

ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РЕГИОНАХ

М. А. Шехова,

*начальник отдела сводно-экономических работ
Витебского областного управления статистики*

Региональная ориентация государственной поддержки малого предпринимательства

Сектор малого предпринимательства как часть любой экономической системы обеспечивает гибкость и быструю перестраиваемость производства, активизирует инновационную деятельность, вовлекает в производственный процесс нерентабельные для крупных предприятий ресурсы, способствуя повышению конкурентоспособности экономики и эффективности общественного производства.

Развитие малого предпринимательства дает возможность реализовать свой творческий потенциал всем желающим и тем самым удовлетворить высшую, согласно иерархии потребностей Маслоу [1. С. 367], потребность в самовыражении. Малый бизнес способствует формированию среднего класса – залога экономической и политической стабильности в государстве. Все это, наряду с обеспечением занятости населения, формирует благоприятный социальный климат.

В настоящее время в Республике Беларусь малому бизнесу уделяется значительное внимание: приняты соответствующие законы, разрабатываются программы государственной поддержки на общереспубликанском и областном уровнях, созданы центры и фонды поддержки предпринимательства, ряд свободных экономических зон, научно-технологических парков и инновационных центров.

Однако следует признать, что желаемые темпы развития подобных предприятий, обозначенные в программах, зачастую не совпадают с действительными, деловая активность малого предпринимательства снижается. Следовательно, поиск действенных и эффективных организационно-экономических инструментов государственной политики поддержки малого бизнеса по-прежнему актуален.

Малое предпринимательство развивается по территории республики весьма неравномерно. Больше половины всех малых предприятий (58%) находится в Минске, остальная часть тяготеет к областным центрам и другим крупным городам. Крайне слабо развит данный сектор экономики в малых городах и сельской местности. Вместе с тем именно для этих типов населенных пунктов в наибольшей степени характерны дефицит товаров и услуг, проблемы трудоустройства, культурного досуга и т. д.

Малый бизнес в силу своей специфики имеет региональную направленность, так как исходит из потребностей и возможностей насыщения местного рынка, объема и структуры локального спроса. В условиях развития хозяйственной самостоятельности регионов малые предприятия могут рассматриваться как важное средство оптимизации структуры региональной экономики. Следовательно, местные руководящие органы, ответственные в целом за решение многих региональных проблем, нуждаются в таком инструменте управления, как региональная программа развития малого бизнеса, разработка которой должна осуществляться в Республике Беларусь не только для областного, но и районного уровня (рис. 1).

Ощутимую пользу такие программы могут принести, если:

- их разработке будет предшествовать анализ развития малого предпринимательства в области в разрезе районов;
- в них будут определены основные проблемы районов, решение которых связано с активизацией малого бизнеса, выявлен имеющийся для этого потенциал;
- контроль за выполнением поставленных в программе задач будет осуществляться с помощью системы показателей, а результаты контроля – связаны с материальным стимулированием государственных работников, ответственных за их реализацию.

**Мероприятия по поддержке
малого бизнеса**

Все мероприятия государственной программы, необходимые для осуществления задач поддержки малого предпринимательства, с учетом значимости и последовательности можно объединить в три блока:

- создание благоприятной для малого бизнеса внешней среды;

- содействие решению основных проблем малых предприятий;
- ориентация малых предприятий на решение приоритетных проблем конкретных территорий.

К первому блоку можно отнести следующие мероприятия: стабилизация и совершенствование правовой среды; формирование благоприятного для предприниматель-

