

			
	<p>Лесозаготовка и деревообработка в Архангельской области</p>		
	<p>Пищевая промышленность в Краснодарском крае</p>	<p>Химическая промышленность в Пермском крае</p>	
			<p>Автомобильная промышленность в Республике Татарстан</p>
		<p>Информационные технологии в Томской области</p>	



СОДЕРЖАНИЕ

1. ОПИСАНИЕ И МЕТОДОЛОГИЯ ПРОЕКТА

- 1.1. Зачем нужно развивать предпринимательство и малый бизнес
 - 1.2. Модель факторов развития малого и среднего бизнеса в промышленности
 - 1.3. Схема исследования и использованные методы
-

2. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС В РОССИИ

- 2.1. Предпринимательство в России
 - 2.2. Вклад малого бизнеса в экономику: международные сопоставления
 - 2.3. Состояние малого бизнеса в России: сопоставление регионов
-

3. МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС В ОТДЕЛЬНЫХ РЕГИОНАХ

- 3.1. Кластер продуктов из дерева Архангельской области
 - 3.2. Агропищевой кластер Краснодарского края
 - 3.3. Химический кластер Пермского края
 - 3.4. Автомобильный кластер Республики Татарстан
 - 3.5. Кластер информационно-коммуникационных технологий Томской области
-

4. МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ ПО РАЗВИТИЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И МСБ

- 4.1. Страны, лидирующие в развитии предпринимательства и малого и среднего бизнеса
- 4.2. Южная Корея
- 4.3. Ирландия
- 4.4. Канада
- 4.5. США

5. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗВИТИЮ ПОЛИТИКИ В ОБЛАСТИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИИ

- 5.1. Повышение качества бизнес-климата для развития малого и среднего бизнеса
 - 5.2. Повышение конкурентоспособности компаний
 - 5.3. Повышение эффективности региональных программ стимулирования предпринимательства и развития малого и среднего бизнеса
 - 5.4. Информационная поддержка
 - 5.5. Формирование целостной системы государственной поддержки малого и среднего бизнеса
 - 5.6. Критерии оценки и принципы реализации программ
-

6. ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ (ВМЕСТО ЗАКЛЮЧЕНИЯ)

1. ОПИСАНИЕ И МЕТОДОЛОГИЯ ПРОЕКТА

1.1. ЗАЧЕМ НУЖНО РАЗВИВАТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И МАЛЫЙ БИЗНЕС

Предпринимательство предполагает использование идей и ресурсов для создания новых компаний. Предприниматели организуют собственный бизнес, идут на риск ради получения прибыли и самореализации. Результатом этого являются новые малые компании, которые внедряют и осваивают самые передовые технологии, превращают идеи в добавленную стоимость.

В процессе роста предприятия совершенствуют свою деятельность, выходят на новые рынки. Некоторые из них становятся средними и крупными. Взаимодействуя друг с другом, они часто формируют устойчивые связи, которые могут подкрепляться совместными действиями. Так в процессе естественного развития рыночной экономики формируются кластеры, в которые интегрируются новые растущие компании.

Кластеры способствуют накоплению идей и опыта, снижают барьеры открытия и ведения бизнеса и тем самым стимулируют предпринимательство.

Весь этот процесс можно представить в виде трех этапов (Рис. 1):

1. Стимулирование предпринимательства
2. Развитие малого и среднего бизнеса
3. Интеграция и развитие кластеров.

Представляемый отчет посвящен, в основном, малому и среднему бизнесу, находящемуся на втором этапе своего развития. Однако для точного анализа ситуации в сфере МСБ необходимо обратить внимание на все три этапа, в том числе – на период интеграции компаний в кластеры. Один из выводов исследования: на разных этапах будут эффективны разные меры стимулирования компаний. Каждый этап развития бизнеса вносит свой вклад в рост конкурентоспособности национальной экономики, и основой для этого является рост производительности компаний.

На первом этапе (предпринимательство) происходит создание новых фирм: старые, менее эффективные компании уступают место новым, более эффективным.

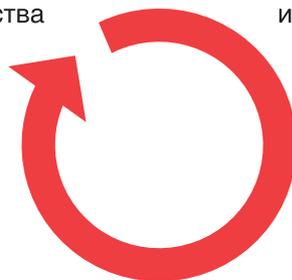
На втором этапе рост производительности обеспечивается в форме развития существующих фирм (обучение персонала, внедрение новых, более эффективных технологий производства, использование эффекта масштаба).

На третьем этапе развитие фирм дополняется усиленным эффектом их взаимодействия в рамках кластера.

ТРИ ИСТОЧНИКА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ И ДИВЕРСИФИКАЦИИ ЭКОНОМИКИ РОССИИ И СТИМУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИЙ

Стимулирование
предпринимательства

Развитие малого
и среднего бизнеса

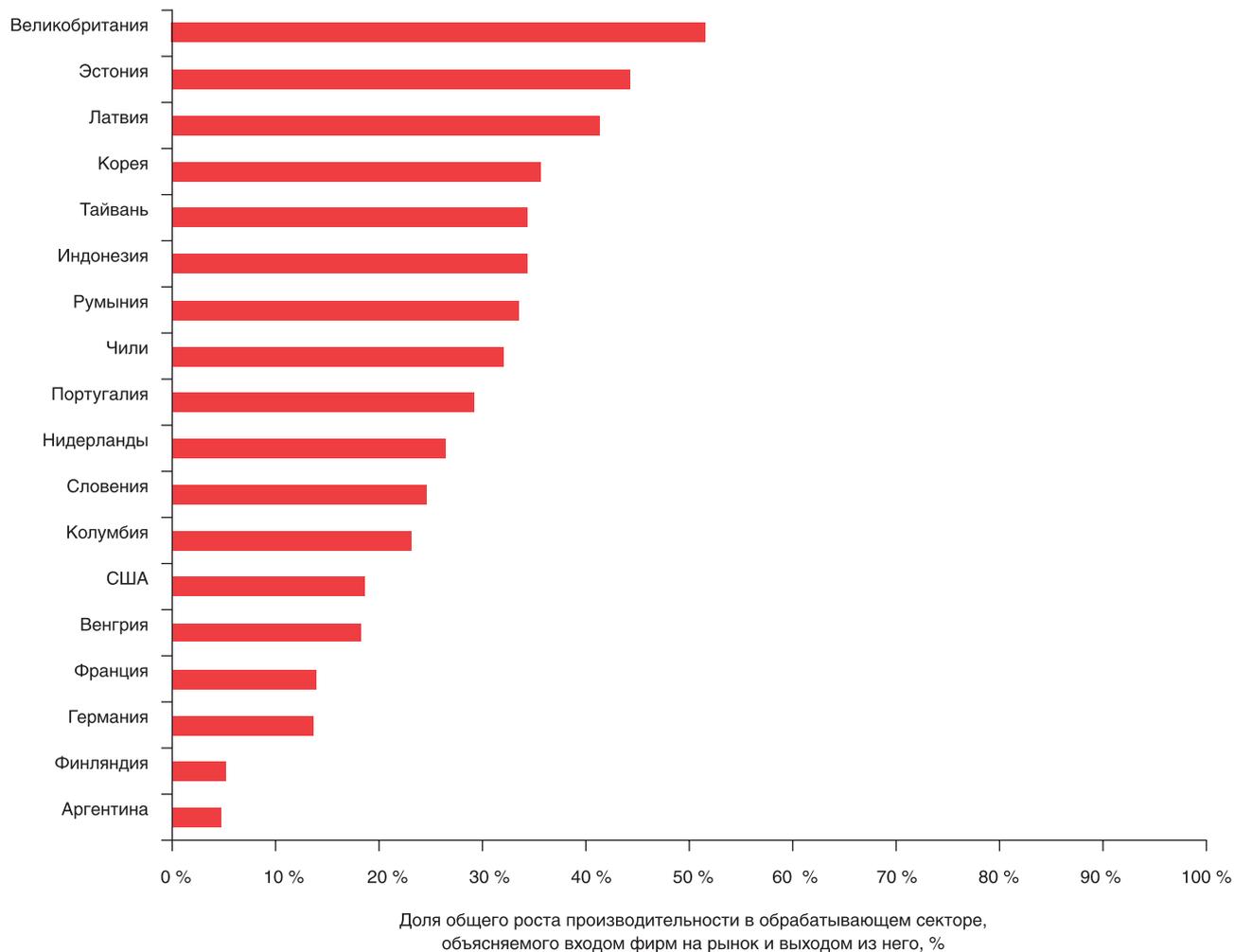


Интеграция
и развитие кластеров



ВКЛАД НОВЫХ ФИРМ В РОСТ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ

Вклад новых фирм в рост производительности в обрабатывающей промышленности



* Данные по странам за разные годы с 1987 по 2003 гг.

Данные: Bartelsman, Haltiwanger, Scarpetta (2005)

Рис. 2

Как показывают исследования, именно предпринимательство и малые фирмы вносят сегодня существенный вклад в рост производительности во многих странах мира. (Рис. 2)

Сегодня в мировой экономике всё чаще появляются технологические и организационные инновации, изменяющие способы производства и структуру отраслей. Инновации становятся движущей силой роста экономики. Предпринимательство, в свою очередь, является основой инноваций. Осознание этого факта в странах Северной Америки, а затем Западной Европы в 1980-х гг. изменило отношение власти и общества к малому бизнесу и способам его поддержки. Малые фирмы, с которыми прежде ассоциировались

только высокий риск, ресурсная ограниченность, административный пресс со стороны государства и более крупных конкурентов, стали рассматриваться в качестве важнейшего источника экономического роста. А стимулирование предпринимательства превратилось в один из основных приоритетов экономической политики.

В России малые и средние предприятия также вносят существенный вклад в экономическое развитие. Без их участия невозможна реструктуризация промышленных гигантов. В инновационных областях, таких как информационные технологии, нанотехнологии или биотехнологии, создание новых фирм является главным механизмом роста.

1.2. МОДЕЛЬ ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В ПРОМЫШЛЕННОСТИ

На основе изучения опыта развитых стран Европы, Азии и Северной Америки в сфере поддержки малого бизнеса, анализа научных исследований предпринимательства и опыта команды консультантов Bauman Innovation в России была разработана модель из семи основных факторов, определяющих развитие МСБ в промышленности (Рис. 3):

1. Доступ к рынку и условия конкуренции
2. Человеческие ресурсы и навыки
3. Финансовые ресурсы
4. Инфраструктура
5. Технологический потенциал
6. Административное регулирование
7. Система поставщиков.

1. «Доступ к рынку и условия конкуренции» – фактор, определяющий барьеры для сбыта продукции (в том числе на рынках других регионов и стран), для получения сырья, а также условия конкуренции между компаниями. Зависит от качества антимонопольного регулирования.

2. «Человеческие ресурсы и навыки» – это не только доступность и профессиональный уровень кадров для бизнеса, но и наличие специальных программ по развитию бизнеса, которые повышают квалификацию предпринимателей и позволяют им минимизировать риски. Политика в области образования (как среднего, так и высшего) серьезно влияет на общую грамотность в области предпринимательства и на мотивацию открывать свое дело.

3. «Финансовые ресурсы» – фактор, объединяющий доступность финансов на всех стадиях развития фирмы – от запуска до инвестиций в оборудование и помещения. Роль государства – в создании финансовой среды, благоприятной для бизнеса на всех этапах его роста и при любых уровнях риска. К рычагам государства по развитию этой сферы можно отнести налоговую политику, денежно-кредитную систему, деятельность государственных банков.

ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В ПРОМЫШЛЕННОСТИ



Рис. 3



4. «Инфраструктура» – это производственные, офисные, выставочные помещения (их доступность и качество), транспортно-логистическая инфраструктура (пути перемещения, места, способы хранения и обработки грузов), специализированная бизнес-инфраструктура (бизнес-инкубаторы, технопарки, промышленные парки и др.).

5. «Технологический потенциал» компаний – производственное оборудование и технологии, в том числе доступ к инновациям.

6. «Качество административного регулирования» имеет два уровня. Первый – общие административные барьеры. Второй уровень – отраслевой. В каждой отрасли действует собственное регулирование, есть набор определенных стандартов – от них зависит, насколько легко начать собственное дело и развить его.

7. «Система поставщиков» включает в себя доступность специализированных услуг, нормы и условия взаимодействия малых и средних фирм с крупными головными компаниями и между собой (кооперация поставщиков в различных сферах).

Большая часть специфики развития малого предпринимательства в промышленности задается видом отраслевого кластера.

Можно выделить несколько видов кластеров.

Процессные кластеры (химические, металлургические, целлюлозно-бумажный сектор) характеризуются широким использованием непрерывных технологических процессов. Наиболее распространенные технологические операции – это, например, химическая реакция, химическая обработка или штамповка продуктов. Здесь компании растут в соответствии с размером рынка их продукции. Малый и средний бизнес занимает в процессных кластерах узкие ниши (например, заготовка, первичная обработка и поставка древесины, производство особо чистых промышленных газов) или специализируется на оказании сервисных услуг.

Для МСБ в процессных кластерах важен финансовый фактор, т.к. это, прежде всего, доступ к инвестициям в дорогое оборудование (приобретение, установка, обслуживание), а также доступ к сырью, которое необходимо для обеспечения непрерывности производственного процесса.

Дискретные кластеры (автомобилестроительные, мебельные) возникают вокруг технологических цепочек, состоящих из множества последовательных стадий обработки первоначального сырья и полуфабрикатов. Основные технологические операции в этих кластерах – это механическая обработка и сборка. Малый бизнес концентрируется в области заготовки (например, производство заготовок для мебели) или поставок компонентов (производители тормозных колодок), а в компетенцию головных компаний входят сборка / интеграция, маркетинг и управление портфелем поставщиков.

Для МСБ в дискретных кластерах доступ к рынку во многом определяется тем, как складываются взаимоотношения малых фирм-поставщиков с головными компаниями. В отличие от процессных кластеров, большое значение имеют сети дистрибуции, наличие специализированной производственной инфраструктуры (например, парки поставщиков).

Инновационные и креативные кластеры (ИКТ, биотехнологии, кинокластеры и индустрия развлечений) характеризуются тем, что используемые технологии требуют постоянного взаимодействия компаний между собой, с научными институтами и вузами, со специализированными агентствами, так как движущей силой развития таких кластеров являются инновации и новые идеи. Например, разработка микрочипа – это сложный интерактивный процесс, но его дизайн и технологию производства можно смоделировать и передать компании-производителю. Малые предприятия часто являются разработчиками. Рост компаний происходит с распространением производимых ими продуктов и может быть стремительным.

Для МСБ в инновационных кластерах доступ компаний к финансированию предполагает возможность получения денежных ресурсов на начальных стадиях развития, в том числе венчурного финансирования и кредитов на стартовый капитал. Важную роль в развитии МСБ играют механизмы коммерциализации технологий, развитие мотивации исследователей и студентов к открытию своего дела, наличие специальных образовательных программ, специализированной инфраструктуры (бизнес-инкубаторы и технопарки).

1.3. СХЕМА ИССЛЕДОВАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ МЕТОДЫ

Исследование предпринимательства, малого и среднего бизнеса (МСБ) проводилось в форме «региональных кейсов»: изучалось состояние фирм в отдельной отрасли в конкретном регионе. Для этого были выбраны четыре отрасли, в которых распространены малые формы ведения бизнеса: пищевая промышленность, деревообрабатывающая промышленность, автомобильная промышленность и химическая промышленность. Кроме того, из инновационных отраслей сферы услуг была выбрана одна из самых актуальных – информационные технологии. После анализа достижений фирм (в первую очередь, их производительности) в этих отраслях для исследования окончательно были выбраны пять региональных отраслевых кластеров (Рис. 4):

1. Лесозаготовка и деревообработка в Архангельской области
2. Пищевая промышленность в Краснодарском крае
3. Химическая промышленность в Пермском крае
4. Автомобильная промышленность в Республике Татарстан
5. Информационные технологии в Томской области.

В каждом кластере было проведено исследование компаний и составлена характеристика факторов их развития. По результатам «региональных примеров», сопоставления с лучшим международным опытом были предложены рекомендации по государственной политике.

Внимание акцентировалось на отраслевой и региональной специфике развития малого и среднего бизнеса, которая имеет большое значение для анализа роли МСБ в промышленном и технологическом развитии страны. Отраслевая принадлежность малой компании определяет, какое место она может занимать в цепочке создания стоимости, а регион местоположения обуславливает общие условия развития.

В других исследованиях предпринимательства и МСБ, которые проводились в России после 1991 г., был накоплен большой массив информации о типичных проблемах предпринимателей, о предпринимательском потенциале российского общества. Но основная часть материалов всё-таки была посвящена анализу административных и иных барьеров, мешающих развитию бизнеса. Исследователи стремились охватить как можно больше отраслей и регионов в рамках одного масштабного опроса компаний. Срез региональной политики и отраслевой специфики оставался вне их внимания.

Исследование проводилось консультационной компанией ООО «Бауман Инновейшн» по заказу ОПОРЫ РОССИИ, от которой в проекте участвовали Сергей Борисов, Виктор Климов (координатор проекта), Геннадий Лобанов, Светлана Нугуманова. От «Бауман Инновейшн» в рабочую группу входили Алексей Праздничных (руководитель проекта), Сергей Лозинский, Дмитрий Адов, Никита Попов.

В выбранных региональных отраслевых кластерах были проведены серии структурированных интервью с руководителями компаний с целью выявления характерных для данной отрасли или данного

ПИЛОТНЫЕ РЕГИОНЫ И КЛАСТЕРЫ



Рис. 4



региона проблем. После чего с помощью опросов в каждом кластере изучались возможности и препятствия для развития малых и средних компаний. Именно опросы и структурированные интервью составили основу исследования.

Также был проведен анализ международного опыта в сфере развития МСБ по трем направлениям:

- Статистические данные о развитии МСБ и его роли в экономике
- Возможности и барьеры для развития компаний
- Государственная политика в области предпринимательства и МСБ.

На основе анализа были проведены корректные международные сопоставления и показаны роль МСБ в российской экономике в сравнении с другими странами, а также отличия в условиях развития малых компаний в России и за рубежом. Анализ позволил системно охарактеризовать политику развития МСБ

в странах, где были достигнуты наилучшие результаты в этом вопросе. Наконец, использовался опрос российских экспертов по МСБ. Его результаты были учтены при разработке рекомендаций.

Отчет состоит из 6 разделов. В текущем разделе были описаны основные задачи и методология проекта. Во втором разделе оценивается состояние предпринимательства и малого и среднего бизнеса в России, включая международные и межрегиональные сопоставления. Третий раздел состоит из результатов анализа условий для развития малого и среднего бизнеса в пилотных регионах и отраслевых кластерах, а также результаты опроса компаний. Четвертый раздел посвящен описанию государственной политики по стимулированию предпринимательства и развития малого и среднего бизнеса. Пятый раздел содержит рекомендации по развитию федеральной политики в области малого и среднего бизнеса для России. В шестом разделе – в заключении – описывается возможный сценарий развертывания политики во времени.

2. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС В РОССИИ

2.1. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РОССИИ

Предпринимательская активность населения страны может быть измерена как доля, которую составляют от общего трудоспособного населения люди, принимающие участие в создании новой компании в качестве ее владельцев. Величина этого показателя зависит от степени экономического развития страны и перспектив роста бизнеса, а также от состояния экономики (например, от уровня безработицы)¹.

Степень участия населения России в создании новых компаний составляет всего 5 %, что значительно

ниже, чем в таких странах, как Австралия, Греция, Индия, Латвия, Малайзия, Хорватия и Чехия (в среднем этот показатель составляет там 10 % – в два раза выше, чем в России). (Рис. 5)

Можно выделить два типа мотивации к предпринимательской деятельности: высокая безработица, невозможность найти приемлемую работу и другие социальные аспекты; мотивация бизнес-идеями.

