Корецкий Г.А.
ст. преподаватель кафедры статистики,
Владимирский филиал Всероссийского заочного финансово-экономического института

...а проблемы – большие!

задача решения проблем малого бизнеса на уровне муниципалитета

Малый бизнес как отрасль, с точки зрения территориального развития, играет важную роль в обеспечении населения (города, региона) рабочими местами, создании инфраструктуры территории (если говорить о предприятиях услуг) и в формировании валового регионального продукта.

Методы стратегического менеджмента (2, 3) все чаще применяются в практике регионального (6) и муниципального планирования (1) развития конкретных сфер городов и регионов.

В 2007 году по результатам работы группы экспертов, в состав которой на различных этапах работы входили представители малого бизнеса, научного сообщества (в том числе автор статьи) и администрации г. Владимира, был сформулирован перечень проблем, состоящий из 15-ти позиций. Следует отметить, что он характерен для большинства территорий постсоветского экономического пространства.

Группа аналитиков переформулировала ряд задач и произвела структуризацию проблемного поля, что позволило выделить корневые проблемы, т.е. те, которые определяют остальные, являются главными и требуют первоочередного решения. На *рис. 1* представлена структура проблемного поля, поясняющая, каким образом в качестве корневых проблем была выделена группа ментальных и системных проблем №11, 14 и

методы стратегического менеджмента все чаще применяются в практике регионального и муниципального планирования развития конкретных сфер городов и регионов

2 (стрелки отражают причинно-следственные связи).

Позднее, в ходе последующих обсуждений была вынесена на первый план группа системных проблем, имеющих отношение к сферам деятельности муниципалитетов. В частности, можно считать условно-корневыми проблемы с номерами 7, 10, 13 и 5.

Роль муниципалитетов в процессе решения выявленных проблем ограничена как рамками Федерального Закона «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» от 6 октября 2003 года № 131-ФЗ, так и политиками регионов и Федерации.

В рамках полномочий муниципалитетов возможны следующие направления по решению проблем развития малого бизнеса, которые можно считать выводами из проведенного исследования.

деловая активность многих предпринимателей невысока, они инертны и немобильны

В форме муниципальной политики для решения обозначенных проблем возможно принятие позиции интегрирующего звена между сферой образования, малым бизнесом, крупным бизнесом и местным сообществом. Это позволит муниципалитетам косвенно участвовать в изменениях и направлять их в требуемое русло с учетом целей всех субъектов. Интегрирующую функцию, например, могут выполнять муниципальные целевые программы.

Решение ментальных проблем, связанных с низкой деловой активностью, желанием самореализации через развитие бизнеса и его укрупнение (проблемы №11 и №2), возможно на уровне муниципалитетов посредством проведения обучающих семинаров для предпринимателей, в том числе через ориентирование «местных» консультационных групп на руководителей и специалистов.

Проблема нехватки рабочих кадров (№5), сопряженная с инертностью рынка образовательных услуг в условиях необходимости быстро адаптироваться под потребности предприятий тоже частично может быть разрешена организацией на местном уровне форм подготовки и переподготовки специалистов тех профессий,

предпринимательская культура еще не достаточно развита для того, чтобы бизнесмен понял, что выгоднее заплатить за информацию, чем принимать решения в условиях неопределенности

Проблемы малого предпринимательства	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14	15
1. Привлечение инвестиций для развития бизнеса сопряжено с потерей контроля со стороны предпринимателя (схема инвестиции в обмен на контроль)		Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч
2. Деловая активность многих предпринимателей невысока, они инертны и немобильны	↑		Пример: вторая проблема обуславливает первую (при этом стрелка определяет направление причины-следствия). И т.д.												
3. Многие предприниматели не стремятся повышать эффективность своего бизнеса, в том числе основных фондов и земельных ресурсов	↑	↓		Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч
4. Большинство предпринимателей не обладают перспективным мышлением и не заглядывают в будущее	↑	0	↑		Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч
5. В малом бизнесе, как и в крупном, не хватает квалифицированных рабочих кадров и специалистов, предприниматели не готовы вкладывать деньги в развитие кадров	0	↓	↓	↓		Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч
6. В производственной и инновационной сфере скорее не хватает новых идей, а не денег	↑	↓	↓	↓	↓		Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч
7. Дефицит промышленных зон, производственных площадок для малого бизнеса притом, что имеются площадки и земельные участки для размещения крупных предприятий	↓	0	↓	0	0	↓		Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч
8. У предпринимателей не хватает собственных средств на приобретение современного производственного оборудования и расширение ассортимента выпускаемой продукции	↓	↓	↓	↓	↓	↓	0		Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч
9. Малые предприятия не заинтересованы в росте, поскольку при этом теряется статус малого предприятия и увеличивается налоговое бремя	↑	↓	↓	↓	↑	0	↑	↑		Ч	Ч	Ч	Ч	Ч	Ч
10. В связи с наличием административных барьеров (лицензии, разрешения на перепрофилирование и т.д.) и отсутствием четких требований, организовать новое производство достаточно сложно	0	↓	0	↑	0	0	↑	0	↑		Ч	Ч	Ч	Ч	Ч
11. Большинство предпринимателей не стремятся развивать свой бизнес в связи с отсутствием у них лидерских качеств, желания успеха и самореализации через расширение бизнеса	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑		Ч	Ч	Ч	Ч
12. В связи с тем, что малый бизнес не заинтересован в раскрытии информации о себе, в органах власти не хватает информации (статистической, коммерческой и иной) о состоянии малого бизнеса	↑	0	0	↓	↑	0	0	0	0	↓	↓		Ч	Ч	Ч
13. Предприниматели испытывают «информационный голод» по вопросам изменения законодательства (налогового, земельного, трудового) и коммерческой информации, потому что они не знают, где взять эту информацию, также у них не хватает времени для изучения законодательства	0	↓	0	0	↓	0	0	↑	0	↑	↓	0		Ч	Ч
14. Различная полезная для малого бизнеса информация разрознена, что не позволяет предпринимателям оперативно реагировать на различные изменения	↑	0	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↓	↓	↑		Ч
15. Немногие предприниматели владеют компьютером и имеют доступ к сети Интернет	↑	↓	↓	↑	0	↑	↑	↑	↓	↑	↓	0	↑	↑	

