выпускаемых в стране товаров и услуг. В 2011 г. на средний бизнес приходилось 55,3 % общей выручки средних и крупных предприятий страны.

Данные Росстата РФ, рассчитанные в соответствии с критериями, установленными законом, определяют сектор среднего бизнеса в значительно меньших масштабах. Так, количество средних предприятий на конец 2010 г. составляло 18 882 ед., на конец 2011 г. - 17 703, а в

конце 2012 г. в среднем бизнесе числилось только 15 826 компаний⁵. По количеству предприятий средний бизнес составляет менее 1 % от всего сектора малых и средних предприятий. В то же время оборот средних предприятий достаточно стабилен, но не превышает 4 % оборота всех организаций.

Размеры сектора малых и средних предприятий в России с каждым годом сокращаются и к началу 2013 г. составляют 20 % от ВВП и четверть занятых в экономике. Это значительно меньше, чем в развитых странах (США - около 50 %, в Европе - 60-80 %) и в других странах, сопоставимых с нами по уровню развития.

На протяжении последних лет Татарстан входит в десятку лучших российских регионов с высоким потенциалом развития малого и среднего бизнеса. Последние данные о состоянии малого и среднего бизнеса в Республике Татарстан свидетельствуют о снижении предпринимательской активности. За последние три с половиной года число индивидуальных предпринимателей снизилось со 128,3 тыс. чел. до 94 тыс. чел. Произошло резкое снижение количества и средних предприятий в 2011 г. с 759 ед. до 559, а в первом полугодии текущего года их численность сократилась с 521 до 461 ед. Численность занятых в средних компаниях также сократилась, за три года упав с 79,6 тыс. чел. до 60,5 тыс. чел. Положительная динамика наблюдается только в обороте этих организаций с 136,9 млрд руб. в 2010 г. до 166,7 в 2012 г.⁶

Сокращение сектора среднего бизнеса свидетельствует о серьезных структурных и фискальных проблемах в предпринимательской среде, а также может быть связано со сменой статуса предприятия. В настоящее время меры государственной поддержки в нашей стране в большей степени направлены на малый сектор бизнеса⁷. Средние предприятия не имеют льгот при создании рабочих мест, возможности субсидирования процентных ставок по кредитам, расходов на участие в выставках и приобретение оборудования, доступа к долгосрочным финансовым инструментам. Они сталкиваются с административными барьерами и налоговыми проверками чаще, чем малые предприятия. Это объясняет тот факт, что малые компании не стремятся стать средними, и, наоборот, средние меняют свой статус на малый или уходят в неформальный сектор. Последний шаг подтверждается тем, что с сокращением числа предпринимателей количество безработных в нашей стране не увеличивается.

Предприятия среднего бизнеса работают в отраслях с низкой капиталоемкостью, что по-

зволяет им получать определенную экономию по сравнению с крупными компаниями. Наибольшая доля в отраслевой структуре оборота средних предприятий стабильно на протяжении многих лет приходится на торговую сферу (42-44 %). На второй позиции - предприятия, осуществляющие деятельность в обрабатывающей промышленности (24-25 %). На научные исследования и разработки приходится менее 1 %.

Многие отрасли российской экономики перенесли существенную модернизацию в последнее десятилетие благодаря активной деятельности быстрорастущих средних предприятий-«газелей». Это предпринимательские фирмы, которые имеют высокие темпы роста (более 30 % прироста на протяжении четырех лет подряд), в несколько раз превосходящие среднеотраслевые показатели национальной экономики и демонстрирующие экспансионное развитие. Сотовая телефония, потребительское кредитование, отдельные направления IT-бизнеса, мясопереработка, птицеводство, электронные платежи и другие существенно поменяли свой облик после того, как была найдена новая бизнес-модель. Их успех часто был связан с тем, что они выходили на выпуск самых обычных товаров, но по новейшим технологиям, заполняли свободные ниши или использовали благоприятную конъюнктуру. Такие возможности быстро исчерпываются.