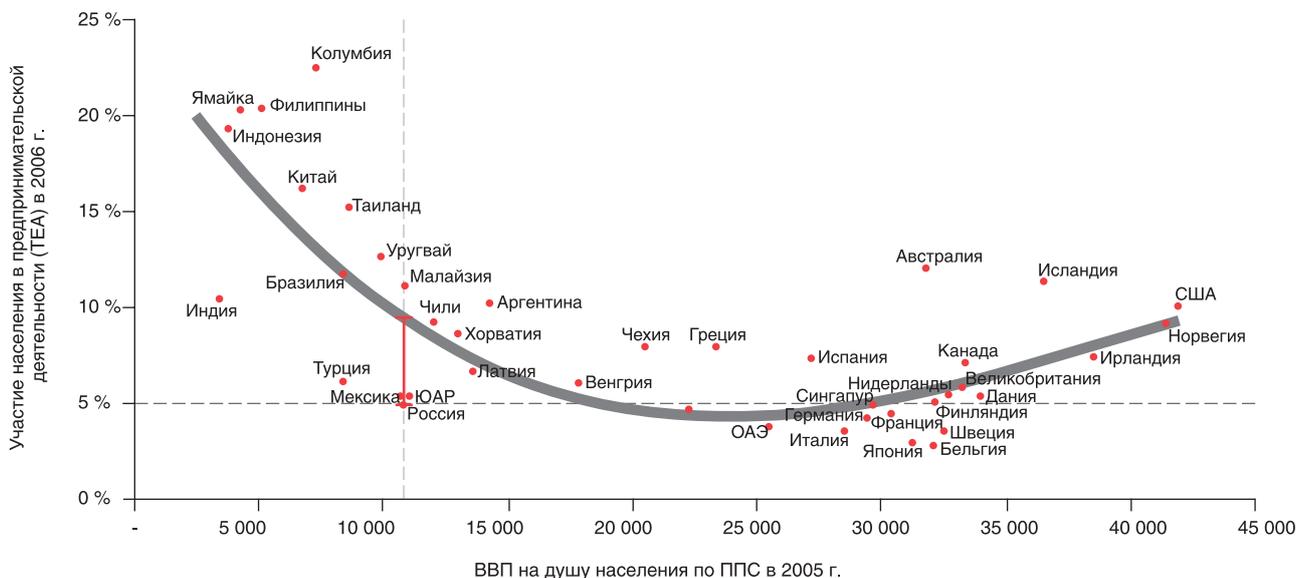
Первый тип мотивации, «предпринимательство поневоле», объясняет, почему в некоторых странах с низким уровнем ВВП на душу населения большая часть граждан занимается бизнесом. Для них выбор работы ограничен, и новые компании создаются для того, чтобы стать владельцами бизнеса, а не сотрудниками.

Второй тип мотивации отчасти объясняет тенденцию роста предпринимательской активности в странах с высоким уровнем благосостояния. Чем выше уровень обеспеченности, тем выше потребность в самореализации, в том числе через воплощение собственной бизнес-идеи.

¹ Эта доля никогда не будет составлять 100 % уже потому, что в случае успеха ее собственники перестанут считаться «начинающими предпринимателями» и станут обычными бизнесменами.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО. УЧАСТИЕ НАСЕЛЕНИЯ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Участие населения в предпринимательской деятельности в 2006 г.



Данные: Global Entrepreneurship Monitor (2007), World Bank (2007)



2.2. ВКЛАД МАЛОГО БИЗНЕСА В ЭКОНОМИКУ: МЕЖДУНАРОДНЫЕ СОПОСТАВЛЕНИЯ

Определить вклад малого бизнеса в экономику невозможно без определения того, какие фирмы следует называть малыми. Малым и средним бизнесом в разных странах считаются предприятия численностью до 250 занятых (большинство стран Европы), до 300 занятых (в Японии и Южной Корее) или до 500 занятых (в США и Канаде). Современное российское законодательное определение малого бизнеса соответствует международной практике, принятой в странах Европы.

Однако до принятия нового Закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (в июле 2007 г.) малыми предприятиями признавались три группы хозяйствующих субъектов: малые предприятия (в промышленности – до 100 занятых), индивидуальные предприниматели (ИП)², крестьянско-фермерские хозяйства (К(ф)Х).

Вклад субъектов малого предпринимательства в занятость составляет около 25 %. Российской статистикой до сих пор не проводилось исследование бизнеса по размерным группам, как это, например, делается в Европе (4 группы) и США (20 групп). И пока статистические данные по малым предприятиям отражают деятельность только тех хозяйствующих субъектов, которые соответствуют законодательным критериям, действовавшим до 1 января 2008 г., – это, кроме численности занятых, еще и ограничения на долю юридических лиц в уставном капитале.

Помощь государства может быть направлена не на весь малый бизнес, а на отдельные, более узкие категории. Для этого вводятся ограничения по критериям выручки, виду деятельности, структуре собственности и др. Например, во многих странах мира предусмотрены особые льготы для малых инновационных фирм. А в Германии, Ирландии и Южной Корее существует политика и специальные органы по развитию микрофирм (до 10 занятых).

Международные сопоставления, которые проводились российскими исследователями в последние годы, не учитывали несоответствия между российским и международным определениями малого

бизнеса и указывали на то, что вклад малого бизнеса в экономику России крайне мал.³ Более точные сравнения подтверждают, что этот показатель в нашей стране действительно меньше, чем за рубежом, но всё же является более существенным, чем это принято считать. Совокупный вклад малых и средних фирм, в зависимости от того, какой границей мы пользуемся, составляет от 49 % до 61 %.

Еще одна особенность России в том, что предметом внимания и поддержки со стороны государства является именно малый бизнес. Средний бизнес не стал объектом регулярных статистических наблюдений. В связи с этим в анализе и международных сравнениях в данном разделе также рассматривались малые компании с численностью занятых до 50 чел. (все отрасли) и до 100 чел. (промышленность).

Традиционно новые малые фирмы вносят существенный вклад в занятость и рост занятости в периоды роста экономики. Но в это время они подвержены влиянию экономических кризисов – занятость в малых фирмах снижается наиболее сильно, т.к. они обладают большими рисками банкротства и меньшей финансовой устойчивостью в сравнении с крупными предприятиями.

Анализ международной статистики показывает, что в России вклад малого бизнеса (в международном определении) в занятость меньше, чем во многих странах мира, причем российские малые предприятия сосредоточены в основном в секторе торговли (37 % всех занятых в этих фирмах). Если говорить об обрабатывающей промышленности, вклад малых компаний (МП и ПБОЮЛ) сегодня составляет 22 % занятых и всего 3,5 % инвестиций. (Рис. 6)

В целом по стране, с учетом ПБОЮЛ, вклад субъектов малого предпринимательства в промышленный рост и создание рабочих мест в России пока меньше, чем во многих странах мира. Согласно статистическим данным, в 2000–2003 гг. этот вклад существенно вырос – с 17,2 % до 23,4 %. Но наблюдавшийся рост остановился: в 2005 г. (22,3 %). (Рис. 7, 8)

Насколько верно эти данные отражают реальное положение дел? Другие объективные и субъективные показатели подтверждают сделанные выводы.

Крупные и средние организации обрабатывающей промышленности, по данным Росстата, в среднем гораздо более рентабельны, чем малые предприятия (в 2005 г. рентабельность продаж – 15,3 % против 3,8 % на МП).

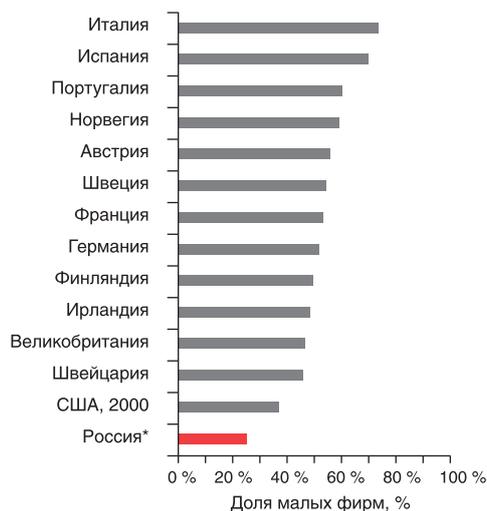
² Используется и другая аббревиатура – ПБОЮЛ (предприниматели, ведущие деятельность без образования юридического лица).

³ В редких исключениях, например, в статистических справках Ресурсного центра малого предпринимательства (РЦМП) за 2002–2003 гг. «Анализ роли и места малых и средних предприятий

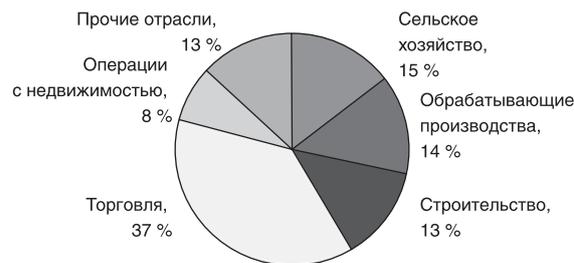
России», исследовалось количество фирм, занятость и выпуск в международном определении (малый бизнес – до 50 чел. и средний бизнес – от 50 до 250 чел.). В этих справках указывалось, что малый и средний бизнес играет в экономике России существенную роль и развивается успешно. Однако эксперты уже тогда относились к таким выводам критически.

ВКЛАД МАЛОГО БИЗНЕСА В ЗАНЯТОСТЬ В РОССИИ И СТРУКТУРА ЗАНЯТОСТИ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ

Вклад фирм численностью до 50 чел. в занятость в 2003 г., все отрасли



Структура малого бизнеса в России



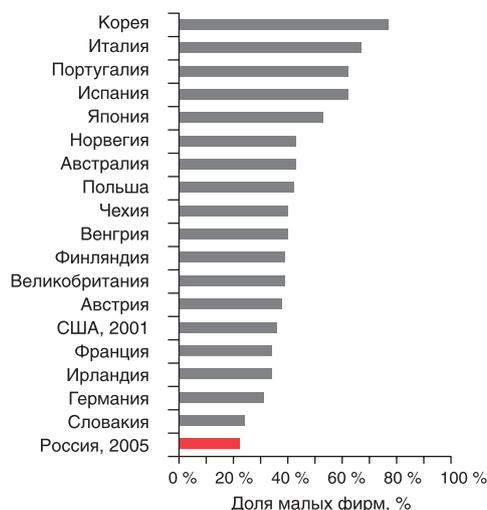
* Данные по занятости приводятся в соответствии с международным определением малого бизнеса. Данные по структуре малого бизнеса в России приводятся по всем субъектам малого предпринимательства кроме К(ф)х, в т.ч. более 50 занятых

Данные: OECD (2005), РЦМП (2004), Росстат (2007)

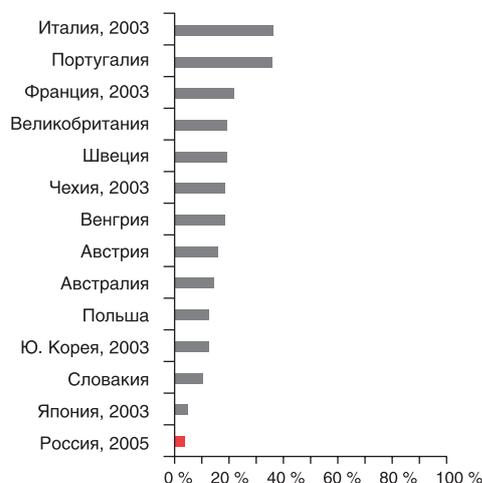
Рис. 6

ВКЛАД МАЛОГО БИЗНЕСА В ОБРАБАТЫВАЮЩУЮ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ В РОССИИ: ЗАНЯТОСТЬ И ИНВЕСТИЦИИ

Вклад малых фирм в занятость в обрабатывающей промышленности, 2002 г.



Вклад малых фирм в инвестиции в обрабатывающей промышленности, 2002 г.



* Данные по занятости приводятся по всем фирмам с числом занятых до 100 чел. для всех стран. Данные по инвестициям приводятся для зарубежных стран в соответствии с международным определением (до 50 чел.), а по России – с национальным (до 100 чел.), без ПБОЮЛ

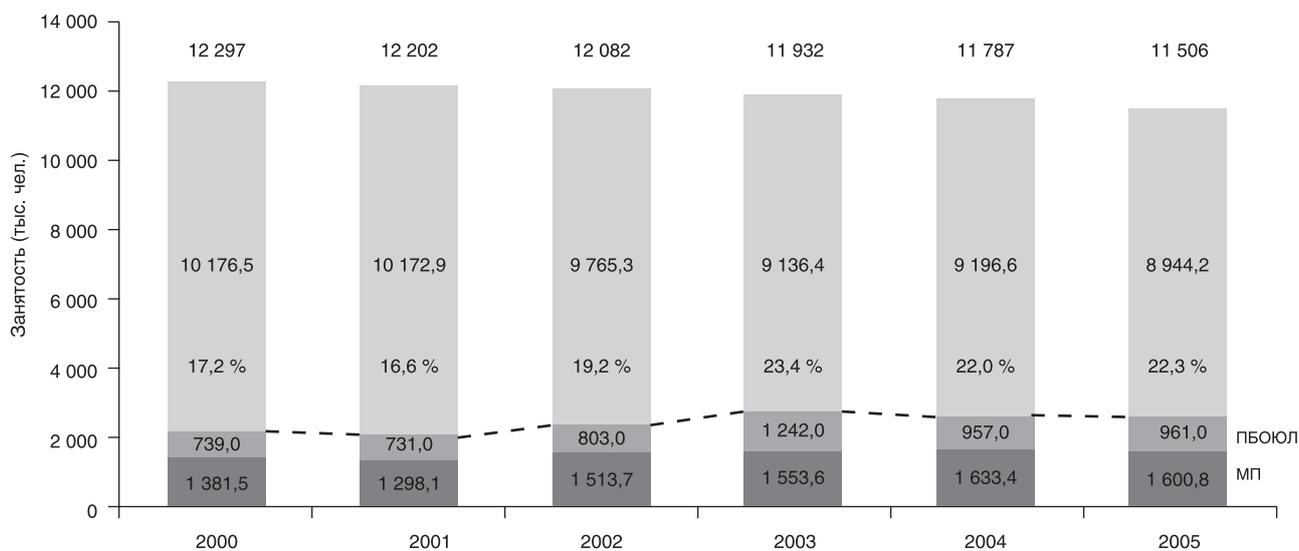
Данные: OECD (2005), Росстат (2007)

Рис. 7



СТРУКТУРА ЗАНЯТОСТИ В РОССИЙСКОЙ ОБРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Занятость в обрабатывающей промышленности России в 2000–2005 гг. и вклад субъектов малого предпринимательства



Данные: Росстат (2005)

* Данные по России отражают совокупный вклад всех субъектов малого предпринимательства в соответствии с законом, в т.ч. ПБОЮЛ, по показателю среднесписочной численности работников по основному месту работы, без внешних совместителей.

Рис. 8

В 2005 г. индекс предпринимательской уверенности малых промышленных предприятий⁴ имел отрицательные значения. В первом квартале он составлял «-1», а в последнем – «-3». Негативная динамика этого показателя прослеживалась на МП в большинстве отраслей обрабатывающей промышленности. На одного руководителя МП, который оценивал текущую ситуацию как благоприятную для развития, приходилось двое или трое, придерживавшихся противоположного мнения.⁵ Вывод: данный вид деятельности в России является не самым привлекательным для создания нового бизнеса.

Напротив, в других странах создание и развитие малой фирмы в обрабатывающей промышленности привлекательно для предпринимателей. В мире доля новых компаний и предпринимателей больше всего в секторах обрабатывающей промышленности, транспорта, связи и оказания коммунальных услуг⁶.

Вклад российских малых компаний в инновации находится на очень низком уровне, в пределах

статистической погрешности. Например, доля малых предприятий в затратах фирм на НИОКР в обрабатывающей промышленности составляет всего около 2,1 %. В развитых странах малые и средние предприятия вносят большой вклад в инновации. Даже во Франции, где традиционно преобладающей моделью, поддерживаемой государством, были крупные предприятия, эта цифра⁷ в 2001 году была в два раза больше – 4,2 %. В более «предпринимательских» странах – США, Германии, Италии – она превышала 5 %, а в таких странах, как Канада, Великобритания, Испания и Финляндия составляла более 10 %.

Вывод: На фоне общего экономического подъема состояние малого бизнеса выглядит удручающе слабым. Его вклад в экономику, при условии создания более благоприятной для развития среды, мог бы быть значительно больше. Приведенные выше цифры свидетельствуют в пользу активной государственной политики по развитию инновационного малого и среднего бизнеса в России. (Рис. 9, 10)

⁴ Индекс ежеквартально рассчитывается Росстатом на основании выборочного исследования малых предприятий.

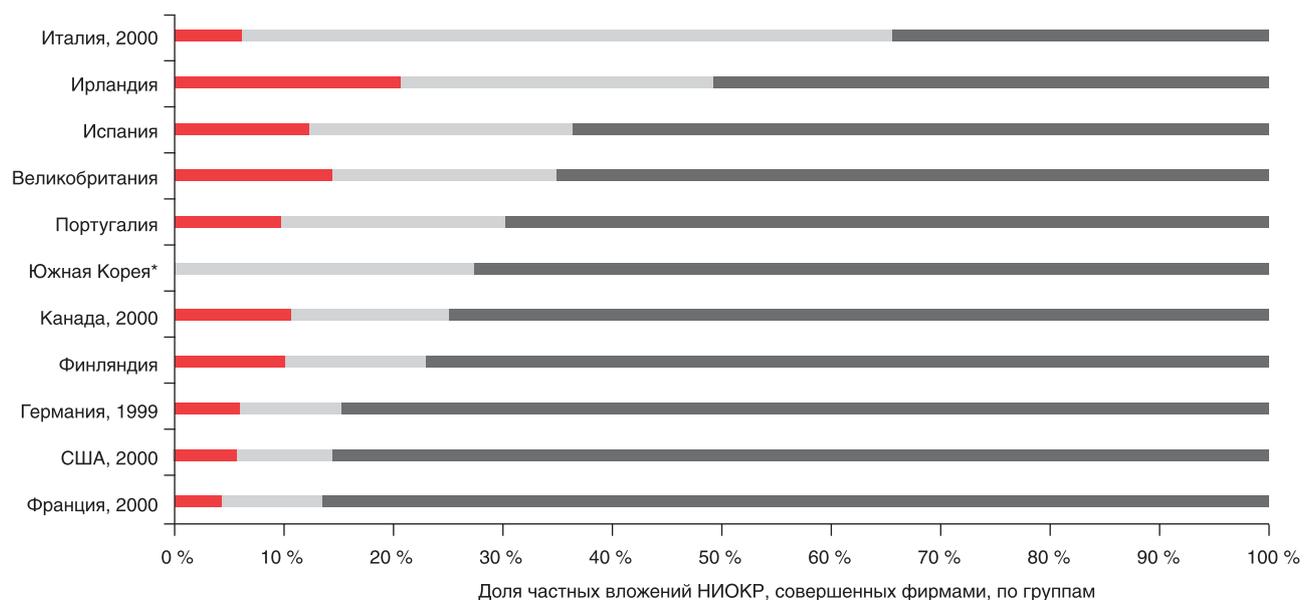
⁵ Ежеквартальная оценка общей экономической ситуации в разрезе видов экономической деятельности приводится Росстатом по данным опроса руководителей малых предприятий.

⁶ См. GEM (2007) Global Report on High-Growth Entrepreneurship

⁷ Речь идет исключительно о малых предприятиях численностью занятых не более 50 чел. во всех отраслях.