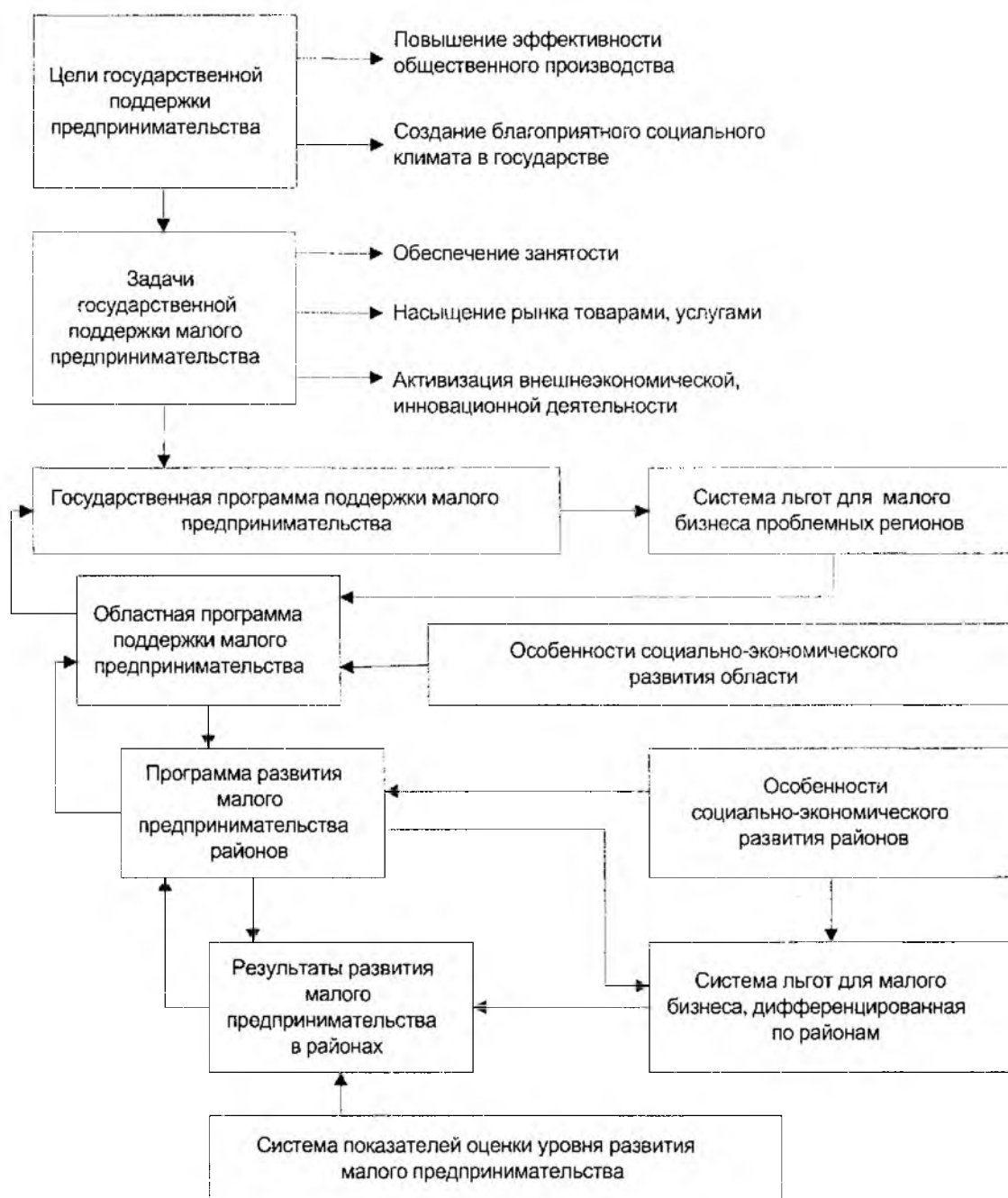


Рис. 1. Порядок разработки мер государственной поддержки малого предпринимательства.

ства общественного мнения; расширение сферы деятельности малого бизнеса за счет реструктуризации нерентабельных крупных предприятий, разгосударствления и приватизации объектов коммунальной собственности (собственности административно-территориальных единиц).

Первое из данных мероприятий относится к компетенции республиканских органов власти и является наиболее важным и определяющим эффективность проведения всех остальных. В выполнении двух других местные органы управления должны принимать самое активное и непосредственное участие. Главным итогом и целью осуществления мероприятий первого блока должно стать создание необходимой критической массы малых предприятий на каждой конкретной территории. Для выполнения этой задачи важно проанализировать состояние развития малого предпринимательства в данном регионе, неиспользованные возможности и ресурсы.