Удержать высокие темпы роста трудно, если не искать новые предпринимательские идеи, не разрабатывать конкурентные стратегии. Перспективные точки развития средних предприятий должны быть связаны с приоритетами реального сектора экономики, с разработкой новых промышленных технологий и инновационных продуктов. Нам нужны современные высокотехнологичные «национальные чемпионы» вроде Apple, чтобы обеспечить качественное развитие отечественной экономики.

Любая фирма является развивающейся организацией. Укрупнение бизнеса приводит к формированию контрактных отношений и интеграционных связей в целях стабилизации деятельности. Эффективность использования различных форм укрупнения или встраивания в корпоративные структуры зависит от жизненного цикла отрасли, от анализа внешних стимулов и внутренних мотивов, а также от вероятных последствий для бизнес-системы в целом⁸.

Причин слабого развития среднего предпринимательства достаточно много. Рост налогов и цен на услуги естественных монополистов, усиление конкуренции, низкие темпы роста доходов населения и платежеспособного спроса приводят к росту кредиторской задолженности средних предприятий и их переходу в сектор малого бизнеса или к поглощению крупными компаниями. Не ослабевают кад-

ровые проблемы - сохраняется острый дефицит квалифицированных специалистов и рабочих, качество подготовки молодых кадров не соответствует требованиям, и работодателям приходится их доучивать и переучивать.

Согласно опросу предпринимателей специализации Объединения предпринимательских организаций России, самым главным препятствием для развития бизнеса в сфере обрабатывающих производств является «низкая доступность персонала требуемой квалификации на рынке труда». Эту проблему в качестве одной из самых серьезных назвали 47 % малых и средних компаний. Более половины руководителей отметили, что найти инженеров и технических специалистов либо сложно (40 %), либо практически невозможно (28 %). Для 37 % компаний проблема найма квалифицированных рабочих зачастую остается нерешенной, а 40 % компаний при поиске квалифицированных рабочих сталкиваются со значительными трудностями. Лишь пятая часть всех компаний (21 % респондентов) находит квалифицированных рабочих легко или преодолев небольшие трудности. Проблемы с подбором сотрудников административных подразделений, таких как финансовые службы, снабжение, продажи, менее значительны - 27 % опрошенных отмечают, что это сделать сложно или невозможно⁹.

Большинство средних предприятий выбирают стратегию узкой специализации. Сосредоточивая свои усилия на одном конкретном товаре или привлекательной для потребителей услуге, любая компания способна создать конкурентные преимущества. Увеличение предоставления покупателям комплекса тесно связанных между собой товаров или услуг требует дополнительных финансовых и трудовых ресурсов. На практике дополнительные проекты оказываются не столь прибыльными и удачными, как основной бизнес, поэтому диверсифицированных компаний в сфере российского среднего бизнеса практически нет. Лишь немногие предприятия среднего бизнеса расширяют линейки продуктов и услуг для привлечения новых покупателей и осуществляют экспансию в регионы России.

Возможности реализации специализации предприятия и горизонт роста увеличиваются с расширением границ рыночной ниши. Для средних предприятий большое значение имеет работа как на внутреннем, так и на внешнем рынках. Успешное развитие может быть достигнуто за счет встраивания в международные структуры и повышения привлекательности для стратегических иностранных партнеров. Тем не менее, российские средние компании не стремятся выходить из своей ниши и глобализировать бизнес. Прошло больше года после вступления России в ВТО, многие предприниматели не почувствовали перемен и не могут дать оценку по-

следствий вступления, хотя предполагают появление трудностей и угроз для бизнеса в связи с усилением конкуренции в дальнейшем.

Предпринимательство предполагает постоянный поиск новых оригинальных идей и возможностей их воплощения в конечный результат. В то же время важным фактором в создании успешно работающей компании, в обеспечении ее роста и развития является персонал. Именно человеческий фактор служит условием развития таких татарстанских компаний, как Данафлекс (производитель упаковок для пищевых продуктов) и IT-компания Digital агентство it's. Подчеркнем, что рост определяется увеличением количественных показателей деятельности компаний, развитие характеризуется увеличением возможностей организации достигать свои цели. Ограничения роста заложены во внешнем окружении, а ограничения развития находятся внутри самой системы.