ВКЛАД МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В ИННОВАЦИИ В РАЗВИТЫХ СТРАНАХ

Доля собственных вложений фирм в НИОКР в 2001 г.:
малые (до 50 чел.), средние (от 50 до 250 чел.) и крупные (более 250 чел.)



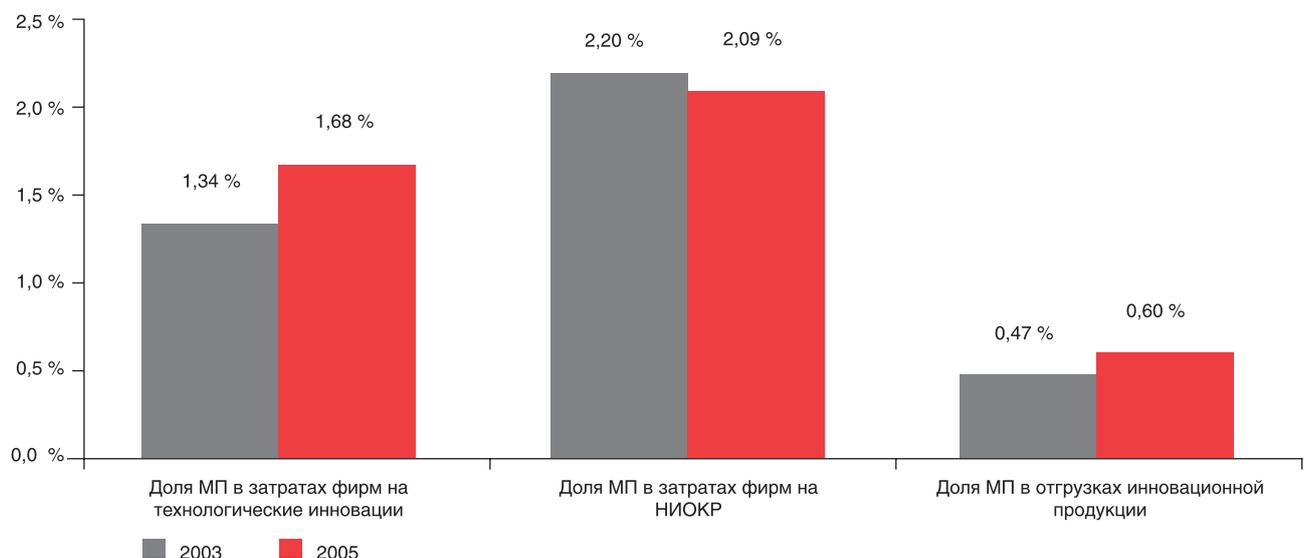
Данные: OECD (2005)

* Показатель по малым предприятиям (до 50 чел.) отдельно для Южной Кореи отсутствует

Рис. 9

ВКЛАД МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В ИННОВАЦИИ В РОССИИ

Доля малых предприятий обрабатывающей промышленности России в различных показателях инновационной деятельности, 2003 и 2005 гг.



Данные: Росстат (2007)

* Данные по России отражают вклад малых предприятий (численность занятых до 100 чел.), но не учитывают ПБОЮЛ. Данные по зарубежным странам включают все субъекты малого предпринимательства с численностью занятых до 50 чел.

Рис. 10



2.3. СОСТОЯНИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ: СОПОСТАВЛЕНИЕ РЕГИОНОВ

Региональные сравнения

В последние годы мониторингом развития малого бизнеса в России занимаются несколько организаций, которыми проводились сравнения регионов по степени развития малого бизнеса⁸ и выявлялись регионы-лидеры в этой сфере⁹. Однако в этих отчетах использовались некоторые статистические данные, не учитывавшие сектор «теневой экономики», размер которого всегда является предметом споров.

В разделе 3.2. использованы наиболее объективные показатели российской статистики, и проведено сравнение с результатами, полученными ранее другими исследователями. В первую очередь были проанализированы региональные различия в доле занятых на малых предприятиях (2005 г.) и росте занятости на малых предприятиях всех отраслей (2000–2005 гг.).

К сожалению, для анализа состояния малого бизнеса в регионах доступны данные только по малым предприятиям (МП) без учета предпринимателей без образования юридического лица (ПБОЮЛ) и крестьянских (фермерских) хозяйств (К(ф)х). Однако анализ даже одних МП позволил четко отразить общую картину и разброс между регионами.

Доля занятых на малых предприятиях (более 25 %) больше всего в крупных городах (Москва и Санкт-Петербург), а самые высокие темпы роста занятости на МП в 2000–2005 гг. наблюдались в Калининградской и Нижегородской областях, в республике Башкортостан (более 15 % в среднем за год) и Чукотском АО (45 % – эффект «низкого старта»). В то же время в таких регионах, как Красноярский край, Кировская и Читинская области, Республика Алтай, Республика Калмыкия, Республика Удмуртия занятость в МП в целом сокращалась (на 5 % и более ежегодно). И это несмотря на то, что доля МП в региональной занятости с самого начала была меньше средней по России. В целом оба списка

довольно хорошо соотносятся с результатами, полученными ранее в других исследованиях.

Рост занятости. В среднем российском регионе среднегодовой темп роста занятости на малых предприятиях составлял 4 %, а средняя доля МП в занятости – 12 %. Занятость в среднем по России росла на 0,7 % в год, а значит, на малых предприятиях она росла быстрее. (Рис. 11, 11а)

Кроме того, в разных российских регионах были проанализированы следующие показатели: доля малых предприятий в инвестициях в основной капитал (по данным за 2005 г.) и темпы роста инвестиций в МП за последние годы (2000–2005 гг.).

Лидером по темпам роста инвестиций на МП в 2000–2005 гг. среди регионов России является Томская область (среднегодовой темп роста – 100,5 %). В 2000 г. сумма инвестиций составляла около 50 млн руб., а к 2004 г. выросла до 2,5 млрд руб. Доля малых предприятий в инвестициях в области довольно существенная – 9,1 %.

Наиболее высокими темпами росли инвестиции в Нижегородской (87,4 %), Орловской (95,1 %) и Волгоградской (93,2 %) областях. В Нижегородской и Волгоградской областях стабильный рост инвестиций на МП наблюдался в течение всех пяти лет. И если на малые предприятия Волгоградской области приходилось менее 4 % инвестиций в основной капитал в регионе, то на МП Нижегородской области – более 10 %. Орловская область демонстрировала рост лишь в 2005 г., когда в малые предприятия области было инвестировано втрое больше, чем за предыдущие три года.

По доле МП в инвестициях в основной капитал лидируют Калужская (13,6 %), Ивановская (13,2 %) Ростовская (12,6 %), Пензенская (12 %), Калининградская (11,9 %) области, а также Краснодарский край (11,7 %). Из числа этих регионов инвестиции в МП быстрее всего росли в Краснодарском крае (81,2 %), Калужской (74,1 %) и Калининградской (71,7 %) областях.

Выявленный разброс значений показывает важность региональной специфики и требует дополнительного, более глубокого анализа, в соответствии с поправками на отраслевые приоритеты и общий инвестиционный фон каждой отрасли конкретного региона. К сожалению, подобная статистика доступна лишь для ограниченного числа регионов. Впрочем, она всё-таки позволяет рассмотреть отдельно ситуацию в обрабатывающей промышленности и сделать определенные выводы. (Рис. 12, 12а)

⁸ Например, ОПОРА РОССИИ (отчет «Условия и факторы развития малого предпринимательства в регионах РФ», 2006 г.), НИСИПП (Национальный институт системных исследований проблем предпринимательства, отчет «Классификация субъектов Российской Федерации по уровню развития малого предпринимательства», 2005 г.)

⁹ Как в отчете ОПОРЫ РОССИИ, так и в отчете НИСИПП в группу лидеров попали г. Москва, г. Санкт-Петербург и Московская область.

ВКЛАД МАЛОГО БИЗНЕСА В ЗАНЯТОСТЬ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Занятость на малых предприятиях в регионах России: доля занятости (2005 г.) и темп роста занятости (2000–2005 гг.)

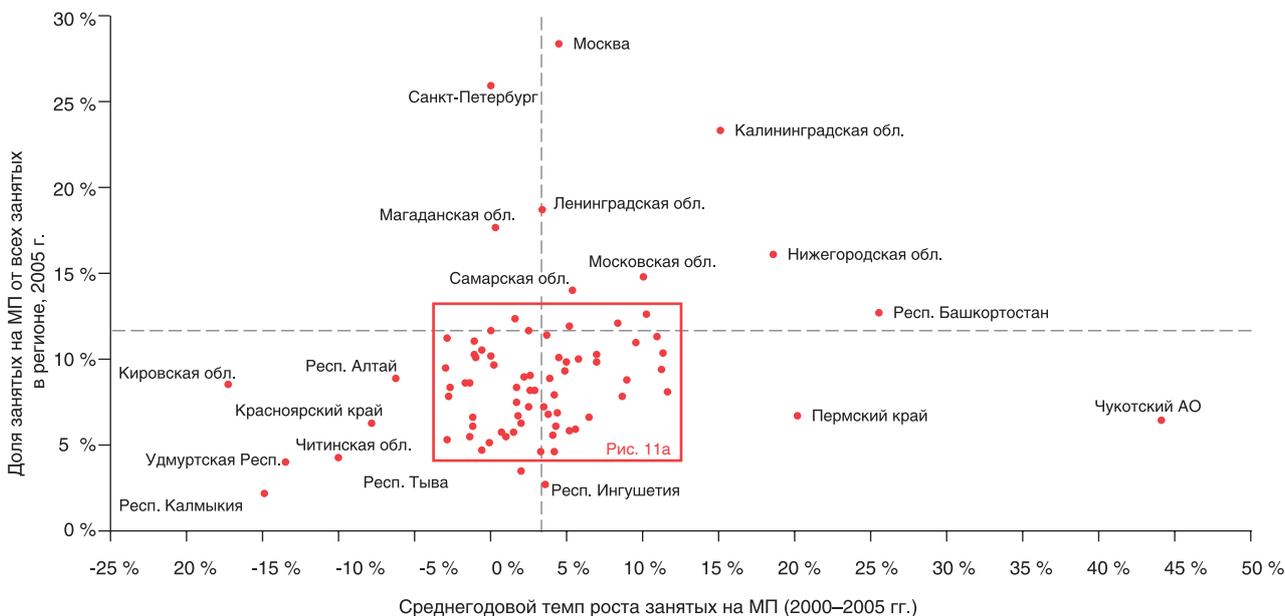


Рис. 11

Данные: Росстат (2007)

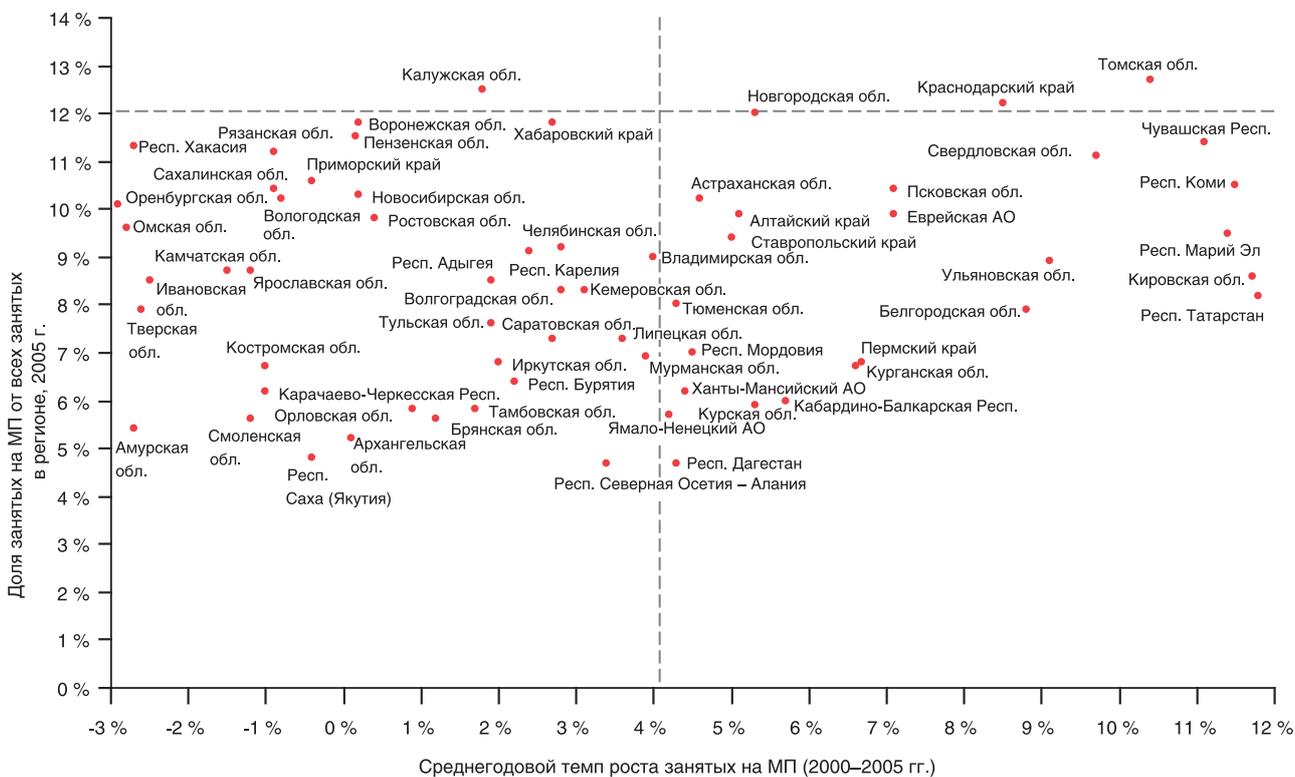


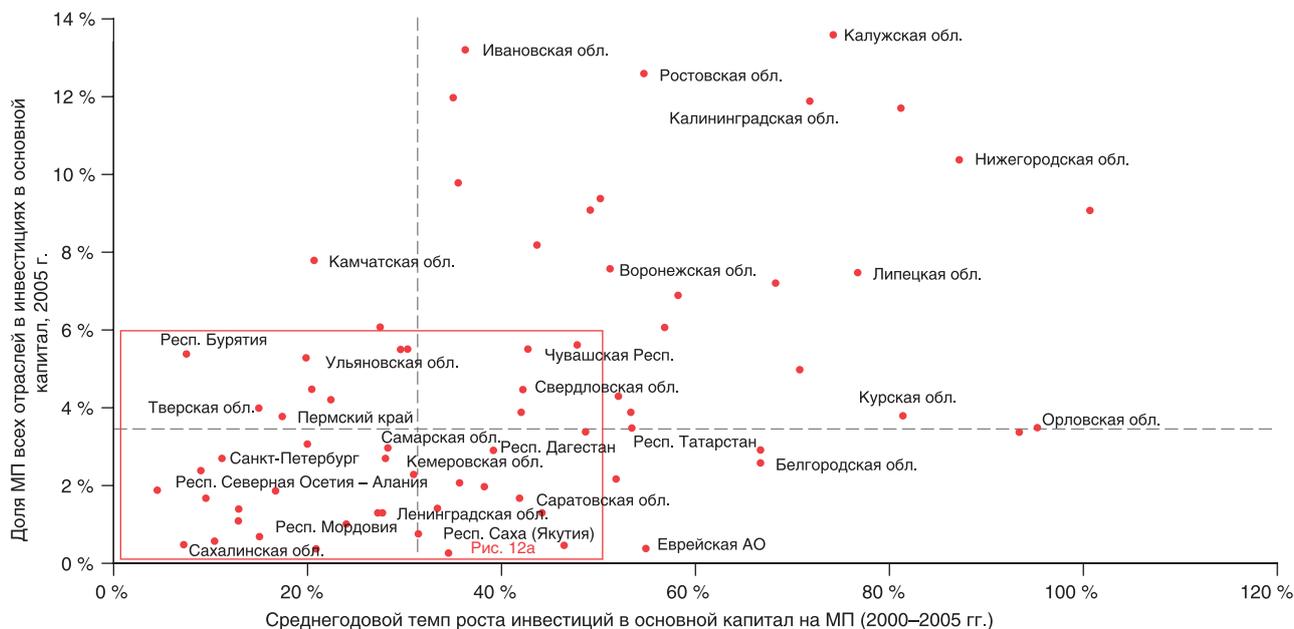
Рис. 11а

Данные: Росстат (2007)



ВКЛАД МАЛОГО БИЗНЕСА В ИНВЕСТИЦИИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

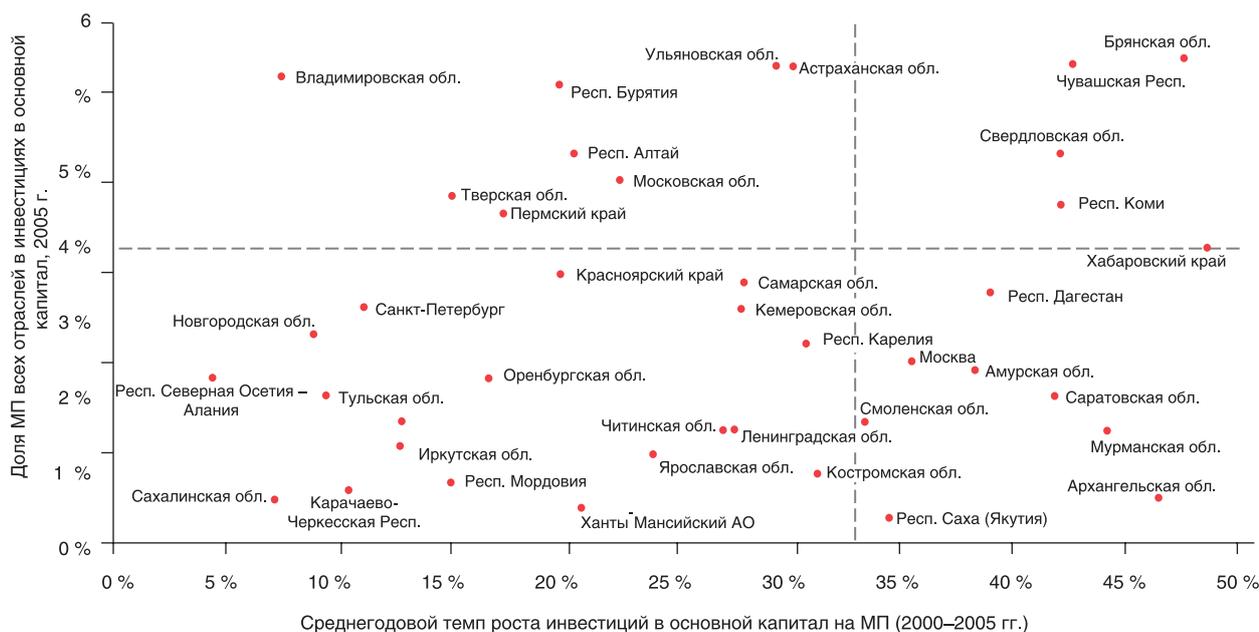
Инвестиции в основной капитал на малых предприятиях в регионах России: доля инвестиций (2005 г.) и темп роста (2000–2005 гг.)



Данные: Росстат (2007)

* На графике не показаны регионы, в которых сумма инвестиций МП в основной капитал в 2000 или 2005 г. не превышает 1 млн руб., а также регионы, в которых темп роста инвестиций был отрицательным (Рязанская область, Республика Ингушетия, Кабардино-Балкарская Республика, Республика Калмыкия, Тюменская область, Ямало-Ненецкий АО, Республика Тыва, Магаданская область, Чукотский АО)

Рис. 12



Данные: Росстат (2007)

* На графике не показаны регионы, в которых сумма инвестиций МП в основной капитал в 2000 или в 2005 г. не превышает 1 млн руб., а также регионы, в которых темп роста инвестиций был отрицательным (Рязанская область, Республика Ингушетия, Кабардино-Балкарская Республика, Республика Калмыкия, Тюменская область, Ямало-Ненецкий АО, Республика Тыва, Магаданская область, Чукотский АО)

Рис. 12а

ВКЛАД МАЛОГО БИЗНЕСА В ЗАНЯТОСТЬ В ОБРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Доля занятых на МП в обрабатывающей промышленности (2005 г.)
и темп роста занятости в обрабатывающей промышленности
в регионах России (2000–2005 гг.)