Второй блок задач связан с тем, что малые предприятия, выполняя важную позитивную роль в экономике государства, сами имеют проблемы, обусловленные ограниченностью финансовых и кадровых ресурсов. Особенно ощутимо негативное воздействие этого обстоятельства на этапе создания и в начальный период деятельности, и именно в этот период особенно необходима помощь государства малому предпринимательству. Она может выражаться в предоставлении льготных кредитов; установлении налоговых льгот; создании инфраструктуры поддержки малых предприятий (инкубаторов, центров, лизинговых предприятий, страховых агентств и т.п.); организации технической помощи со стороны государственных научных учреждений; поощрении сотрудничества крупных и малых предприятий в форме франчайзинга; предоставлении возможности малым предприятиям участвовать в госзаказах.

Местные органы управления должны информировать предпринимателей об имеющихся льготах, обеспечивать доступность ресурсов и услуг, предлагаемых ближайшими объектами инфраструктуры поддержки малого предпринимательства, обеспечивать оперативную связь с государственными на-

учными учреждениями, содействовать развитию лизинга и франчайзинга.

Третий блок мероприятий обусловлен необходимостью направлять малые предприятия на решение приоритетных задач в конкретных регионах. Чаще всего такими задачами являются: инновационная деятельность, выпуск экспортной и импортозамещающей продукции, потребительских товаров, предоставление социально значимых услуг, организация новых рабочих мест для полной занятости населения.

Решению этих задач призваны способствовать следующие мероприятия: информационное обеспечение инновационной и внешнеэкономической деятельности малых предприятий; помощь в рекламе предлагаемых на экспорт товаров; шефство опытных экспортеров, создание инновационных центров, технопарков; предоставление венчурного капитала малым предприятиям, создаваемым в перспективных отраслях; налоговые льготы и льготные кредиты для предприятий, которые создают рабочие места и выпускают социально значимые товары и т. д.

Наиболее сложным является определение приоритетных направлений развития малого бизнеса для конкретной территории. При решении этой задачи необходимо рассматривать во взаимосвязи конъюнктуру и перспективы регионального рынка, свободные и нерационально используемые ресурсы сырья, имеющиеся и потенциальные резервы рабочей силы, современные и перспективные пути развития коммуникаций, внешние экономические связи, экологическую обстановку, требования к уровню социального развития населения в настоящее время и в перспективе и т. д. Главную роль в оценке ситуации в конкретном регионе и определении приоритетных направлений развития предприятий малого бизнеса, которым будут предоставлены специальные льготы на конкретной территории, должны сыграть местные органы управления с привлечением к этой работе специалистов различных направлений. При этом следует учитывать, что наилучшим образом малый бизнес способен решить проблемы занятости населения, обеспеченности жителей региона товарами, услугами, использования научно-

технического потенциала, природных ресурсов и т. д.

Показатели для контроля за выполнением мероприятий по поддержке малого предпринимательства

Важными моментами в реализации предложенных мероприятий являются постановка необходимых задач и контроль за их выполнением. Для этого необходима система показателей, отражающая степень развития малого бизнеса на каждой территории. Для первого блока это должны быть следующие показатели: количество малых предприятий на 1000 жителей конкретного населенного пункта; доля населенных пунктов района, охваченных малым предпринимательством; доля работающих на малых предприятиях в общем количестве занятых; удельный вес населения территории, положительно относящегося к малому предпринимательству;

для второго – количество предпринимателей, получивших льготные кредиты, воспользовавшихся помощью центров поддержки предпринимательства, государственных научных учреждений; оценка предпринимателями, занимающимися бизнесом на определенной территории, доступности услуг и ресурсов, предлагаемых соответствующими учреждениями;

для третьего – удельный вес в общем количестве малых предприятий, работающих по направлениям, определенным как приори-

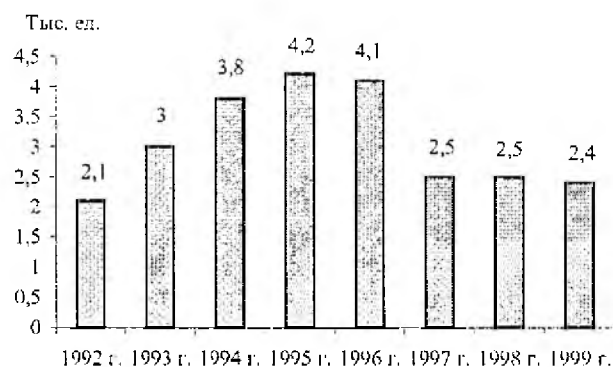


Рис.2. Количество зарегистрированных малых предприятий в Витебской области на конец года.