Рис. 1. Структура проблемного поля развития малого бизнеса

которые востребованы предприятиями малого бизнеса.

Особый интерес представляет собой проблема №7, связанная с дефицитом производственных площадок. Согласно Федеральному Закону «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» от 6 октября 2003 года №131-ФЗ (ст. 14, п. 20) вопросы землепользования, планировки и застройки, а также осуществление контроля за использованием земель поселения отнесено к вопросам местного значения. В этой связи на уровне муниципальных образований целесообразно организовать учет площадок и земельных участков, создавать и поддерживать зоны регулируемого развития.

Не использующимся на настоящее время ресурсом также является передача объектов муниципального хозяйствования в концессию, что не только могло бы задействовать предприятия малого бизнеса в оказании муниципальных услуг, но также повысить их качество и эффективность использования ресурсов.

На уровне муниципалитетов могут быть созданы бизнес-инкубаторы, инновационно-технологические центры и новаторские группы, что позволит решить проблему нехватки новых идей (№6), объединить усилия изобретателей и направить их на решение актуальных задач.

Отдельное место занимает проблема информационного обеспечения малого бизнеса, ведь указанная задача решается на уровне предоставления соответствующих информационных и консультационных услуг. Однако предпринимательская культура еще не достаточно развита для того, чтобы бизнесмен понял, что выгоднее заплатить за информацию, чем принимать решения в условиях неопределенности.

В заключение отметим, что реализация данных положений потребует нормативного закрепления научно-обоснованных механизмов, что представляет собой отдельную задачу и одновременно с этим определяет направления дальнейших исследований в данной области.

большинство предпринимателей не стремятся развивать свой бизнес в связи с отсутствием у них лидерских качеств, желания успеха и самореализации через расширение бизнеса

Литература

1. Лапыгин Ю.Н., Илларионов А.Е., Лачинина Т.А. Разработка и реализация стратегии муниципалитета. – Владимир: Владимирская книжная типография, 2005. – 336 с.

2. Лапыгин Ю.Н. и др. Стратегическое развитие организации (учебное пособие). - М.: КНОРУС, 2005. – 290 с.

3. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий. / Пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб: Питер, 2001.
4. Пригожин А.И. Методы развития организаций. – М.: МЦФЭР, 2003. – 864 с.
5. Есенин М.А. Рейтинговая оценка регионов центрального федерального округа по уровню развития малого предпринимательства // Вопросы статистики. – 2007. - №5. – с. 49-53.
6. Лапыгин Д.Ю. Методологическое обеспечение процесса разработки плана стратегического развития региона // Менеджмент в России и за рубежом. -2005. - № 6. – с. 40-52.
7. Федеральный закон РФ 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».

G.A. Koretskiy,
sen. lecturer, statistics department, Vladimir Branch, All-Russia Part-Time Financial and Economic Institute

The Task of Solving the Problems of Small Business at the Municipality Level

The work proposed by the author is relevant because under the conditions of strict delineation of powers at the municipalities - regions - Federation levels, with the municipalities being restricted in their choice of tools to regulate the development of many sectors, an analysis of the structure of problems in this or that sector is a starting point in identifying the focal points for efforts to be applied and ascertaining the possibility of solving the problems identified, taking into consideration the existing limits of powers.
As a sector, small business plays an important role in terms of territorial development in providing the public in a territory (city, region) with jobs, developing the territory's infrastructure (in the case of service providers) and contributing to the total output of products and services rendered, and, for regions, to the GRP.
The role of small business is not confined, however, to added-value contributions: in addition to the above role, it is more flexible, faster in responding to the emerging situation when making decisions, less sluggish in implementing them than is medium and large business. Small business is a source of innovations and a resource for the growth of big business.
There exist, however, a great many problems that keep down the number of small businesses and impede their integration with big business, as well as interfere with small business growing into medium and large business.
The paper presented attempts to identify the problems that inhibit the growth of small business, and the options for solving them at the level of municipalities.