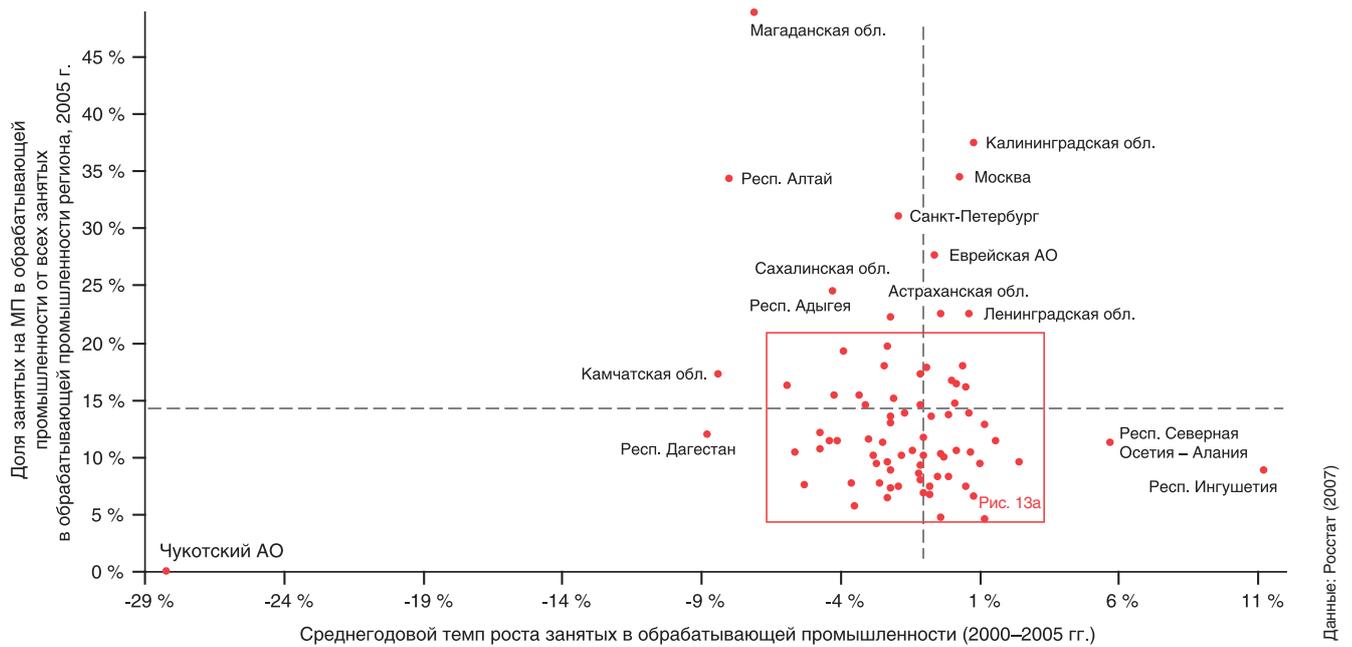


Рис. 13

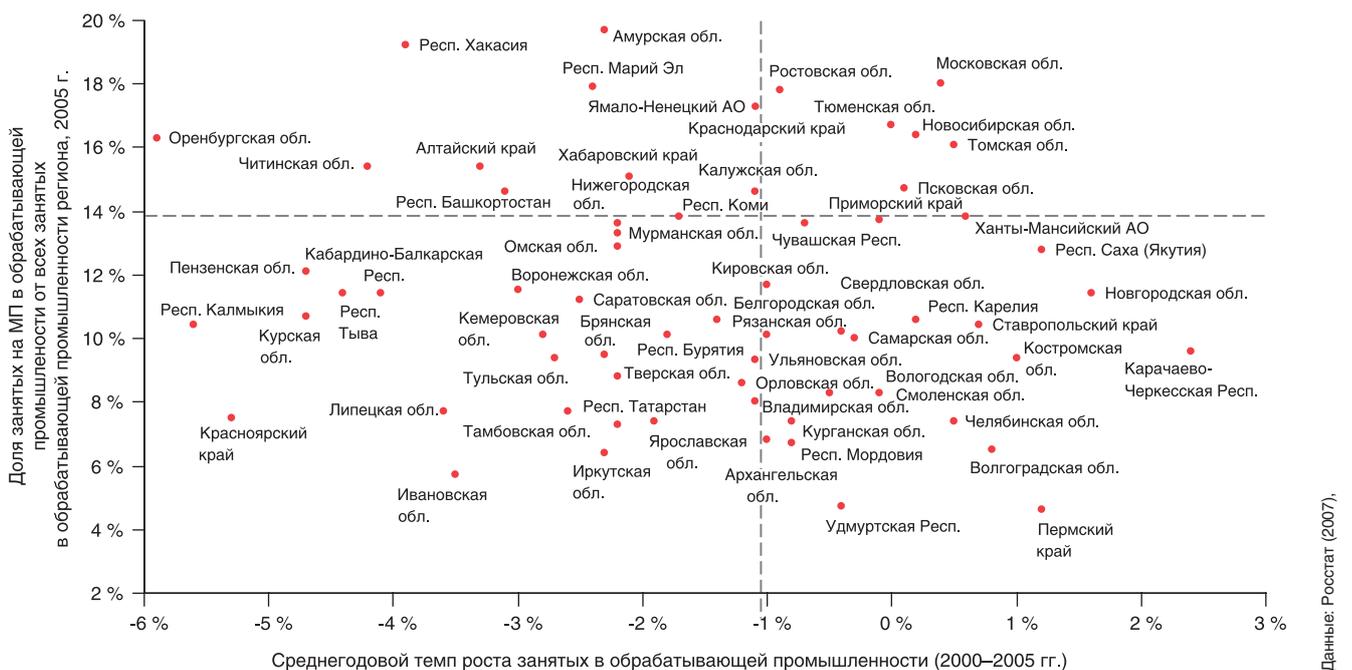


Рис. 13а



Состояние малых предприятий обрабатывающей промышленности

Если судить по динамике занятости (по всем предприятиям, как крупным, так и малым), ситуация в обрабатывающей промышленности значительно хуже, чем в экономике России в целом.¹⁰ В среднем российском регионе в 2000–2005 гг. занятость в этой сфере ежегодно снижалась на 1 %, а в целом в экономике – росла на 0,7 %. При этом доля занятых на малых предприятиях в обрабатывающей промышленности в 2005 г. составляла всего 14 %, что значительно меньше, чем в строительстве (28,7 %) или в торговле (22,6 %).

Регионами-лидерами по занятости в МСБ в обрабатывающей промышленности являются Калининградская область, Москва и Санкт-Петербург. Хорошие результаты демонстрируют Ленинградская и Московская области.

Некоторые результаты требуют отдельных комментариев.

Так, невелика доля МП в обрабатывающей промышленности в таких промышленно развитых регионах, как Красноярский край, Пермский край, Республика Татарстан, Архангельская, Липецкая, Иркутская и Ярославская области (динамика занятости в этих регионах была самой разной, см. график). Во-первых, это объясняется отраслевой специализацией данных регионов: химия и нефтехимия, целлюлозно-бумажное производство, металлургия или тяжелое машиностроение. В этих отраслях традиционно для России доля малого бизнеса (в силу технологических особенностей отрасли и сложившихся бизнес-моделей) крайне мала. Во-вторых, в некоторых отраслях (авиационная и автомобильная промышленность) реструктуризация происходит длительное время и еще не набрала должный темп, а потому роль малых компаний остается незначительной. (Рис. 13, 13а)

¹⁰ Следует отметить, что достоверность этих данных выше, чем достоверность данных предыдущего пункта. К(ф)х в обрабатывающей промышленности не участвуют, а ПБОЮЛ формируют менее 40 % занятости.

3. МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС В ОТДЕЛЬНЫХ РЕГИОНАХ

3.1. КЛАСТЕР ПРОДУКТОВ ИЗ ДЕРЕВА АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

Социально-экономическое положение региона

По своему экономическому положению Архангельская область относится к достаточно благополучным регионам России: в 2003 г. регион занимал 19-е место по душевому ВРП, в 2004 г. вышел на 13-е место по России, обогнав Санкт-Петербург. ВРП

на душу населения в Архангельской области в 2004 г. составил 117,3 тыс. руб., при среднероссийском показателе в 102 тыс. руб.¹¹ Основной движущей силой экономического развития региона является рост промышленного производства: индекс промышленного производства за период с 1995 по 2000 г. увеличился более чем в полтора раза – на 52,4 % (в среднем по России – на 14,7 %), а за период с 2000 по 2005 г. – более чем в два раза, на 110,5 % (в среднем по России – на 28,5 %). (Рис. 14)

Ключевыми отраслями промышленности региона (по общей занятости и выпуску) являются переработка древесины и машиностроение, а третьей по значению отраслью промышленности – пищевая (в основном – вылов и переработка рыбы). Кроме того, Архангельск является важным транспортным центром межрегионального значения с постоянно растущим грузооборотом.

Общее количество малых предприятий в регионе в 2005 г. составило 4 750 с числом занятых

¹¹ Здесь и далее имеется в виду среднероссийский валовой региональный продукт на душу населения, этот показатель отличается в меньшую сторону от валового внутреннего продукта Российской Федерации на душу населения.

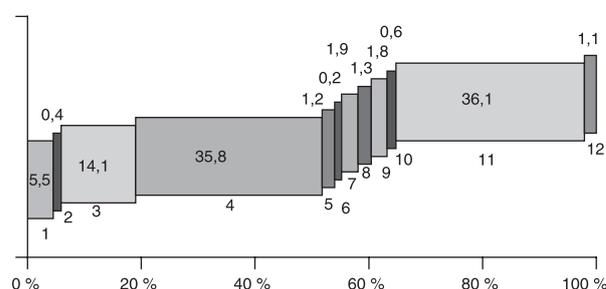
ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ ПОЛОЖЕНИЕ И СТРУКТУРА ПРОМЫШЛЕННОСТИ АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

Географическое положение Архангельской области...



Территория	587,4 тыс. км ²
От Архангельска до Москвы	1 133 км
Население	1 291,4 тыс. человек
ВРП на душу населения	117 тыс. руб.
Отгружено, обр. производства	64 488 млн руб.
Вклад МП в экономику	5,2 % занятости; 0,5 % инвестиций

...и структура продукции обрабатывающих производств за 2005 г.



- 1 – производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака
- 2 – текстильное и швейное производство
- 3 – обработка древесины и производство изделий из дерева
- 4 – целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность
- 5 – химическое производство
- 6 – производство резиновых и пластмассовых изделий
- 7 – производство прочих неметаллических минеральных продуктов
- 8 – металлургическое производство и производство готовых металлических изделий
- 9 – производство машин и оборудования
- 10 – производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования
- 11 – производство транспортных средств и оборудования
- 12 – прочие производства



35,4 тыс. чел. Основная часть работников – в торговле (7,6 тыс. чел.), в обрабатывающей промышленности (7,3 тыс. чел.) и строительстве (5,1 тыс. чел.). К 2005 г. (по сравнению с 2001 г.) в занятости (численно и структурно) не произошло практически никаких изменений. То же самое можно сказать и о вкладе МП в инвестиции: их доля в 2005 г. составила всего 0,5 %, несколько снизившись в условиях инвестиционного бума (трехкратный рост инвестиций в основной капитал за 5 лет). Инвестиции в области в 2001–2005 гг. в первую очередь производились в основной капитал крупнейших судостроительных предприятий (ПО «Севмаш», ФГУП «Звездочка») и целлюлозно-бумажных комбинатов (Архангельский, Котласский и Соломбальский ЦБК). (Рис. 15)

Если же говорить обо всей совокупности малых и средних компаний, необходимо отметить, что они вносят гораздо более значимый вклад в экономику. Так, доля ПБОЮЛ составляет более 15 % общей занятости, а доля средних компаний в занятости (до 250 чел.) – более четверти. Именно такие компании играют ведущую роль в рассматриваемом далее кластере деревообработки.

Состояние и структура кластера

Архангельская область является лидирующим лесопромышленным регионом России и крупнейшим

экспортером продукции лесного комплекса на протяжении нескольких десятилетий.¹² Это обусловлено значительными лесными ресурсами области. По данным на 1 января 2003 г., запасы древесины в Архангельской области, без учета Ненецкого автономного округа, составляли 2 504,0 м³. По объему расчетной лесосеки Архангельская область занимает второе место в Европейской части России (19,7 млн м³), уступая только Республике Коми (25,9 млн м³). В целом же по стране Архангельская область занимает 8-е место по расчетной лесосеке, ее доля составляет 3,5 % от всей расчетной лесосеки РФ.

Производство целлюлозы. Архангельская область традиционно является крупнейшим в России (ранее в СССР) производителем целлюлозы. В 2004 г. область произвела треть (33,3 %) всей целлюлозы в стране. Доля объема производства целлюлозы в Архангельской области в общероссийских показателях сегодня несколько выше, чем в советское время (28,6 % в 1990 г.): тогда во многих регионах страны работало большое количество ЦБК, которые позднее закрылись или существенно сократили объемы производства (например, Красновишерский ЦБК в Пермской области).

Производимая в Архангельской области целлюлоза либо экспортируется в другие регионы России,

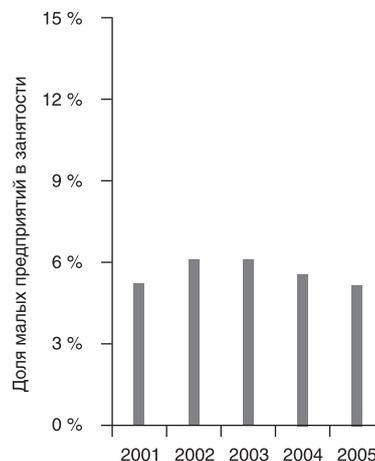
¹² В СССР область в шутку величали «всесоюзной лесопилкой»

ВКЛАД МАЛЫХ И СРЕДНИХ ФИРМ В ЗАНЯТОСТЬ В АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

Структура занятости по размерным группам компаний (2003 г.)...



...и динамика доли занятых на малых предприятиях



Данные: РЦМП (2004), Росстат (2007)

Рис. 15

либо перерабатывается на предприятиях области. Около 60 % сваренной в Архангельской области целлюлозы используется здесь же для производства бумаги, картона и бумажно-картонных изделий. Для сравнения: в Скандинавских странах этот показатель составляет 85 %.

В Архангельской области из целлюлозы делается в основном картон, по этому продукту область также является абсолютным лидером в России. В 2004 г. было выпущено почти 25 % от общероссийского объема. Как и в случае с целлюлозой, в советское время доля Архангельской области в общероссийском производстве была несколько ниже: в 1990 году она составляла 20,4 %.

Производство бумаги в Архангельской области значительно менее развито: по его объемам область заняла лишь 6-е место в России (8,6 %). Лидерами здесь являются Карелия (22,1 %), Пермский край (16,9 %), Республика Коми (14,8 %), Нижегородская (14,5 %) и Ленинградская (11,7 %) области. Однако вклад региона постоянно увеличивается, ведь в 1990 г. он составлял всего 7,6 %. По объему выработки бумаги и картона в расчете на 1 000 м³ вывезенной древесины Архангельская область находится на уровне Канады и Швеции, пока заметно уступая по данному показателю Финляндии.

По производству древесины и продуктов ее переработки Архангельская область также является одним из лидирующих регионов в России. По пиломатериалам (10,53 %) область занимает первое место в стране, причем это направление в области быстро развивается. В 1999 г. доля области составляла 9,13 %, а в 1990 г. – только 6,68 %. По производству «деловой древесины» Архангельская область занимает 2-е место в России (10,43 % в 2004 г., 11,17 % в 1999 г., 8,45 % в 1990 г.).

Глубокая переработка древесины в области развита несколько хуже: по производству клееной фанеры область занимает 11-е место в России (3,77 % в 2004 г., 3,56 % в 1999 г., 3,16 % в 1990 г.). Вместе с тем, мощности по производству фанеры, целлюлозы, бумаги, картона загружены на 97–100 %. Следовательно, при условии обеспеченности сырьем, можно ожидать создания новых производств. Например, мощности по производству клееной фанеры Архангельского фанерного завода были загружены на 100 % в течение последних 7 лет. Расширению производства мешали споры из-за собственности с использованием административного ресурса и неурегулированность отношений в отрасли.

Вся древесина и изделия из нее, производимые в Архангельской области, идут в основном на экспорт, область лидирует по этому показателю: годовой объем экспорта древесной продукции в 2004 г. составил 630,9 млн долл. (Вологодская область – 196,2 млн долл., Ленинградская область –

314 млн долл., Санкт-Петербург – 335,3 млн долл., Республика Коми – 355,5 млн долл., Республика Карелия – 539,7 млн долл.).

Вывод: Архангельский кластер переработки древесины – наиболее крупный в России.

В то же время в кластере – *недостаточное количество перерабатывающих предприятий*, производящих конечные продукты глубокой переработки древесины (например, мебель или сборные деревянные дома). Кластер, по сути, является недостаточно развитым, направленным на производство полуфабрикатов: пиломатериалов, целлюлозы, бумаги и картона, которые затем экспортируются за пределы региона.

Также *не развито производство машин, оборудования и комплектующих*. Расположенный в Архангельске Соломбальский машиностроительный завод производит в основном погрузчики древесины, в то время как современная лесозаготовительная техника и деревообрабатывающее оборудование отсутствуют. Предприятия вынуждены заменять старое оборудование новым, иностранного производства.

Малые предприятия в кластере в основном сконцентрированы в сфере производства конечных продуктов (мебель, деревянные окна и двери, сборные дома из дерева), а также обслуживания растущего парка лесозаготовительной техники и перерабатывающего оборудования (харвестеры, автоматические сушилки, станки с ЧПУ). Их доля в объеме производства всего кластера составляет примерно 20 %. Около 1 000 компаний, зарегистрированных как ПБОЮЛ, занимаются лесозаготовкой, и значительная часть из них работает «в тени». Однако доля предприятий, работающих в составе крупных лесопромышленных холдингов («Илим-палп», «Титан»), в заготовке древесины составляет около 80 %.

Последние несколько лет во всем мире происходит консолидация предприятий лесной отрасли. В 2004 г. в Северной Америке практически по всем видам продуктов из дерева доля пяти крупнейших производителей составила более 70 %. Лишь в секторах лесозаготовок и производства целлюлозы она была менее 40 %.¹³ По признанию экспертов, процесс вызван сильным влиянием на цены со стороны производителей из развивающихся стран (Малайзия, Китай) и деятельностью нелегальных поставщиков пиломатериалов (из Индонезии, России). Крупнейший конечный потребитель продукции из дерева (в том числе, сборных домов) и самый крупный ее производитель – это США, которые также являются и крупнейшим импортером (основной поставщик – Канада). Второй по значимости мировой импортер – Китай (основной поставщик – Россия).

¹³ CIBC World Markets (2006) Global Trends in the Forest Products Sector: China's Boom



10 лет назад малые фирмы США и Канады формировали более существенную долю лесозаготовок, чем сегодня. В связи с конкуренцией, которую им составили поставщики из Малайзии, Индонезии и России, эти фирмы постепенно переходят к выпуску продуктов с более высокой добавленной стоимостью. Но поскольку среди этих продуктов основную часть составляют панели и стандартные сборные конструкции, то в этом секторе доминируют крупные компании, обладающие собственными каналами дистрибуции и выстраивающие сети поставщиков. В такой ситуации малый бизнес становится либо поставщиком компонентов (панели для мебели), либо производителем немассовой продукции (мебель с авторским дизайном).