Источник: Данные Витебского областного управления статистики.

тетные на данной территории; удельный вес в общем объеме выпускаемой продукции предприятий соответствующих отраслей.

Источниками информации для определения уровня приведенных показателей должны быть органы государственной статистики и результаты социологических опросов.

Рассмотрим возможность применения данных методологических подходов на примере Витебской области.

Малый бизнес в экономике Витебской области

В Витебской области, как и в целом по стране, наиболее динамичное развитие сектора малого предпринимательства пришлось на 1990–1995 гг. Начиная с 1996 г. число зарегистрированных малых предприятий стало снижаться и с 1997 г. осталось почти без изменений, сократившись к уровню 1995 г. на 40% (рис. 2). Значительное сокращение общего количества предприятий произошло после перерегистрации, проведенной в 1997 г. Большинство из ликвидированных за этот период предприятий фактически уже не работали в течение нескольких лет, а некоторые не начинали деятельности с момента своей регистрации. Это свидетельствует о наличии факторов, препятствующих реализации предпринимательского потенциала.

Всего за 1990–1999 гг. в Витебской области было зарегистрировано более 5 тыс. малых предприятий, за это же время более 3 тыс. (57%) из них ликвидированы по различным причинам, 68% закрытых малых предприятий не проработали и четырех лет, 44% – трех, 21% – двух.

Общепринятый показатель, характеризующий уровень развития малого предпринимательства, – доля работающих на малых предприятиях в общем числе занятых. В соответствии с ним малый бизнес в области развит слабо, так как в данном секторе экономики задействовано только 3% общего числа работающих. Для сравнения: в России данный показатель составляет 13% [2. С. 54], в промышленно развитых странах – от 30 до 80%. С одной стороны, международные сравнения относительно в связи с различными критериями отнесения предприятий к категории малых, с другой – недостаточный уровень развития данного секто-

ра очевиден. В 1998 г. в секторе малого предпринимательства области произведено только 2% объема продукции, продано 4% товаров в розничной торговой сети и выполнено 9% объема подрядных работ.

Таким образом, сектор малого предпринимательства в Витебской области не играет весомой роли, которая имеет место в экономике развитых стран; темпы развития недостаточно интенсивны для парирования собственного потенциала и улучшения экономической ситуации в стране.

Уровень развития малого бизнеса по районам Витебской области

Анализ размещения малых предприятий по территории области показывает, что предпринимательская активность жителей зависит от типа населенного пункта. В городах Витебской области на начало 1999 г. одно малое предприятие приходилось в среднем на 376 жителей, в сельских населенных пунктах – на 2122. Больше всего данных предприятий в Витебске и Новополоцке – одно на 200–300 жителей; в центрах административных районов – в большинстве одно на 500–800 жителей. Крайне слабо развит этот сектор экономики в городских поселках с численностью населения от 1 до 3 тыс. чел. В 9 из 11 таких населенных пунктов нет ни одного малого предприятия, в двух – по одному.

Анализ размещения малых предприятий в сельской местности области свидетельствует о значительно большей предпринимательской активности в тех районах, центрами которых являются крупные промышленные города, имеющие, кроме того, существенный научно-технический потенциал, – Витебск, Полоцк и Орша. Самый высокий уровень развития малого предпринимательства на территории сельских населенных пунктов в Полоцком районе, где одно малое предприятие приходится на 459 жителей (в Витебском и Оршанском районах – в среднем на 1000 жителей). В этом отношении заметна активная роль Полоцкого центра поддержки предпринимательства.

Не проявляют инициативы в создании малых предприятий сельские жители Докшицкого, Лиозненского и Ушачского районов. На их территории в сельской местнос-

ти зарегистрировано только по одному малому предприятию.