Внутренними факторами развития являются деловые и профессиональные качества руководителей. Сам предприниматель должен быть увлечен идеей, способен самостоятельно и ответственно развивать новое направление бизнеса. Особая роль руководителя заключается в построении корпоративной культуры, которая мобилизует всех сотрудников на обеспечение развития и быстрого роста показателей бизнеса, в своевременности принятия решений, использования порой неформального контроля и планирования. С увеличением масштабов деятельности требуется создание многофункциональной команды менеджеров и сплоченного коллектива. Управленцы должны обладать соответствующими компетенциями, а персонал способен принимать решения.

В отличие от крупных корпораций, средние предприятия не могут за счет собственных средств осуществлять достаточные для своего развития инвестиции. Для глобальной модернизации и технического перевооружения производства требуются кредитные ресурсы. Многие банки сегодня стремятся организовать доступное финансирование и разрабатывают особый подход к оценке кредитоспособности особенно быстрорастущих предприятий среднего бизнеса. Они снижают незначительно процентные ставки, применяют упрощенную схему рассмотрения заявок, запрашивают минимальный пакет документов и предъявляют более лояльные требования к устойчивым и гибким предприятиям среднего бизнеса.

Содействие развитию среднего предпринимательства является вопросом как федерального, так и местного значения, но большинство реализуемых сегодня механизмов малоэффективны. В современных условиях предпринимателям, управленцам и наемным рабочим не хватает знаний и профессио-

нальных навыков. Негативное влияние на развитие среднего бизнеса оказывают высокий уровень налогов, низкая доступность финансов, несправедливая конкуренция, неразвитость инфраструктуры и слабость информационной базы.

Для успешного развития страны политику государства следует адаптировать под цели и возможности среднего предпринимательства. Необходимо системная работа в области подготовки предпринимателей и квалифицированных кадров, повышения профессионального уровня работников малых и средних предприятий. Поскольку у государства нет точного представления о профессиональном потенциале населения, положительный результат будет получен от привлечения предприятий к работе по оценке потребностей в кадрах. Следует четко определить границы среднего бизнеса, учитывая количественные и качественные критерии, чтобы разработать дополнительные меры поддержки субъектов среднего предпринимательства.

Разработка проектного финансирования среднего бизнеса, расширение доступа к государственным закупкам, увеличение налоговых льгот в первую очередь для производственных и инновационных предприятий позволят укрепить сектор среднего предпринимательства. Следует помнить, что среднее звено экономики имеет принципиальное значение для обеспечения социальной и экономической стабильности, динамичного инновационного развития, формирования среднего класса и роста социальной мобильности общества.

¹ Фахрутдинова Е.В., Васильев А.К. Дуалистический характер взаимообусловленности качества жизни населения и среднего класса в современной экономической системе // Экономические науки. 2011. □ 85. С. 83-87.

² Талаш Х., Сафина Л.М. Формирование среднего класса в современной России // Экономические науки. 2013. □ 104. С. 23-28.

³ Полунин Ю., Юданов А. Хрупкая сила среднего бизнеса. URL: <http://expert.ru/expert/2013/20/hrupkaya-sila-srednego-biznesa>.

⁴ Там же.

⁵ Данные Росстата. URL: <http://www.gks.ru>.

⁶ Деловой центр Республики Татарстан. URL: <http://www.tatcenter.ru>.

⁷ Салыхов Э.Ф. Малое предпринимательство: экономическая сущность и социальная роль // Современное искусство экономики. 2011. □ 1. С. 101.

⁸ Киселкина О.В. Условия и механизмы интеграции корпораций в российской экономике. // Учен. Зап. Казанского государственного университета. 2009. Т. 151, кн. 4. С. 209-210.

⁹ Предпринимательский климат в России: Индекс ОПОРы - 2012. URL: http://perm.opora.ru/upload/law_data/index_2012.pdf.