На практике компании имеют два основных пути роста: удовлетворение потребностей головной компании (требует технологического развития, т.к. есть конкуренция со стороны других поставщиков) и/или развитие собственной сети дистрибуции (с ориентацией на потребителей, готовых платить за дополнительные свойства продукции, – качество, дизайн и т.п.).

На внутреннем рынке наиболее крупными и перспективными нишами в деревообработке для российского малого и среднего бизнеса были и остаются производство мебели и конструкций (окон, дверей, домов), что особенно актуально в условиях строительного бума в стране.

Экспортное направление также остается перспективным, хотя мировой рынок продуктов и в натуральном, и в денежном выражении растет довольно медленно: ежегодный рост в 2001–2005 гг. составлял всего около 1 %, причем быстрее всего (на 3,5 % в год) рос спрос на деревянные панели.¹⁴ Сегодня приемлемая рентабельность поставки круглого леса и пиломатериалов первичной обработки в Европу и Китай (особенно нелегальных рубок и поставок) позволяет предприятиям получать «легкую» прибыль, но препятствует росту технологического потенциала малых компаний в этой сфере и развитию дальнейшей переработки, а значит, не позволяет им занять более привлекательную позицию на мировом рынке.

Основные проблемы

Основной проблемой для развития кластера продуктов из дерева Архангельской области, актуальной как для целой системы, так и для малых и средних компаний, является прогрессирующий износ инфраструктуры.

Другие проблемы, оказывающие непосредственное влияние на конкурентоспособность областных лесозаготовителей:

- Истощение лесов, связанное с длительным (на протяжении всего последнего столетия) отсутствием эффективного лесного хозяйства при достаточно интенсивном лесопользовании
- Отсутствие четкой федеральной и региональной (в Архангельской области) политики в сфере лесопользования и природоохранной политики
- Недостаток лесных дорог, которые позволили бы освоить удаленные лесные участки
- Отсутствие финансирования строительства новых лесных дорог
- Увеличение затрат на транспортировку древесины от мест заготовки к потребителю
- Сложности с получением лесного участка для заготовки древесины
- Дискриминация со стороны естественных монополий

Экстенсивная система лесного хозяйства. Качество хозяйствования привело к тому, что на лучших, наиболее продуктивных и доступных в транспортном отношении лесных землях бывшие хвойные леса сменились березово-осиновыми, не столь привлекательными с хозяйственной точки зрения. Большая расчетная лесосека области по хвойным лесам объясняется наличием удаленных, труднодоступных и малопродуктивных лесных участков, а также смешанных лесов, хотя и относимых при определении расчетной лесосеки к хвойным, но не дающим требуемой отдачи при лесозаготовках.

Неблагоприятные погодные условия, наблюдавшиеся с 1997 по 2004 гг., спровоцировали мощную волну усыхания еловых лесов, примыкающих к «фронту лесозаготовок». Массовое размножение в усыхающих лесах короеда-«типографа» и других насекомых-вредителей может привести к тому, что многие европейские покупатели лесной продукции будут отказываться от ее приобретения по карантинным соображениям. (Рис. 16)

Инфраструктура. В связи с истощением лучших лесов лесозаготовителям приходится двигаться всё дальше вглубь лесных территорий, чтобы добыть древесину. Механизм финансирования строительства лесных дорог, определенный в «старом» Лесном кодексе, на практике не работал: строительство финансировала не исполнительная власть, а сами компании. В результате их расходы на дороги и вывоз росли ежегодно, что привело к ухудшению финансового и социального положения лесных предприятий и поселков. Зима 2006–2007 гг. стала настоящим бедствием, так как вывоз заготовленного леса в течение нескольких месяцев был невозможен. Кроме того, серьезно мешает развитию отрасли общий недостаток промышленных зданий, действия арендодателей, а также политика администрации г. Архангельска

¹⁴ UNECE/FAO (2006) UNECE/FAO Forest Products Annual Market Review 2005–2006

БАРЬЕРЫ ДЛЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА



Рис. 16

в части распределения земельных участков под новое строительство.

Транспорт. Что касается железнодорожной инфраструктуры и транспорта, их услуги также дороги и не всегда надежны. Далеко не все платежи, устанавливаемые ОАО «РЖД», особенно для малых предприятий, являются достаточно обоснованными, притом что качество оказываемых услуг оставляет желать лучшего (вагоны поставляются не в срок, их не хватает, парк подвижного состава модернизируется медленно, сохранность груза обеспечивается не всегда).

Доступ к рынку. Администрация региона стремится распределять большие участки леса. Для их аренды лесозаготовительным предприятиям необходимо аккумулировать значительные денежные средства, которые малые предприятия просто не в состоянии найти. Это приводит к появлению посреднических организаций, присваивающих основную долю прибыли от лесозаготовок и не оставляющих мелким предприятиям средств для развития, что неизбежно приводит к росту теневого сектора лесозаготовок.

Административное регулирование. Перечисленные выше проблемы усиливаются непрекращающимися хаотичными изменениями в российском лесном законодательстве и системе управления лесами, которые уже привели к снижению качества лесной охраны, росту количества незаконных рубок и других преступлений, мздоимству со стороны работников

лесного хозяйства и т.д. С принятием федерального закона ФЗ-199 и нового Лесного кодекса эти проблемы только усугубились, поскольку изменения, вносимые в законодательство и систему управления лесами, вступают в конфликт с уже принятыми постановлениями. Имеющаяся система управления и охраны лесов в регионах России, в том числе в Архангельской области, начала разрушаться. Это касается и системы управления заповедниками и национальными парками.

В качестве отдельной проблемы в группе «Административное регулирование» следует назвать процесс сертификации. Нередкими являются требования со стороны надзорных органов к предприятиям о получении сертификатов и составлении фактически ненужных документов. При этом фирма, рекомендованная органами, часто является аффилированной с ними, стоимость сертификации довольно высока,¹⁵ а ответственность по выданному сертификату фирма не несет.

Технологический потенциал и человеческие ресурсы. В настоящий момент в Архангельской области идет процесс активного обновления предприятиями

¹⁵ Сертификация кран-балок может обойтись в 90 тыс. руб., но займет 1 час, и специалист лишь выдает положительное заключение на дальнейшее использование, наличие которого необходимо для надзорных органов, но никак не гарантирует безопасности этих кран-балок. В случае их неисправности или аварии надзорные органы и сертифицирующая фирма не несут никакой ответственности – эта нагрузка ложится на пользователя.



лесозаготовительного оборудования. В основном предприятия закупают иностранное оборудование, которое позволяет в несколько раз увеличить производительность лесозаготовок. Для работы на новом оборудовании требуются высококвалифицированные рабочие, умеющие обращаться с подобной техникой. Несмотря на то, что в области находится один из ведущих лесных вузов страны – Архангельский государственный технический университет (АГТУ), дефицит подготовленных кадров наблюдается практически на всех предприятиях лесной отрасли. И если более крупные предприятия способны справиться с этой проблемой, обучая сотрудников на месте, для малых и средних предприятий доля таких издержек слишком велика.

Финансовые ресурсы. Несмотря на активное обновление, более половины лесозаготовительных предприятий Архангельской области до сих пор используют советские технологии заготовки древесины и соответствующую технику. Вызвано это финансовыми препятствиями к обновлению – высокой ставкой по кредитам на покупку оборудования (16–22 %), проблемами с лизингом, а также тем, что компаниям «теневому сектору» кредиты практически недоступны. Проблема усугубляется тем, что администрация региона отказалась от применения механизма гарантий по кредитам в рамках поддержки малых предприятий, а проводимые конкурсы на компенсацию процентов по кредитам, для участия в которых требуется подготовить большой пакет документов, доступны скорее средним и крупным компаниям. Применение энергоемких машин и трудоемких технологий делает предприятия более чувствительными к росту цен на энергоносители и не дает им возможность увеличивать заработную плату и социальные гарантии работникам. Кроме того, рост издержек передается по цепочке предприятиям деревообработки.

Следствием низкой производительности являются низкие зарплаты. В Архангельской области в 2004 г. средняя месячная зарплата в лесном хозяйстве составила 6 010 рублей, а в лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности – 7 158 рублей, что ниже средней по области (7 887,5 рублей в месяц). Проблемой являются не только относительно низкие зарплаты, но также непрестижность профессии и отсутствие ясных перспектив.

Система поставщиков. К сожалению, несмотря на наличие множества проблем, предприятия лесной отрасли в Архангельской области слабо кооперируются между собой. Среди причин такого положения можно назвать отсутствие признанных отраслевых лидеров. В областной Ассоциации малого и среднего бизнеса ЛПК Архангельской области, созданной в конце 2002 г., в настоящий момент всего 25 членов. В 2007 г. были распущены ассоциации крупных лесопромышленников и лесозаготовителей.

Внутренние проблемы приводят не только к падению производительности в лесном хозяйстве области, но и негативно сказываются на репутации региональных экспортеров. Это тем более значимо, так как отрасль в регионе имеет экспортную направленность и зависит от конъюнктуры зарубежных рынков, не всегда благоприятной.¹⁶ Кроме того, на конъюнктуру зарубежных рынков оказывают влияние требования экологических общественных организаций, в соответствии с которыми вся древесина, приобретаемая и перерабатываемая в западных странах, должна быть заготовлена только в лесах, сертифицированных по международным стандартам устойчивого лесопользования. Сейчас в условиях относительного дефицита древесины эти требования пока нечасто применяются на практике, но в перспективе, с развитием современных технологий интенсивного выращивания древесины в южных странах, требования экологических организаций могут стать эффективным оружием в «торговых войнах» за рынки сбыта древесины.

Результаты опроса компаний

В опросе участвовал 31 руководитель компаний МСБ, осуществляющих свою деятельность в лесной отрасли. Опрошенных респондентов можно разделить на четыре большие группы, которые в значительной степени определяют результаты опроса:

- Лесозаготовители (23 %)
- Переработчики древесины, выпускающие пиломатериалы (21 %)
- Представители компаний, оказывающих услуги (перевозка, продажа пиломатериалов) (19 %)
- Производители строительных конструкций из дерева, в том числе домов из дерева (13%)

Средняя численность персонала компаний, участвующих в опросе, составила от 50 до 250 чел. При этом зафиксировано снижение численности сотрудников компаний за прошедшие три года (падение численности – в диапазоне от 10 % до 1 %).

Опрошенные компании имеют довольно устойчивое текущее финансовое состояние и небольшой рост объема реализации продукции (рост годового объема реализации продукции за последние три года составил от 11 % до 20 %). Прогноз темпа роста годового объема реализации продукции в будущем пессимистичен и находится в диапазоне от 1 % до 15 % в течение ближайших трех лет.

¹⁶ По лесам Северной Европы и Прибалтики 8 января 2005 г. прошел сильнейший ветровал, в Финляндии долго бастовали работники лесного комплекса. В результате на складах потенциальных потребителей накопились огромные запасы, и спрос зарубежных потребителей на пиломатериалы в течение всего 2005 г. был меньше обычного.

Как правило, основными рынками сбыта продукции компаний, являются Архангельская область (66 %) и другие регионы России (22 %). Лишь небольшую долю своей продукции компании сами отправляют на экспорт в страны СНГ (5 %) и дальнего зарубежья (6 %). В Архангельской области имеются представительства международных компаний-импортеров пиломатериалов, закупающих сырье у местных компаний-переработчиков древесины, это и объясняет такой большой процент сбыта именно в Архангельской области. Лесозаготовительные компании всю свою продукцию продают местным компаниям, производящим пиломатериалы, целлюлозно-бумажным комбинатам (в том числе Котласскому ЦБК), фанерному заводу, поскольку вывозить свою продукцию в другие регионы данным компаниям экономически невыгодно. Опрошенные респонденты также не планируют географического расширения деятельности своих компаний, поскольку им очень трудно выйти на зарубежный рынок со своей продукцией.

Респонденты отметили *невысокую конкурентоспособность* своих компаний. Основной фактор, снижающий конкурентоспособность архангельских компаний, – невыгодное географическое местоположение Архангельской области. К этому необходимо добавить высокую стоимость ведения бизнеса, в Архангельской области стоимость 1 кВт/ч – одна из самых высоких в стране.

Конкуренцию на рынке можно оценить как высокую, при этом на рынке присутствуют несколько сильных конкурентов. В частности, для сектора лесозаготовок – это многочисленные небольшие компании (36 %), для сектора производства пиломатериалов – несколько крупных компаний (39 %). Основными конкурентами для респондентов являются архангельские компании, на втором месте идут иностранные компании (имеющие производство в Архангельской области или закупающие сырье через местные представительства). И затем следуют компании из других российских регионов, производящие продукты из дерева в Архангельской области. Стоит отметить также негативное влияние сторонних посреднических организаций на бизнес респондентов. Такая ситуация характерна в секторе лесозаготовки: на рынке существует множество мелких компаний, у которых не хватает ресурсов для аренды лесных участков, чем успешно пользуются посредники. Также страдают компании-респонденты от сговора своих потенциальных клиентов, как правило, представителей иностранных компаний-импортеров сырья.

Хотя респонденты считают, что успех их компаний основан на высоком качестве продукции и услуг (44 %), на втором месте идут низкие издержки производства продукции (23 %). Однако основным приоритетом для руководителей компаний в будущем является, как ни странно, снижение издержек (31 %),

и лишь затем – запуск новых продуктов (24 %) и повышение качества продукции и услуг (20 %). При этом компании неохотно инвестируют в научные исследования и разработки (НИОКР); доля затрат на НИОКР составляет около 1 % в выручке компаний. Технологический уровень компаний можно оценить как крайне низкий (более 90 % от числа опрошенных указали, что на их предприятиях ни один производственный участок, ни один производственный процесс и ни одна производственная площадка не сертифицированы по международным стандартам качества). Респонденты отметили, что они используют устаревшую технологию производства. При этом если компания пожелает внедрить новую технологию, ей это будет сделать очень легко – в области присутствуют поставщики качественного оборудования и комплектующих. Основная проблема – недостаток денежных средств. Получается, что для поддержания жизнеспособности своего бизнеса у компаний есть финансы, а для обновления технологии, а следовательно, для повышения эффективности (снижения себестоимости продукции) производства и качества продукции (которую можно будет экспортировать) денег не хватает, и найти их негде. Согласно данным опроса, респонденты могут получить заем только на один год, очень трудно получить кредит на пять лет. На больший срок денег никто не дает.

Самым серьезным негативным фактором респонденты считают *неразвитость транспортной инфраструктуры*, а именно отсутствие сети лесных дорог, без которых местные лесозаготовители не в состоянии наращивать производство. Это сдерживает рост производства компаний-потребителей, покупающих сырье у лесозаготовителей. Местные ЦБК вынуждены снижать выпуск продукции по причине банальной нехватки сырья. Говоря о неразвитости транспортной инфраструктуры, следует отметить проблемы с организацией автомобильных и железнодорожных перевозок. Представители РЖД требуют дополнительные необоснованные платежи с малых компаний, которые, к слову, не платят крупные предприятия. В области не развита и логистическая инфраструктура, и найти, например, склад класса «В» (не говоря о складе класса «А») в Архангельске нереально.

Вторым по важности отрицательным фактором является *дефицит кадров*. Следует отметить как количественный недостаток кадров, так и низкое качество их подготовки. С дефицитом кадров сталкиваются и лесозаготовители, которым не хватает не квалифицированного персонала для работы в лесу, и переработчики древесины, которые не могут найти квалифицированных инженеров и рабочих. (Рис. 17)

Компании-респонденты сталкиваются с серьезным *дефицитом имущественных ресурсов* (трудности при поиске подходящих промышленных зданий,



ОЦЕНКА ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ МСБ В КЛАСТЕРЕ ПРОДУКТОВ ИЗ ДЕРЕВА АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ



Рис. 17



Рис. 17а

складских площадей и офисов). Особо стоит отметить проблемы с поиском выставочных площадей, что имеет ключевое значение для производителей мебели.

Большинство опрошенных респондентов указали на *высокий уровень административных барьеров*. При этом таможенные процедуры не создают проблем для бизнеса, в отличие, например, от процедуры налогового администрирования.

Респонденты отметили свое участие в региональных программах поддержки малого и среднего предпринимательства, но данные программы, по их мнению, оказались неэффективными. Если же говорить про федеральные программы поддержки малого и среднего предпринимательства, респонденты в них не участвовали и, следовательно, не оценили их эффективность. (Рис. 17а)

Эффективность работы ассоциаций малых и средних фирм ЛПК Архангельской области, согласно опросу, также невелика.

Характеристика системы поддержки предпринимательства и МСБ

К сожалению, в Архангельской области система поддержки малого и среднего бизнеса на региональном уровне пока работает относительно слабо. В Департаменте экономического развития администрации области ответственность за развитие МСБ распределена между Отделом развития предпринимательства и межрегионального сотрудничества и Отделом инвестиционных проектов. Однако на практике решением проблем малых и средних предприятий лесопромышленного комплекса области занимается Департамент лесного комплекса. Кроме того, в областной администрации действует Комиссия по устранению административных барьеров, а при главе администрации создан Общественный совет по малому предпринимательству (в его составе довольно много депутатов, которые одновременно являются и бизнесменами). Основу региональной инфраструктуры поддержки МСБ составляет сеть из 20 информационно-консультационных пунктов для предпринимателей – туда, например, рассылается информация по законам, налогообложению и бухучету и т.д.

Основные документы по поддержке МСБ на уровне области – это областной закон № 137-23-ОЗ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Архангельской области» от 6 июля 1999 г. и областная социально-экономическая целевая программа «Развитие малого предпринимательства в Архангельской области на 2006–2008 гг.». Формально программа выглядит как достаточно хорошая система поддержки, практически полностью охватывающая все используемые в настоящее время факторы развития МСБ: предусмотрено и спонсирование участия в выставках, и совершенствование отношений аренды,

и создание центров субконтракции, и компенсация части затрат на подготовку кадров. Участником программы является некоммерческий фонд «Форпост НП», который давно работает в сфере консультирования МП, льготной аренды помещений и офисной техники. Запланированные расходы по программе на 2008 г. составляют 38,5 млн руб., из которых 25 млн – финансирование инвестиционных проектов субъектов малого предпринимательства на конкурсной основе. Но на деле программа (особенно конкурс инвестиционных проектов) пока недостаточно хорошо адаптирована к потребностям целевой группы предприятий: из запланированных на 2006 г. расходов в 21,5 млн руб. было израсходовано 8,7 млн руб. (1 % из 805 млн руб. финансирования областных целевых программ из областного бюджета).

Предположительно существование программы обусловлено в первую очередь наличием федеральной политики по развитию МСБ. Например, Отдел инвестиционных проектов проводит конкурсы на оказание государственной финансовой поддержки малому предпринимательству, но только в рамках соответствующей федеральной программы МЭРТ. Другой пример: в регионе существует Общественный совет по малому предпринимательству при главе администрации региона, однако в 2006 г. было проведено только одно его общее заседание.

Реальное отсутствие приоритетов в сфере МСБ в Архангельской области подтверждается и общим анализом региональной политики: малый и средний бизнес не рассматривается в качестве значимой группы интересов в концепции стратегии развития Архангельской области до 2020 г., равно как развитие МСБ не отнесено ни к стратегическим целям, ни к сколько-нибудь значимым мероприятиям стратегической концепции.