Общий уровень развития малого бизнеса можно оценить, учитывая интегрально следующие показатели: количество малых предприятий на 1000 жителей, доля населенных пунктов, в которых есть такие предприятия (для районов), и доля занятых на малых предприятиях в общем количестве работающих (табл. 1). Таким образом, имеем пример многокритериальной задачи, одним из удачных способов решения которой является использование предложенной Харингтоном так называемой обобщенной функции желательности D [3. С. 207].

Для построения обобщенной функции желательности D необходимо преобразовать значение отдельных критериев в безразмерную шкалу желательности d . Построение шкалы желательности, которая устанавливает соотношение значения критерия y и соответствующего ему значения d (частной функции желательности), является в своей основе субъективным отражением отношения исследователя к уровню данного критерия.

Для построения шкалы желательности удобно использовать метод количественных оценок с интервалом значений желательности от нуля до единицы. Значение $d=0$ (или $D=0$) соответствует абсолютно неприемлемому значению показателя, а $d=1$ ($D=1$) – самому лучшему, причем дальнейшее улучшение его или невозможно, или не представляет интереса. Промежуточные значения желательности и соответствующие им числовые отметки приведены в табл. 2. Такой выбор числовых отметок объясняется удобством вычислений, поскольку $d = 0,63 \approx 1 - 1/e$, а $d = 0,37 \approx 1/e$.

Следовательно, наиболее ответственным моментом в интегральной оценке уровня развития малого предпринимательства по трем отдельным критериям является определение для каждого показателя значений, которые можно назвать высокими, средними и низкими. В данном случае средними будем считать значения показателей, соответствующие областным, низкими – наименьшие в области.

Преобразование значения критерия y в шкалу d производим с помощью выражения:

$$d = \exp \left[- \exp(-y') \right], \quad (1)$$

где $y' = b_0 + b_1 \cdot y$. (2)

Коэффициенты b_0 и b_1 можно определить, если задать для двух значений y соответствующие значения желательности d .

Обобщенная функция желательности рассчитывается по формуле:

$$D = \sqrt[k]{d_1 \cdot d_2 \cdot d_3 \dots d_k} \quad (3)$$

Полученные данные (табл. 3) позволяют сгруппировать районы Витебской области по следующим признакам: имеющие высокий уровень развития малого бизнеса, средний и низкий (рис. 3).

Потенциальные возможности развития малого бизнеса

Поскольку районы области имеют различную демографическую структуру населения и уровень образования, степень предпринимательской активности на всей ее территории не может быть одинаковой.

Корреляционный анализ зависимости количества зарегистрированных предприятий от количества трудоспособного населения, населения с высшим, высшим и средним техническим образованием показал влияние всех перечисленных факторов¹. При этом были получены соответственно следующие коэффициенты корреляции: 0,83; 0,85 и 0,82. Для данного анализа отобраны населенные пункты Витебской

Таблица 2

Базовые отметки шкалы желательности

Количественная отметка на шкале желательности	Желательность значения отклика
0,80–1,00	Очень высокая
0,63–0,80	Высокая
0,37–0,63	Удовлетворительная
0,20–0,37	Низкая
0,00–0,20	Очень низкая

¹ При расчетах использованы предварительные данные переписи населения 1999 г.

Таблица 1

Показатели уровня развития малого бизнеса по районам Витебской области

Район	Количество малых предприятий на 1000 жителей	Доля населенных пунктов района, охваченных малым предпринимательством, %	Доля занятых на малых предприятиях в общем количестве работающих, %
Бешенковичский	0,97	2,5	2,0
Браславский	0,61	0,5	1,3
Верхнедвинский	0,78	1,9	1,0
Витебский	0,83	5,7	3,5
Глубокский	0,54	1,5	0,9
Городокский	0,37	1,1	0,8
Докшицкий	0,20	1,1	0,4
Дубровенский	0,53	2,1	0,5
Лепельский	0,63	3,1	2,1
Лиозненский	0,32	1,2	0,4
Миорский	0,50	0,8	0,8
Оршанский	1,00	8,0	1,9
Полоцкий	2,22	8,2	6,7
Поставский	0,31	0,8	0,7
Россонский	0,59	2,9	2,0
Сенненский	0,49	1,5	0,7
Толочинский	1,02	3,7	3,0
Ушачский	0,65	0,8	1,5
Чашникский	0,93	1,8	1,2
Шарковщинский	0,50	1,2	0,8
Шумилинский	0,83	2,4	1,1
г. Витебск	3,78	-	5,6
г. Новополоцк	2,91	-	6,4
г. Орша	1,41	-	2,3
г. Полоцк	1,58	-	2,1
ВСЕГО	1,78	2,6	3,2