3.2. АГРОПИЩЕВОЙ КЛАСТЕР КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Социально-экономическое положение региона

Экономика Краснодарского края является одной из крупнейших в России. Отчасти это определяется демографическими причинами: по численности населения (более 5 млн чел.) край занимает 3-е место в России после Москвы и Московской области, отчасти – выгодным транспортно-географическим положением



(наряду с Санкт-Петербургом Краснодарский край является важнейшим портовым регионом России). К естественным конкурентным преимуществам края относятся очень благоприятные условия для развития сельского хозяйства.

Естественные конкурентные преимущества края дополняются достаточно эффективной на текущий момент экономической политикой региональной администрации, реализуемой в течение длительного времени. Подтверждением тому являются привлеченные в край инвестиции в экономику региона – по накопленным за 2000–2004 гг. прямым иностранным инвестициям (почти 2 млрд долл. США) Краснодарский край занимает 3-е место в России. (Рис. 18)

В структуре ВРП края основное место занимают услуги (53,8 %), прежде всего транспортные (16,6 %), а также торговля и прочие платные услуги населению (12,8 %). Промышленность и сельское хозяйство создают примерно по 14 % ВРП, строительство – 11,7 %. Кроме того, почти половину всего промышленного производства (46,9 %) формирует пищевая промышленность. Таким образом, предприятия, относящиеся к агропищевому кластеру, формируют примерно 20 % всего ВРП Краснодарского края.

По уровню ВРП на душу населения Краснодарский край лидирует в Южном Федеральном округе,

но занимает только 42-е место в Российской Федерации: в 2004 г. этот показатель составил 63,8 тыс. руб. на человека. В период с 1996 по 2000 г. индекс физического объема ВРП в Краснодарском крае вырос на 15 % (в среднем по России – на 10,7 %), за период с 2000 по 2004 г. темпы роста ИФО ВРП в крае (18,7 %) были существенно ниже среднероссийских (29,4 %). Достаточно низкий уровень душевого ВРП в крае объясняется двумя причинами, связанными с отраслевым портфелем региона:

- Ключевые отрасли экономики региона (сельское хозяйство и туризм) не могут обеспечить высокого уровня душевого ВРП
- Доля «теневого», не учитываемого статистикой, объема продаж товаров и услуг в сельском хозяйстве и туризме очень велика¹⁷, а значит, реальные доходы населения края существенно выше официальных

¹⁷ Подтверждением увеличения «теневого» сектора является и то, что темпы промышленного роста в крае соответствуют среднероссийскому уровню: рост индекса промышленного производства в Краснодарском крае за 1995–2000 гг. составил 15,2 %, а в среднем по России за тот же период – 14,7 %, а за период с 2000 по 2005 г. – 34,8 % (при среднероссийском росте – 28,5 %).

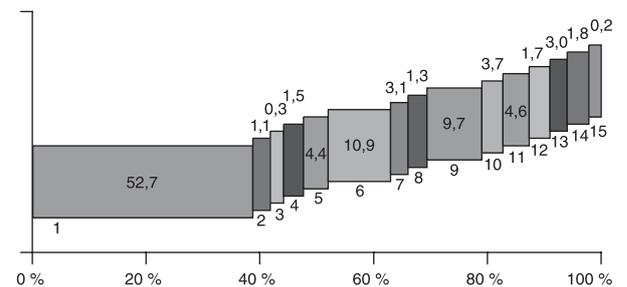
ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ ПОЛОЖЕНИЕ И СТРУКТУРА ПРОМЫШЛЕННОСТИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Географическое положение Краснодарского края...



Территория	75,5 тыс. км ²
От Краснодара до Москвы	1 539 км
Население	5 096,6 тыс. человек
ВРП на душу населения	64 тыс. руб.
Отгружено, обр. производства	139 321 млн руб.
Вклад МП в экономику	12,2 % занятости; 11,7 % инвестиций

...и структура продукции обрабатывающих производств за 2005 г.



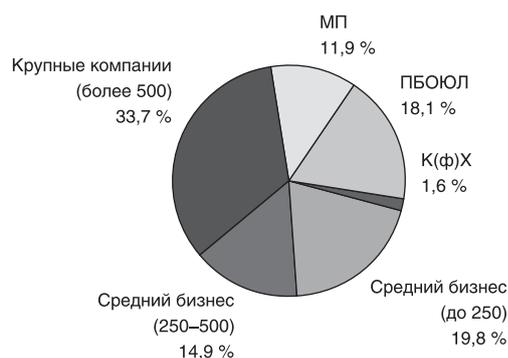
- 1 – производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака
- 2 – текстильное и швейное производство
- 3 – производство кожи, изделий из кожи и производство обуви
- 4 – обработка древесины и производство изделий из дерева
- 5 – целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность
- 6 – производство кокса и нефтепродуктов
- 7 – химическое производство
- 8 – производство резиновых и пластмассовых изделий
- 9 – производство прочих неметаллических минеральных продуктов
- 10 – металлургическое производство и производство готовых металлических изделий
- 11 – производство машин и оборудования
- 12 – производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования
- 13 – производство транспортных средств и оборудования
- 14 – прочие производства
- 15 – производство прочих материалов и веществ, не включенных в другие группы

Данные: Росстат (2007)

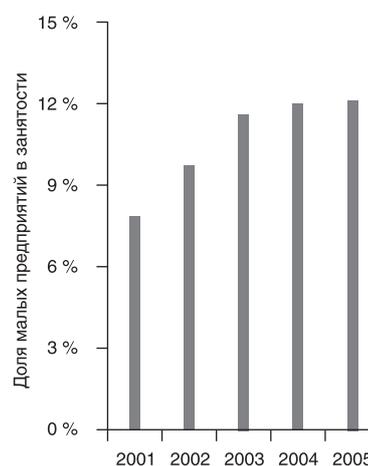
Рис. 18

ВКЛАД МАЛЫХ И СРЕДНИХ ФИРМ В ЗАНЯТОСТЬ В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

Структура занятости по размерным группам компаний (2003 г.)...



...и динамика доли занятых на малых предприятиях



Данные: РЦМП (2004), Росстат (2007)

Рис. 19

Итак, экономика Краснодарского края базируется на естественных конкурентных преимуществах региона и складывается из трех основных отраслевых секторов:

- Сельское хозяйство и пищевая промышленность (примерно 1/5 экономики региона)
- Транспортные услуги (примерно 1/6 экономики региона)
- Туризм (примерно 1/10 экономики региона)

Администрация края фокусируется на развитии именно этих отраслей, прежде всего, путем создания благоприятных условий для прихода внешних инвестиций.

Малый бизнес региона. В силу отраслевых особенностей экономика Краснодарского края отличается значительной долей малых предприятий. Общее количество МП в регионе на конец 2005 г. составило 35,5 тыс., на них было занято 267,1 тыс. чел. (12,2 % от общей численности). Основная часть работников занята в торговле (82,8 тыс. чел.), в строительстве (49,8 тыс. чел.) и в обрабатывающей промышленности (48,5 тыс. чел.). В 2001 г. численность занятых на МП составляла всего 165 тыс. чел. (8,0 %).

Роль малых фирм в экономике Краснодарского края за 2001–2005 гг. существенно возросла (положительная динамика сохранялась все 5 лет). Если в 2001 г. вклад малых предприятий в инвестиции

едва превышал 1 %, то на фоне общего роста инвестиций их доля значительно возросла (до 11,7 %). (Рис. 19)

Состояние и структура кластера

За последние годы рынок продуктов питания в России развивался быстрыми темпами как в количественном измерении, так и с точки зрения потребительских параметров продукции, ее качества и разнообразия. Это, с одной стороны, свидетельствует о хороших перспективах дальнейшего развития Краснодарского агропищевого кластера, но, с другой – выдвигает новые требования к расширению спектра производимой продукции, повышению качества, созданию конкурентоспособных торговых марок и т.п.

Агропищевой кластер в Краснодарском крае является одним из наиболее развитых в стране, причем не только в своей категории, но и по сравнению с кластерами в других отраслевых категориях. Кроме того, кластер отличается широким присутствием МП в его структурных элементах: корень кластера, сырье и материалы, потребители.

«Корень кластера». В этом структурном элементе осуществляют свою деятельность как малые и средние, так и крупные предприятия, например, Краснодарский мясокомбинат. Помимо переработчиков сырья, в «корне» присутствуют мелкие компании, фасующие продукты питания (сливочное



масло, маргарин, растительное масло, чай и т.д.). Налаженная система дистрибуции позволяет этим компаниям успешно работать на данном рынке.

«Сырье и материалы». Небольшие фермерские хозяйства выращивают зерновые, скот и птицу, затем это сырье скупается мелкими и средними предприятиями для дальнейшей переработки. Однако в некоторых станицах Краснодарского края происходит ликвидация малых фермерских хозяйств, производящих молоко, что объясняется закрытием местных молокозаводов. В итоге в станицах перерабатывающие производства испытывают проблемы с получением свежей молочной продукции (например, термостабильных сливок). Другой, прямо противоположный пример: хозяйства, выращивающие сахарную свеклу, работают стабильно по причине высокого спроса на сахар. В результате в крае сформировалось определенное количество так называемых «крепких хозяйств», имеющих современную технику и оборудование, которые позволяют более эффективно распоряжаться имеющейся землей и получать большую прибыль с каждого гектара.

«Потребители». Здесь малые и средние предприятия представлены в основном в секторах розничной торговли и общественного питания. С учетом размеров внутреннего рынка края и значительного количества туристов, особенно в летнее время, эти сектора имеют для кластера большое значение, хотя и несопоставимое с экспортом за пределы региона.

Кластер характеризуется относительно высокой степенью кооперации между его участниками. Например, фермер, специализирующийся на сахарной свекле, имеет возможность заказать целый спектр услуг, начиная от посева и выращивания урожая до его сбора и транспортировки на переработку. Эти услуги осуществляют другие малые компании на конкурентной основе. Другой пример: малое предприятие, производящее натуральные экстракты из растений (используются при производстве пищевых добавок и ароматизаторов), активно экспортирует свою продукцию за пределы региона, в том числе и за рубеж.

Наиболее слабо развитым структурным элементом кластера является производство оборудования. При обновлении технической базы предприятия стремятся закупать оборудование иностранного производства, которое во много раз эффективнее российского. При этом в крае действует множество поставщиков этого оборудования и компаний, осуществляющих его обслуживание.

Основные проблемы

Выявленные проблемы характерны именно для малого и среднего бизнеса агропищевого кластера Краснодарского края, а не для всего кластера

в целом. Например, значительное количество барьеров для развития всего кластера связано с инфраструктурными ограничениями, но для МСБ эти ограничения пока что не имеют принципиального значения по сравнению с другими, более актуальными. (Рис. 20)

Основные барьеры для развития малого и среднего бизнеса в агропищевом кластере Краснодарского края:

Конкуренция с производителями продуктов из низкокачественного импортного сырья. Например, некоторые компании закупают сублимированный зеленый горошек, произведенный в Канаде, размачивают его в воде и продают под маркой «произведено в Краснодарском крае». Другой подобный пример касается производства кетчупа из томатной пасты, закупленной в Китае. Такие предприятия, во-первых, могут нанести вред марке краснодарских продуктов, а во-вторых, вытеснить с рынка добросовестных производителей натуральных продуктов.

Нехватка квалифицированных рабочих. Переход компаний на новые технологии и, соответственно, обновление оборудования приводят к повышению требований к квалификации рабочих. При этом существующие учебные заведения не в состоянии подготовить специалистов, отвечающих требованиям компаний. В то же время наиболее подготовленные и способные работники стремятся переехать в столицу или другие города края (Краснодар, Сочи, Новороссийск), где можно найти работу с более высоким заработком.

Финансовые ресурсы. Мелким хозяйствам для получения кредита нечего предоставить в залог, поэтому для них недоступны кредиты для подготовки к посевной. Этой ситуацией успешно пользуются посреднические компании, получающие в результате большую долю прибыли от произведенной сельхозпродукции.

Налоговое администрирование. Во многих станицах мелкие компании сталкиваются с некачественной и непрофессиональной работой налоговых органов. Например, счет одной строительной компании был заморожен по ошибочному расчету налогового инспектора, указавшего задолженность фирмы в несколько тысяч рублей. Деятельность компании по этой причине была остановлена на несколько месяцев. После выяснения всех обстоятельств дела налоговая инспекция не произвела компенсации ущерба и не потрудились принести извинения руководству компании. Другие примеры связаны с навязыванием налоговыми органами кассовых аппаратов компаниям, которые имеют право не использовать их, и требованием постоянного обновления аппаратной части с ежегодным удорожанием кассовой техники в несколько раз.

БАРЬЕРЫ ДЛЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА



Рис. 20

Результаты опроса компаний

В опросе участвовало около 50 руководителей компаний МСБ, осуществляющих свою деятельность в секторе переработки сельскохозяйственной продукции и производства продуктов питания. Из числа опрошенных респондентов можно выделить три больших группы, в основном это представители предприятий, производящих готовую продукцию:

- Переработчики продукции сельского хозяйства (37 %)
- Производители муки, хлебобулочных и макаронных изделий (16 %)
- Производители кондитерских изделий (10 %)

Средняя численность персонала компаний, участвовавших в опросе, варьируется от 10 до 500 чел. Были опрошены в равной степени все компании, как малые, так и средние. При этом руководители опрошенных компаний отметили стабильную ситуацию с изменением численности сотрудников компаний за прошедшие 3 года (падения численности не наблюдаются более чем у 42 % опрошенных).

Большинство опрошенных отметили довольно устойчивое текущее финансовое состояние своих компаний, а также средний рост объема реализации продукции (рост годового объема реализации продукции за последние 3 года составил от 11 % до 20 %). Однако прогноз темпов роста на последующие 3 года пессимистичен (около 15 %).

Основным рынком сбыта продукции компаний является Краснодарский край, где реализуется около 72 % готовой продукции. В других регионах России реализуется 27 % готовой продукции, а оставшаяся часть продается на рынках стран СНГ. Экспорт в страны дальнего зарубежья практически равен нулю.

Сырье и комплектующие закупаются у местных краснодарских компаний, оборудование – у производителей из других российских регионов.

Респонденты отметили *среднюю конкурентоспособность* своих компаний. Основное и единственное конкурентное преимущество компаний базируется на качестве продукции (51 %), которая объясняется благоприятными условиями для выращивания качественного сырья. При этом компании не могут обеспечить низкую себестоимость продукции, что связано с невысоким уровнем используемых технологий. Первостепенная задача на ближайшие 3 года – запуск новых продуктов (33 %). Затем географическое расширение в пределах Краснодарского края (19 %) и России (13 %). Следующая задача – повышение качества продукции (15 %).

Конкуренцию на рынке можно оценить как высокую, причем с участием большого числа конкурентов (62 %) из Краснодарского края (49 %). Некоторые руководители отметили негативное влияние на деятельность своих компаний несогласованных действий своих клиентов, а также сторонних посреднических организаций.



Технологический уровень компаний оценивается респондентами как крайне низкий (52 % компаний не используют современные технологии и производственное оборудование), что является показателем высокой себестоимости продукции. Если компания захочет внедрить новую технологию, это будет очень легко сделать – в крае работают поставщики качественного оборудования и комплектующих. Основная проблема – недостаток денежных средств, очень сложно получить деньги на длительный срок и приобрести оборудование в лизинг.

Взаимодействие малых и средних компаний с партнерами (другие компании, высшие и средние учебные заведения, НИИ) может развиваться по шести направлениям:

- Повышение качества и снижение стоимости существующей продукции или услуг
- Разработка новой продукции и услуг
- Совместное продвижение продукции и услуг на российском рынке
- Совместное продвижение продукции и услуг на зарубежных рынках
- Совместная организация закупок
- Повышение квалификации персонала

В ходе исследования измерялась интенсивность взаимодействия и удовлетворенность его результатами отдельно по каждой группе партнеров и по каждому направлению сотрудничества. (Рис. 21)

Эффективность взаимодействия. Говоря о сотрудничестве малых и средних компаний в Краснодарском крае, следует отметить высокую степень кооперации между малыми компаниями. Например, фермер, имеющий земельный участок, может приобрести услуги по подготовке земли к посеву, ему помогут посеять и вырастить урожай, соберут его и отвезут на пункт приема. Слабая интенсивность сотрудничества наблюдается между компаниями малого и среднего бизнеса с предприятиями крупного бизнеса и высшими учебными заведениями. Наиболее эффективно малые и средние компании сотрудничают с предприятиями крупного бизнеса и с высшими образовательными учреждениями в части разработки новой продукции и продвижения продукции на российском рынке.

Эффективность сотрудничества с другими малыми и средними компаниями и научно-исследовательскими учреждениями является средней. Следует отметить, что в сотрудничестве со средними специальными учебными заведениями (ССУЗами) эффективность равна нулю. И это странно, поскольку эти учебные заведения готовят квалифицированных рабочих для предприятий агропищевого кластера, в том числе и для малых и средних компаний. Получается, что результаты деятельности ССУЗов не востребованы малыми и средними компаниями.

Среди основных направлений сотрудничества можно выделить:

ОСНОВНЫЕ ОБОЗНАЧЕНИЯ НА СЛАЙДАХ

Интенсивность взаимодействия

.....	Взаимодействие отсутствует
-----	Интенсивность взаимодействия минимальная
—————	Интенсивность взаимодействия средняя
—————	Интенсивность взаимодействия максимальная

Эффективность взаимодействия

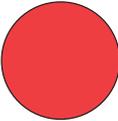
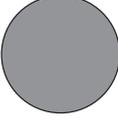
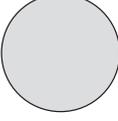
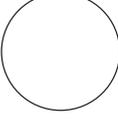
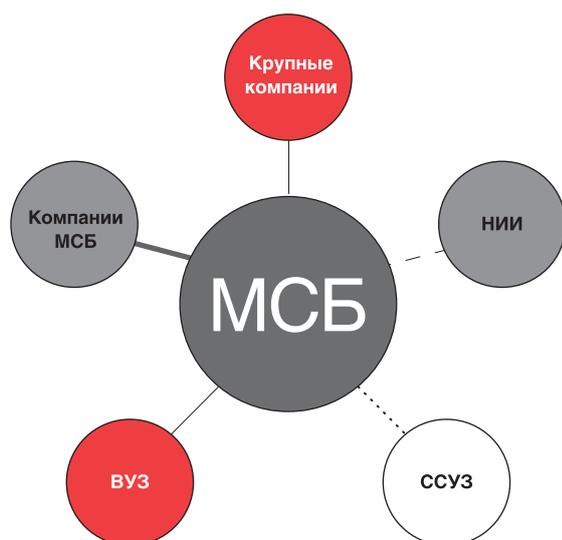
	Высокая эффективность взаимодействия
	Средняя эффективность взаимодействия
	Минимальная эффективность взаимодействия
	Взаимодействие отсутствует

Рис. 21

ИНТЕНСИВНОСТЬ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Интенсивность сотрудничества с партнерами...



Примечание. Основные обозначения – см. Рис. 21

...приоритетные направления сотрудничества

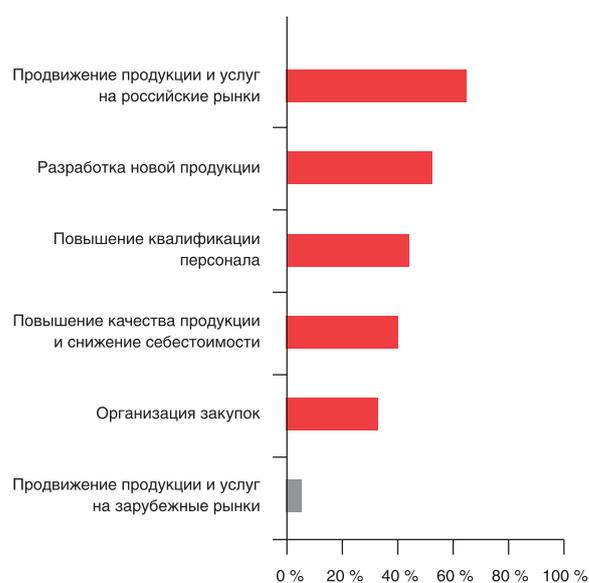


Рис. 22

- Продвижение продукции и услуг на российский рынок
- Разработка новой продукции
- Повышение квалификации персонала
- Повышение качества продукции
- Совместная организация закупок (Рис. 22)

Продвижением продукции и услуг на российский рынок малые и средние компании занимаются совместно с предприятиями крупного бизнеса и своими коллегами из других малых и средних компаний. Эффективность сотрудничества выше в случае взаимодействия с крупным бизнесом.

При *разработке новых продуктов и услуг* сотрудничество в основном осуществляется с малыми и средними компаниями и с НИИ. Эффективность сотрудничества – средняя.

При *повышении квалификации сотрудников* малые и средние компании сотрудничают только с высшими учебными заведениями и не сотрудничают с ССУЗаами. Эффективность сотрудничества – очень высокая.

При *повышении качества продукции и услуг* ведется совместная работа с коллегами из малых и средних компаний. Эффективность сотрудничества – средняя.

Совместные закупки малые и средние компании в основном осуществляют в сотрудничестве между собой и довольно эффективно. При этом небольшая часть малых и средних компаний успешно сотрудничает с крупными предприятиями.

Продвижением продукции на зарубежные рынки никто не занимается и сотрудничество в этом направлении не ведется. (Рис. 23)

Самым значимым негативным фактором для бизнес-климата Краснодарского края является *низкая доступность земельных участков*.

Второй негативный фактор – *дефицит кадров*, который наблюдается как в отношении квалифицированных рабочих, так и квалифицированных инженеров и технологов.

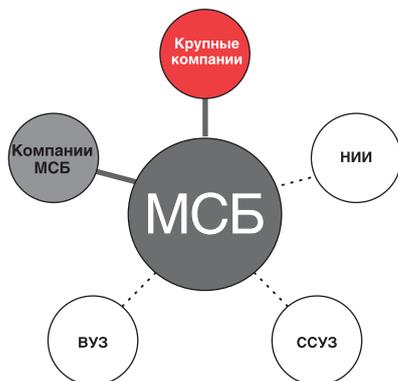
Третий негативный фактор – *низкое качество электроснабжения* (более 77 % респондентов согласны с этим утверждением), что, по-видимому, обусловлено высокими расходами на подключение к электрическим сетям и получение необходимого количества электроэнергии, не говоря о дополнительных неправомерных требованиях представителей местных электросетей.

Также компании сталкиваются с трудностями *при поиске подходящих промышленных зданий, складских площадей*. Офисные площади найти довольно легко.

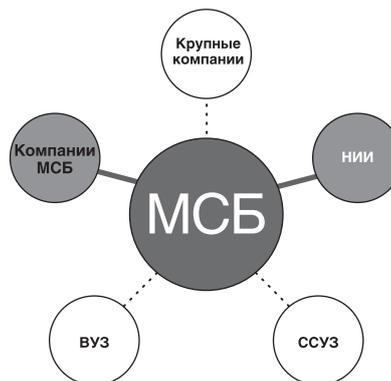


ИНТЕНСИВНОСТЬ СОТРУДНИЧЕСТВА ПО ОСНОВНЫМ НАПРАВЛЕНИЯМ

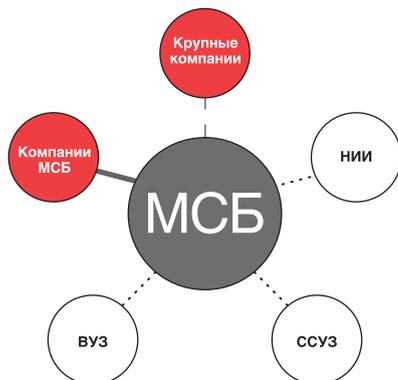
Продвижение продукции
на российские рынки



Разработка новой продукции



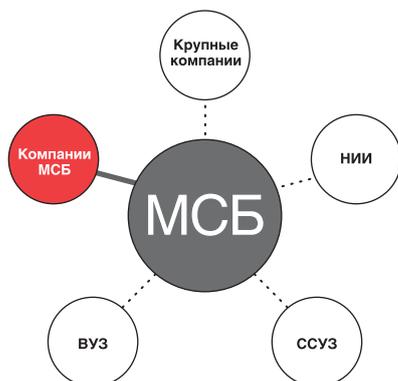
Организация закупок



Продвижение продукции
на зарубежные рынки



Повышение качества продукции
и снижение себестоимости



Повышение квалификации
персонала

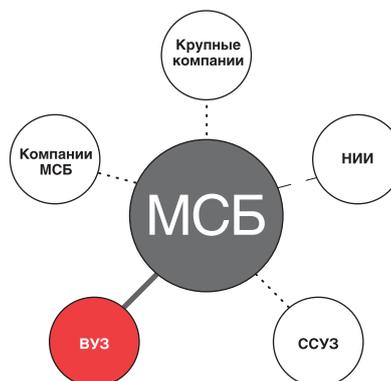


Рис. 23

ОЦЕНКА ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ МСБ В АГРОПИЩЕВОМ КЛАСТЕРЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ



Рис. 24



Рис. 24а



Респонденты отметили относительно хорошую развитость транспортной и логистической инфраструктуры, но в то же время и *большое количество неправомерных требований представителей РЖД.* (Рис. 24)

Большая часть опрошенных респондентов отметила высокий уровень *административных барьеров.* При этом процедура налогового администрирования является серьезной проблемой для компаний. Проверки контролирующих органов также негативно влияют на бизнес.

Респонденты не участвуют в региональных и федеральных программах поддержки малого и среднего предпринимательства. (Рис. 24а)

Характеристика системы поддержки предпринимательства и МСБ

В отличие от рассмотренной ранее Архангельской области, в Краснодарском крае развитие малого и среднего бизнеса является одним из приоритетных (по крайней мере, с официальной точки зрения) направлений деятельности региональной администрации. Развитие малого и среднего предпринимательства отнесено к одной из ключевых задач региональной власти. В 2004 г. в структуре администрации края был создан специальный Департамент проектного сопровождения с расширенными полномочиями, целью которого стало сфокусированное (по сравнению с другими департаментами) стимулирование ключевых проектов по экономическому развитию края. У департамента – два основных направления работы: привлечение в край инвестиций и развитие малого и среднего бизнеса. В структуре департамента имеется Управление по развитию малого и среднего предпринимательства (с четкой сферой ответственности). В стратегии развития Краснодарского края до 2020 г. МСБ отведено важное место: поддержка развития малого предпринимательства отнесена к числу стратегических направлений в экономическом развитии края.

На практике, как отмечают сами предприниматели, официальные заявления не всегда соответствуют реальной политике региональной власти, которая в последние годы уделяет значительно больше внимания крупным проектам, чем развитию малого бизнеса. Тем не менее, работоспособная система поддержки и развития малого и среднего бизнеса в крае всё же создана, и вопрос состоит лишь в повышении эффективности ее работы.

Ключевой момент в работе этой системы – активная деятельность на муниципальном уровне и повышение роли органов местного самоуправления в развитии малого и среднего бизнеса. В крае существует около 40 центров содействия развитию малого бизнеса на Кубани, которые в значительной степени

интегрированы с Краснодарской краевой системой торгово-промышленных палат, состоящей из 28 городских, районных, межрайонных палат (объединяют более 2 900 предприятий и организаций края). Кроме того, во многих муниципалитетах проводится собственная политика по поддержке МСБ, и, по отзывам предпринимателей, нередко она достаточно значима для малого бизнеса.

Власти региона намерены усилить свою работу по стимулированию развития малого и среднего бизнеса в Краснодарском крае: в ближайшее время в регионе планируется создать два бизнес-инкубатора в гг. Краснодар и Кропоткин. Бизнес-инкубаторы органично встроится в общую действующую систему по развитию малого и среднего бизнеса края.

3.3. ХИМИЧЕСКИЙ КЛАСТЕР ПЕРМСКОГО КРАЯ

Социально-экономическое положение региона

Пермский край по достигнутому уровню экономического развития относится к наиболее развитым и благополучным российским регионам, однако темпы этого развития в последние годы существенно замедлились, что, с одной стороны, является достаточно тревожным сигналом, а с другой – характеризует проблемы, с которыми столкнется вся российская промышленность в недалекой перспективе.

Специфика Пермской области заключается в том, что промышленность этого региона, и особенно кластеры – химический, нефтедобывающий и электроэнергетический, продолжали развиваться даже в наиболее сложные для российской экономики годы – с 1991 по 1997 г. Например, в 1993 г. была начата масштабная реконструкция и перевооружение производства на двух крупнейших предприятиях химического кластера – ОАО «Пермьнефтеоргсинтез» и ОАО «Метафракс». Благодаря такой специфике, ряд кластеров не только не снизил свои показатели по сравнению с советским временем, но и, напротив, повысил их. Так, индекс физического объема производства (ИФО) по химическому кластеру Пермской области составил в 2004 г. 155 % от уровня 1990 г. (Рис. 25)

ВРП на душу населения в Пермском крае в 2003 г. составил 82 843,1 руб. (16-е место в РФ). Этот показатель был выше среднероссийского уровня, который

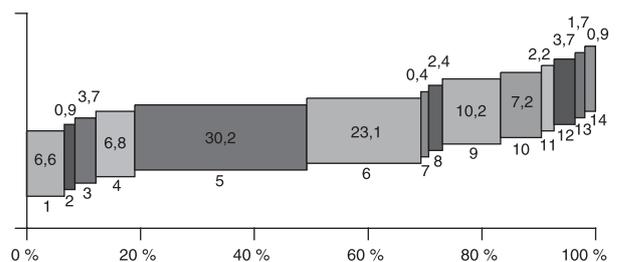
ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ ПОЛОЖЕНИЕ И СТРУКТУРА ПРОМЫШЛЕННОСТИ ПЕРМСКОГО КРАЯ

Географическое положение Пермского края...



Территория	160,2 тыс. км ²
От Перми до Москвы	1 386 км
Население	2 748,2 тыс. человек
ВРП на душу населения	96 тыс. руб.
Отгружено, обр. производства	274 132 млн руб.
Вклад МП в экономику	6,8 % занятости; 3,8 % инвестиций

...и структура продукции обрабатывающих производств за 2005 г.



- 1 – производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака
- 2 – текстильное и швейное производство
- 3 – обработка древесины и производство изделий из дерева
- 4 – целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность
- 5 – производство кокса и нефтепродуктов
- 6 – химическое производство
- 7 – производство резиновых и пластмассовых изделий
- 8 – производство прочих неметаллических минеральных продуктов
- 9 – металлургическое производство и производство готовых металлических изделий
- 10 – производство машин и оборудования
- 11 – производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования
- 12 – производство транспортных средств и оборудования
- 13 – прочие производства
- 14 – производство прочих материалов и веществ, не включенных в другие группы

Данные: Росстат (2007)

Рис. 25

в том же году составил 80 739,9 руб. Однако в 2004 г. душевой ВРП в Пермском крае оказался уже ниже среднероссийского уровня: с показателем в 96,4 тыс. руб. Пермская область заняла 19-е место в России, при среднероссийском показателе в 102 тыс. руб. При этом индекс физического объема ВРП Пермской области за период с 1996 по 2000 г. составил 22,6 % (вдвое выше среднероссийского уровня 10,7 %). Однако за следующий период, с 2000 по 2003 г. – всего 10,7 %, в то время как среднероссийский ВРП вырос за этот период на 29,4 %. Аналогичная ситуация сложилась в промышленности: с 1995 по 2000 г. индекс промышленного производства в Пермском крае вырос на 18,1 %, а в среднем по России – на 14,7 %. А за период с 2000 по 2005 г. – только на 20,1 %, в то время как среднероссийский показатель составил 28,5 %.

Проблемой является то, что потенциал «восстановительного» роста для пермской промышленности почти исчерпан – недозагруженных мощностей в регионе практически не осталось. Инфраструктура региона уже не соответствует потребностям промышленности. Возобновление высоких темпов роста невозможно без масштабных инвестиций в новые производственные мощности и в инфраструктуру для развития бизнеса. Таким образом, высокие темпы развития экономики региона невозможны без появления новых предприятий, создаваемых как

внешними инвесторами, так и предпринимателями региона. Роль малого и среднего бизнеса в этом процессе особенно велика.

Пермский край обладает одним из наиболее диверсифицированных и развитых портфелей кластеров среди российских регионов, уступая в этом плане только Москве и Санкт-Петербургу. В частности, в Пермском крае расположено 7 лидирующих кластеров, в том числе: химический кластер, кластер переработки древесины, кластер нефтепереработки, кластер добычи и транспортировки нефти и газа, электроэнергетический кластер, кластер производства машин и оборудования, кластер авиадвигателей и энергетического машиностроения.

Малый бизнес региона. Общее количество МП в регионе на конец 2005 г. составило 10,6 тыс. с числом занятых 89,4 тыс. чел. Основная часть работников занята в торговле (30,1 тыс. чел.), в строительстве (16,2 тыс. чел.) и в обрабатывающей промышленности (14,3 тыс. чел.). (Рис. 26)

Состояние и структура кластера

Пермский химический кластер является наиболее развитым в России в своей категории. Его специфика определяется сочетанием двух хорошо развитых направлений – органической и основной химии.

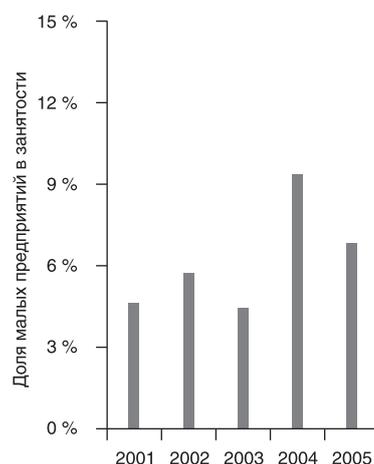


ВКЛАД МАЛЫХ И СРЕДНИХ ФИРМ В ЗАНЯТОСТЬ В ПЕРМСКОМ КРАЕ

Структура занятости по размерным группам компаний (2003 г.)...



...и динамика доли занятых на малых предприятиях



Данные: РЦМП (2004), Росстат (2007)

Рис. 26

Органическая химия связана в основном с оргсинтезом нефти и газа, с получением минеральных удобрений, метанола, формальдегидов и т.п., а основная химия – с производством калийных удобрений и соды. Вместе с тем, более сложные виды химических производств в кластере развиты недостаточно, хотя потенциал для этого в регионе имеется.

Важно отметить, что химический кластер Пермского края является развитым не только по количественным показателям своей деятельности, но и по развитости основных элементов структуры: от сырья и материалов до потребителей, от поставщиков комплектующих и услуг до инфраструктуры и подготовки персонала. Обусловлено это тем, что пермский химический кластер является одним из старейших в России в своей отрасли. В годы Великой Отечественной войны он значительно усилился за счет эвакуации заводов и научных институтов из Европейской части СССР, а начиная с 60-х гг. прошлого века стал одним из наиболее важных промышленных комплексов страны, связанных с переработкой нефти и газа с месторождений Западной Сибири. Всё это способствовало развитию как основных, так и вспомогательных элементов кластера, созданию кафедр и научных школ в вузах, научно-исследовательских институтов, специализированных строительно-монтажных организаций и т.п.

Пермский кластер, как и любой другой химический кластер, основывает свои конкурентные преимущества на доступе к сырью. Главными источниками

сырья являются газ из месторождений Западной Сибири, поступающий по магистральным газопроводам (через Пермский край проходит семь таких газопроводов); калийные и прочие минеральные соли, добываемые на Верхнекамском месторождении, являющемся крупнейшим в мире; нефть, добываемая как на территории области, так и поступающая по нефтепроводам также из Западной Сибири.

Сырье перерабатывается на предприятиях «корневого бизнеса» кластера и поставляется за пределы региона и предприятиям других отраслей, расположенным в крае. Одними из ключевых потребителей, имеющих большое значение для многих малых и средних предприятий, являются нефтедобывающие предприятия, работающие в Пермском крае.

Но, несмотря на наличие всех необходимых элементов кластера, качество многих из них, а также их соответствие потребностям «корневого бизнеса» пока оставляет желать лучшего. В советское время кластер был в значительной степени сориентирован на выпуск продукции для оборонной промышленности, а сейчас более активно развиваются «сырьевые» составляющие кластера.

К наименее развитым элементам кластера следует отнести, во-первых, производство машин и оборудования, во-вторых, сетевые организации, которых на краевом уровне для химической промышленности практически нет. Кроме того, наибольший вес имеют производство калийных минеральных удобрений, орг-

синтез нефти и газа и производство азотных минеральных удобрений. Гораздо меньше более сложных производств с высокой добавленной стоимостью.

Развитию и повышению устойчивости пермского химического кластера способствовали бы меры, позволяющие увеличить производство продукции более высоких переделов, а также оборудования и комплектующих для химической промышленности (с учетом наличия в регионе достаточно сильно развитого машиностроительного кластера).

Вместе с тем, уже сейчас в кластере развиваются направления, связанные с производством специальных химикатов и реагентов, особо чистых веществ и т.п. Эти направления развиваются благодаря деятельности малых и средних предприятий, появившихся за последние 15 лет на базе уже существовавших предприятий с большим научно-технологическим потенциалом, либо в связи с приходом иностранных инвестиций, либо «с нуля», на деньги российских частных инвесторов. Как правило, основой для создания предприятия являлась возможность реализации определенной технологии для выпуска конкретного химического продукта, в основном для импортозамещения. В дальнейшем наиболее успешные из созданных таким образом предприятий смогли расширить спектр выпускаемой продукции за счет усовершенствования технологии, и в некоторых случаях перейти к экспорту продукции.

Химическое производство является достаточно специфичным – наиболее крупные предприятия отрасли, требующие больших вложений и значительных масштабов производства, выпускают определенный набор химикатов также крупными партиями. Эти химикаты могут в свою очередь быть использованы в качестве сырья на крупном химическом производстве (например, при производстве автомобильных шин) и на малом. При этом крупное химическое производство нередко выпускает целый ряд побочных продуктов, которые также могут перерабатываться более мелкими предприятиями. С другой стороны, крупное химическое производство предполагает использование в технологическом процессе разнообразных химикатов – в широком спектре, но небольшими партиями. Всё это делает малый и средний бизнес неизбежным спутником и партнером крупного бизнеса в химическом кластере.

Отсюда две основных бизнес-модели:

«Крупнотоннажная химия», предполагающая производство ограниченного числа химикатов в большом количестве, использующая прежде всего эффект масштаба. Предприятия этой группы требуют миллиардных инвестиций, объем их выпуска составляет миллиарды рублей, их персонал насчитывает до нескольких тысяч человек.

«Малотоннажная химия», предполагающая производство широкого числа химикатов небольшими

партиями, использующая гибкие инновационные технологии. Предприятия этой группы могут быть организованы при меньших на два порядка инвестициях. Соответственно меньше и объем их выпуска, а количество занятых на них – от одной до нескольких сотен человек.

Есть и переходные бизнес-модели, в основе которых предприятия среднего размера с занятостью от пятисот до тысячи человек.

Доля малого и среднего бизнеса в химическом кластере Пермской области не столь значительна: как по выпуску, так и по занятости она составляет не более 5–7 %. Количество таких предприятий также невелико (примерно 20). На каждом из таких предприятий занято не более 100 чел., есть несколько предприятий с численностью 500 чел. и выше. Однако значение малых предприятий для развития кластера существенно больше, чем доля в выпуске, поскольку именно эти предприятия выпускают самую сложную и инновационную продукцию.