области, в которых есть или были зарегистрированы ранее малые предприятия. Выявлена наибольшая степень зависимости между предпринимательской активностью и долей населения в трудоспособном возрасте с высшим образованием (рис. 4). Это подтверждает обследование, проведенное международным научным коллективом по проекту TACIS ACE «Потребности в поддержке малых предприятий в Украине, Беларуси и Молдове: разработка структуры задач в области политики»: 80% владельцев малых и средних предприятий, попавших в выборку, имели высшее образование. Как отмечается

Таблица 3

Функция желательности показателей развития малого бизнеса по районам Витебской области

Районы	d_1	d_2	d_3	D
Бешенковичский	0,43	0,61	0,47	0,50
Браславский	0,33	0,20	0,37	0,29
Верхнедвинский	0,38	0,49	0,33	0,39
Витебский	0,39	0,93	0,66	0,64
Глубокский	0,31	0,41	0,31	0,34
Городокский	0,27	0,33	0,29	0,29
Докшицкий	0,22	0,32	0,23	0,25
Дубровенский	0,31	0,52	0,25	0,34
Лепельский	0,34	0,70	0,48	0,48
Лиозненский	0,25	0,34	0,23	0,27
Мнорский	0,30	0,26	0,28	0,28
Оршанский	0,43	0,98	0,46	0,58
Полоцкий	0,71	0,98	0,89	0,85
Поставский	0,25	0,26	0,27	0,26
Россонский	0,32	0,67	0,46	0,46
Сенненский	0,30	0,40	0,28	0,32
Толочинский	0,44	0,78	0,61	0,59
Ушачский	0,34	0,25	0,40	0,32
Чашникский	0,42	0,48	0,36	0,41
Шарковщинский	0,30	0,33	0,29	0,31
Шумилинский	0,39	0,58	0,34	0,42
г.Витебск	0,90	-	0,84	0,87
г.Новополоцк	0,81	-	0,88	0,85
г.Орша	0,54	-	0,51	0,53
г.Полоцк	0,58	-	0,48	0,53
Всего по области	0,63	0,63	0,63	0,63

в кратком отчете по данному исследованию, это является отличительной особенностью данного рынка по сравнению со странами с более зрелыми рыночными экономиками [5. С. 6].

Если применить формулу зависимости количества малых предприятий от числа жителей с высшим образованием ко всем имеющимся на территории области населенным пунктам, получим потенциальное количество малых предприятий (табл. 4).

Согласно полученным данным, в Витебской области больше всего (на 21%) реализован предпринимательский потенциал на территории Полоцкого района, менее всего (на 1,5%) – на территории Докшицкого.

Приоритетные направления развития малых предприятий Витебской области

Исследование проблем малого предпринимательства приводит к выводу о целесообразности развития неэнергоемких и не требующих привозного сырья отраслей малого бизнеса, для развития которых имеются неиспользованные ресурсы и возможности. Например, проходящая по территории региона транс-



Рис.3. Уровень развития малого бизнеса по районам Витебской области.

Проблемы и направления развития малого бизнеса в регионах

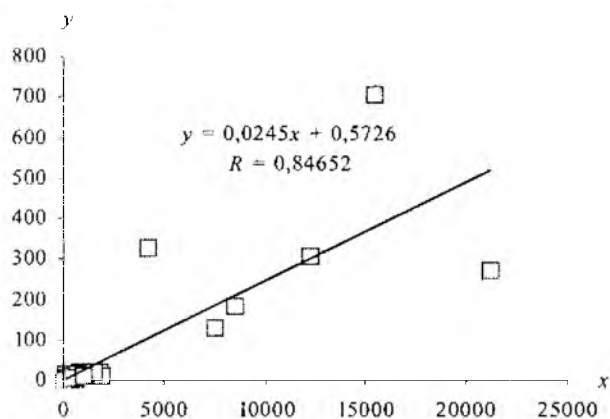


Рис. 4. Взаимосвязь количества трудоспособных лиц с высшим образованием (x) и зарегистрированных малых предприятий (y).

национальная магистраль, а также наличие природных ресурсов (лесных, водных) в Ушачском и Браславском районах предоставляют возможность развивать рекреационную деятельность и сферу обслуживания; имеющийся научно-технический потенциал Витебска, Полоцка и Новополоцка позволяет развивать инновационную деятельность. Кроме того, существует необходимость развития отдельных видов деятельности малых предприятий для решения конкретных проблем, например экологического предпринимательства (с учетом напряженного состояния окружающей среды в Полоцком, Оршанском и Витебском районах); создания малых предприятий, занимающихся розничной тор-

Таблица 4

Уровень реализованного потенциала развития малого предпринимательства по районам Витебской области

Район	Потенциальное количество малых предприятий	Количество зарегистрированных малых предприятий	Уровень реализованного потенциала развития малого бизнеса
Бешенковичский	336	23	6,8
Браславский	500	22	4,4
Верхнедвинский	404	24	5,9
Витебский	596	38	6,4
Глубокский	773	27	3,5
Городокский	514	13	2,5
Докшицкий	465	7	1,5
Дубровенский	277	12	4,3
Лепельский	765	27	3,5
Лиозненский	282	7	2,5
Миорский	417	16	3,8
Оршанский	553	46	8,3
Полоцкий	375	78	20,8
Поставский	699	15	2,1
Россонский	223	9	4
Сенненский	427	17	4
Толочинский	479	37	7,7
Ушачский	271	14	5,2
Чашникский	585	39	6,7
Шарковщинский	316	12	3,8
Шумилинский	367	22	6
Витебск	10133	1317	13
Новополоцк	2995	307	10,3
Орша	2339	193	8,2
Полоцк	1843	130	7,1
ВСЕГО	26920	2452	9,1

говлей и платными услугами, особенно в Полоцком, Ушачском и Шарковщинском районах.

* * *

Более полный анализ тенденций развития малого бизнеса на территории области затруднен из-за отсутствия данных об отношении населения к предпринимательству, об оценке руководителями малых предприятий условий деятельности и т.д. которые могут быть получены путем социологических опросов. Имеющаяся же информация позволяет сделать следующие выводы:

- потенциальные возможности развития малого предпринимательства в области еще далеко не реализованы;
- формированию малого бизнеса способствуют высокий уровень образованности населения, наличие научно-технического, промышленного потенциала, объектов инфраструктуры поддержки малых предприятий;
- развитие малого бизнеса осуществляется стихийно, без учета имеющихся возможностей и необходимости решения социально-экономических проблем конкретных территорий.

Таким образом, государственная программа развития малого бизнеса, дифференцированная с учетом особенностей социально-экономического развития отдельных районов и городов, могла бы способствовать активизации развития малого бизнеса с целью максимальной реализации преимуществ, предоставляемых данным сектором экономики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Мескои М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М.: Дело ЛТД, 1994.
2. Алимova Т. Малые предприятия в экономике России // Предпринимательство в России. 1998. №2.
3. Ахназарова С.Л., Кафаров В.В. Оптимизация эксперимента в химии и химической технологии: Учеб. пособие для химико-технологических вузов. М.: Высшая школа, 1978.
4. Малый бизнес в России: Оценка ситуации // Общество и экономика. 1996. №11-12.
5. Smallbone D., Welter F., Isakova N., Klochco J., Aculai H., Slonimsky A. The support needs of small enterprises in the Ukraine, Belarus, Moldova: Developing a policy agenda. Executiv summary for TESIS ACE project. London, 1999.

■ ■ ■