К сожалению, эти предприятия имеют ряд существенных внешних проблем, влияющих на их работу. Причины: слабые организационные и финансовые возможности малых предприятий, не позволяющие им самостоятельно преодолевать административные барьеры и решать инфраструктурные вопросы, как это могут делать более крупные предприятия. Что касается химической промышленности, то с учетом всех ограничений для данной отрасли качество бизнес-климата для малых и средних предприятий является особенно низким.

Основные проблемы

Среди различных групп проблем, связанных с развитием малого и среднего бизнеса в химической промышленности, наибольший вес имеют группы «Доступность человеческих ресурсов» и «Административное регулирование», их решение в значительной степени зависит от федеральных и региональных органов власти. (Рис. 27)

Человеческие ресурсы. В отличие от переработки древесины и пищевого производства подготовка специалиста-химика с необходимыми знаниями и навыками требует более длительного срока, более сложной и технически оснащенной образовательной базы и не может быть реализована предприятием самостоятельно даже для специалистов начальной квалификации. Как следствие – значительная нехватка менеджеров среднего звена, инженеров и квалифицированных рабочих для химических предприятий. А те рабочие и инженеры, которые сейчас работают на предприятиях, в основном предпенсионного возраста. Молодые люди не хотят работать на химических предприятиях, где при тяжелых условиях труда уровень оплаты достаточно низок.



БАРЬЕРЫ ДЛЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА



Рис. 27

Административное регулирование. Традиционно высокий для России уровень административных барьеров и необоснованных претензий регулирующих органов усугубляется объективными техническими и экологическими ограничениями, накладываемыми на химическую промышленность.

Учитывая большое количество разнообразных контролирующих органов и значительный объем требований, предъявляемый ими к предприятиям химической промышленности, можно говорить о том, что выполнить все эти требования в полном соответствии невозможно даже для крупного предприятия, а тем более для небольшого. Часто эти требования лишены практического смысла, но предоставляют значительные возможности для поборов с предприятий. Например, в соответствии с требованиями пожарной безопасности в некоторых случаях предприятиям в обязательном порядке придется заключать договора на определенные услуги с организациями, расположенными в Москве или в Перми (в том числе, для предприятий, расположенных не в Перми). Эти организации не знают специфики региона и не способны быстро реагировать в случае чрезвычайных ситуаций, оказывать необходимую помощь. Кроме того, такие организации не гарантируют должного уровня безопасности и не отвечают за последствия. Стоимость подобных «вынужденных» услуг составляет для предприятий отрасли иногда до нескольких миллионов рублей в год (нескольких процентов от оборота).

Следует отметить, что конкурентоспособность российской химической промышленности зависит,

прежде всего, от стоимости и доступности основного сырья – нефти и газа – на российском рынке. Другие основные виды сырья для химической промышленности, которые перерабатываются на малых и средних предприятиях, также контролируются крупнейшими компаниями-монополистами. В результате, высокий, выше уровня инфляции рост цен на внутреннем рынке на сырье для последующей переработки стал для предприятий химической отрасли важнейшей проблемой. В условиях, когда продукция малых и средних химических предприятий конкурирует с импортной на внутреннем рынке или идет на экспорт, а рубль постоянно укрепляется, образуются своего рода «ножницы», постоянно сокращающие зону прибыли для химических компаний.

Технологический потенциал. Положение дел в отрасли спасает только совершенствование технологии производства и внедрение новых технологий, однако и здесь немало проблем. В химической промышленности сложнее решить проблему модернизации оборудования за счет его импорта, т.к. для химического производства оборудование зачастую проектируют непосредственно под технологический процесс конкретного предприятия.

Кроме того, по мнению представителей бизнеса, вузы и НИИ не имеют кадровых и инфраструктурных возможностей для проведения прикладных исследований в интересах бизнеса с требуемыми качеством и условиями выполнения НИОКР. Эта проблема характерна и для крупных компаний, но если крупные компании могут решать ее путем создания собственных

научных центров или путем сотрудничества с иностранными научно-исследовательскими учреждениями, то для МСБ такое решение проблемы недоступно. 10 лет назад ситуацию частично спасало наличие «запаса идей», накопленного в рамках советской научной (прежде всего оборонной) системы, но сейчас этот запас исчерпан.

Результаты опроса компаний

Большинство опрошенных компаний относятся именно к средним, а не к малым предприятиям – 43 % предприятия имеют численность персонала от 100 до 250 чел. Это объясняется, прежде всего, спецификой химической отрасли, которая требует достаточно сложной технологии производства и, соответственно, участия персонала.

Компании считают, что их конкурентные преимущества связаны в основном с высоким качеством продукции и услуг (31 %) или с технологическим лидерством их продукции / услуг (23 %). В среднем 15 % конкурентных преимуществ, по мнению респондентов, связаны с низкими издержками или высоким качеством сервиса для потребителей. Как показывает проведенное исследование, это достаточно объективные оценки – все опрошенные компании успешно действуют либо на международных рынках, либо на российском рынке в условиях жесткой конкуренции с иностранной продукцией.

Главный приоритет для опрошенных компаний – это запуск новых продуктов (47 %), значительно меньшее значение придается снижению издержек (20 %), географическое расширение рынка в России (13 %) и за пределами России (13 %) также является приоритетом. Как можно заметить, именно малые и средние компании являются основными инноваторами в химическом кластере Пермской области.

В последние годы компании старались повысить свою производительность, увеличивая объемы выпуска при одновременном сокращении персонала. При этом 29 % опрошенных компаний не изменили свою численность, 29 % сократили персонал за 3 года не более чем на 10 % от общей численности, еще 28 % сократили персонал значительно – более чем на 10 %. Еще 14 % опрошенных компаний, напротив, значительно увеличили свою численность – более чем на 20 %. В то же время объем выпуска за 3 года у 43 % опрошенных вырос не более чем на 10 %, у 29 % остался на прежнем уровне, у 14 % увеличился более чем на 20 % и у 14 % сократился в размере 10–20 % от общего объема. Перспективы на ближайшие 3 года руководители компаний оценивают более оптимистично, при этом 71 % определяет будущий рост в размере до 15 % от общего объема выпуска, и 29 % – более чем на 15% от общего объема выпуска.

Свою собственную конкурентоспособность компании оценивают достаточно высоко, при этом компании считают, что используют современные технологии и оборудование.

Финансовое состояние компаний можно охарактеризовать как умеренно устойчивое.

Конкурентная ситуация в отрасли для подавляющего большинства компаний (86 %) такова: несколько сильных конкурентов. При этом основными из них являются либо российские компании из других регионов (38 %), либо иностранные компании, имеющие производство в России (38 %). Значительно реже конкурентами выступают другие компании в Пермском крае (15 %) либо зарубежные компании, не имеющие производств в России (8 %). Интенсивность этой конкуренции весьма высока.

Наиболее часто компании химического кластера Пермской области взаимодействуют с другими малыми и средними компаниями и с НИИ. (Рис. 28)

Взаимодействие со средними специальными учебными заведениями происходит «от случая к случаю». Эффективность всех видов взаимодействия оценивается как средняя.

Основными направлениями взаимодействия являются разработка новой продукции и повышение квалификации персонала. (Рис. 29)

Компании считают, что их расположение в Пермском крае является выгодным для их бизнеса, однако стоимость ведения бизнеса в регионе слишком высокая.

Малые и средние компании в химическом кластере Пермского края закупают сырье в других российских регионах (73 %), реже – в самом Пермском крае (13 %). За рубежом (не в СНГ) сырье закупают 15 % опрошенных. При этом комплектующие закупаются в Пермском крае (48 %), реже – в других российских регионах (26 %), и 26 % предприятий закупают комплектующие за рубежом. Машины и оборудование компании Пермского края закупают в основном в России, как в Пермском крае (25 %), так и в других регионах (25 %), но велика и доля оборудования, закупаемого за рубежом (46 %).

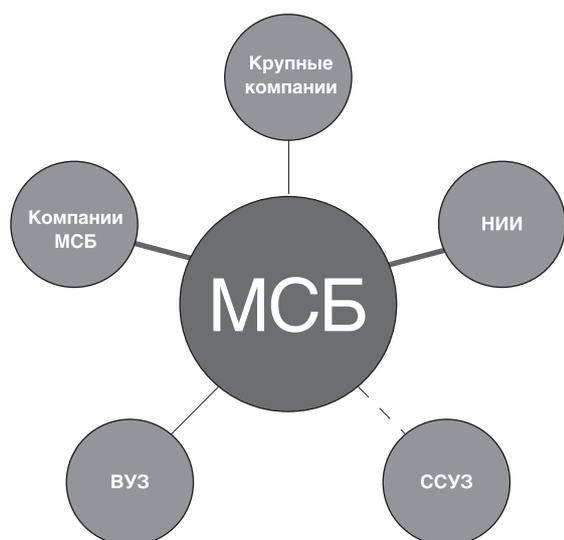
При этом приобрести сырье и материалы в Пермском крае или соседних регионах не так просто, хотя качество приобретаемых сырья и материалов хорошее. Несколько проще обстоит дело с приобретением комплектующих, но их качество нередко оставляет желать лучшего, хотя в целом является удовлетворительным. Однако найти поставщиков машин и производственного оборудования является достаточно сложной задачей, и качество приобретаемых машин и оборудования также можно оценить лишь как удовлетворительное.

Есть небольшие сложности с поиском и приобретением бизнес-услуг: найти поставщиков таких услуг очень сложно, но их качество недостаточно высокое.



ИНТЕНСИВНОСТЬ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Интенсивность сотрудничества с партнерами...



Примечание. Основные обозначения – см. Рис. 21

...приоритетные направления сотрудничества

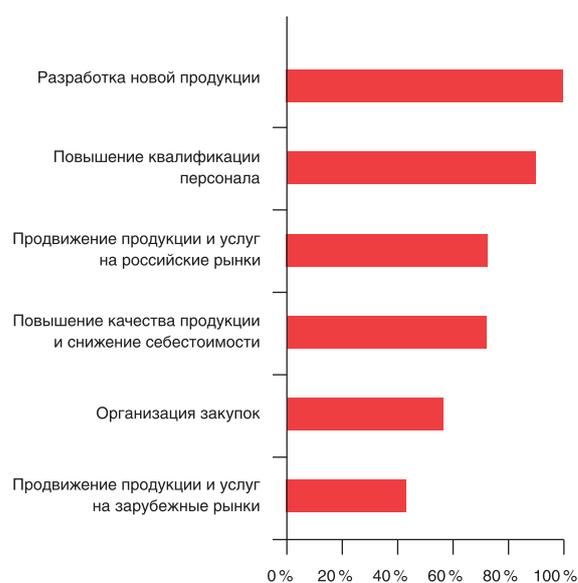


Рис. 28

Специальные образовательные программы (и курсы повышения бизнеса) в сфере развития бизнеса для компаний химического кластера в Пермском крае доступны и качественны, их легко найти. Намного сложнее ситуация с подготовкой кадров по профильным специальностям: компаниям очень сложно находить рабочие и тем более инженерные кадры, а также подготовленных управленцев высшего звена.

Доступность финансовых ресурсов в регионе типична для России: просто привлечь финансовые ресурсы на срок до 1 года, сложнее – на среднесрочный период до 5 лет, и практически невозможно – на долгосрочный период. (Рис. 30)

Одной из наиболее острых проблем является ситуация с землей: если компания решит расширяться, то найти подходящий земельный участок будет достаточно сложно. Ситуация с производственными и складскими помещениями несколько проще. В отличие от большинства других регионов, в Пермском крае сложнее найти подходящие офисные помещения. При этом бизнес-инкубаторы в крае отсутствуют или недоступны для начинающих компаний.

Транспортная инфраструктура в регионе в целом имеет удовлетворительное качество и доступность, а вот логистическая инфраструктура развита намного

хуже, но всё же находится на приемлемом для компаний химического кластера уровне.

Нет проблем с телекоммуникационной и выставочной инфраструктурой.

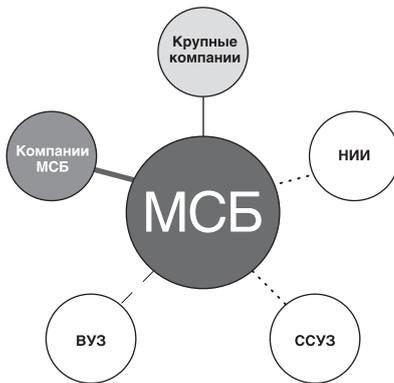
Качество электроснабжения не столь высоко, однако не создает заметных проблем для предприятий.

Проблемными являются таможенные процедуры. Вообще всё, что касается государственного регулирования, вызывает у компаний крайнее раздражение, причем особенно это относится к политике региональной власти. Как федеральное, так и региональное отраслевое регулирование являются достаточно сильным обременением для бизнеса. Ставки по налогам, устанавливаемые на федеральном уровне, не являются приемлемыми, однако региональная налоговая политика оценивается еще хуже. Немного лучше выглядит ситуация с административными барьерами – они есть, но всё же не создают существенных препятствий для бизнеса. (Рис. 30а)

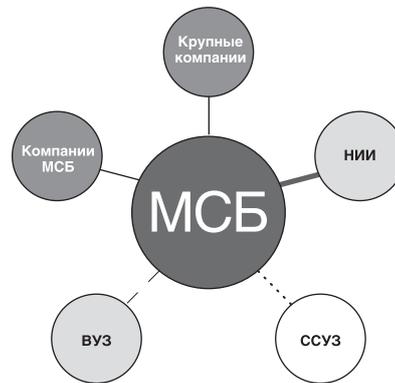
В отраслевые ассоциации входит незначительное число компаний (30 %), оценивающих деятельность этих ассоциаций крайне негативно. Аналогично в программах господдержки приняло участие небольшое число компаний (20 %), и эффективность таких программ была оценена как крайне низкая.

ИНТЕНСИВНОСТЬ СОТРУДНИЧЕСТВА ПО ОСНОВНЫМ НАПРАВЛЕНИЯМ

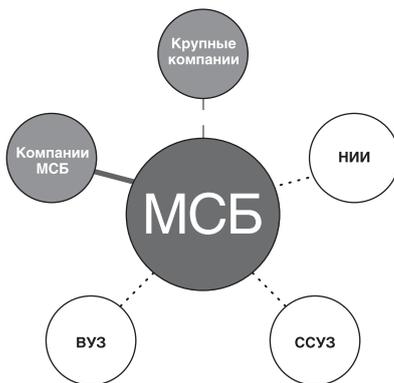
Продвижение продукции на российские рынки



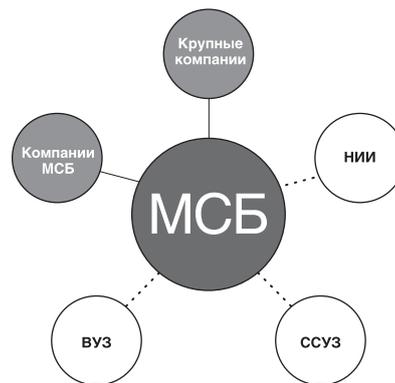
Разработка новой продукции



Организация закупок



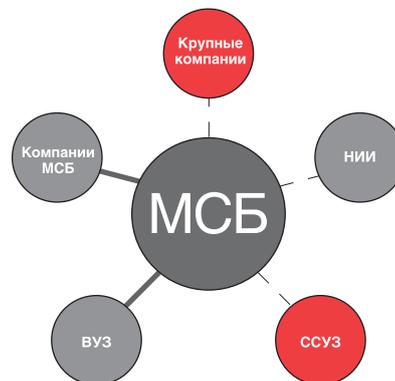
Продвижение продукции на зарубежные рынки



Повышение качества продукции и снижение себестоимости



Повышение квалификации персонала





ОЦЕНКА ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ МСБ В ХИМИЧЕСКОМ КЛАСТЕРЕ ПЕРМСКОГО КРАЯ



Рис. 30



Рис. 30а

Характеристика системы поддержки предпринимательства и МСБ

Система поддержки малого предпринимательства в Пермском крае пока только формируется. Этому направлению в регионе в последние годы уделялось недостаточное внимание, и статистические показатели сектора МСБ в Пермском крае существенно уступают другим, в том числе показателям соседних регионов.

Развитием малого и среднего бизнеса в регионе из административных подразделений занимается (помимо прочих задач) Департамент экономического развития Аппарата Правительства Пермского края. Среди министерств Правительства Пермского края нет ни одного, которое полностью или хотя бы частично занималось развитием малого и среднего бизнеса. Однако в регионе созданы специальные институты, ключевым из которых является ОАО «Пермский центр развития предпринимательства» (ПЦРП), находящийся в 100 %-ной областной собственности.

К задачам и направлениям работы по развитию МСБ в Пермском крае отнесены: пропаганда предпринимательства; создание эффективной системы обучения предпринимателей; упрощение доступа субъектов малого предпринимательства к финансово-кредитным ресурсам; развитие инфраструктуры поддержки малого предпринимательства; совершенствование системы информационного обеспечения предпринимателей.

При этом предполагается, что интенсивный рост малого бизнеса может быть достигнут в крае путем формирования в обществе благоприятной социально-психологической среды для развития МСБ, идеологии предпринимательства, способствующих росту предпринимательской инициативы, а также путем ограничения барьеров, препятствующих развитию малого предпринимательства.

К сожалению, более конкретные и практические направления работы и мероприятий для развития малого и среднего предпринимательства в Пермском крае не предусмотрено. Более того, приоритетные направления, в которых планируется развивать малый бизнес в крае, совершенно не соответствуют отраслевому портфелю региона. В качестве приоритетов для развития МСБ в Пермском крае выбраны сельское хозяйство, заготовка и переработка леса, туризм. При этом не рассматриваются химическая и нефтехимическая промышленность, машиностроение и металлообработка, строительство и производство строительных материалов и т.п.

В крае предполагается также развитие малого и среднего бизнеса в здравоохранении и ЖКХ, отдельным направлением обозначено инновационное малое предпринимательство. При этом поддержкой инновационного предпринимательства в Пермской

области занимается Пермский фонд содействия венчурным инвестициям, деятельность которого сконцентрирована на целевой поддержке отдельных проектов, а не на системной поддержке инновационного малого и среднего бизнеса.

При этом некоторая поддержка малого и среднего бизнеса в промышленности всё-таки осуществляется – по линии регионального Министерства промышленности и природопользования (а ранее – Департамента промышленности и науки), в котором есть специалисты, занимающиеся в целом поддержкой и развитием отдельных отраслей. Но эти специалисты по своим функциональным обязанностям ответственны за развитие отраслей в целом, и, разумеется, основную часть своего рабочего времени они тратят на решение проблем крупнейших предприятий отрасли, уделяя лишь немного внимания более мелким предприятиям. Иногда это дает практические результаты, но постоянной и целенаправленной работы по поддержке малых и средних предприятий недостаточно.

В результате, сейчас предприятия развиваются в основном за счет общего высокого потенциала региона, за счет высокого потенциала химического кластера. Но в конкурентной борьбе с другими регионами, активно реализующими политику по развитию промышленности и поддержке малого и среднего бизнеса, Пермский край может и проиграть. Многие малые и средние предприятия в пермском химическом кластере не имеют «прямой привязки» к краю и при наличии выгодных условий в другом регионе (с развитым химическим кластером) могут перенести туда свой бизнес.

3.4. АВТОМОБИЛЬНЫЙ КЛАСТЕР РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

Социально-экономическое положение региона

Республика Татарстан имеет практически такой же диверсифицированный портфель кластеров и отраслевых секторов, как Пермский край. Но, в отличие от Пермского края, власти которого уже на протяжении длительного времени не вмешиваются напрямую в деятельность предприятий, оказывая лишь определенную поддержку, правительство Республики Татарстан столь же последовательно проводит активную промышленную политику дирижистского характера. В республике не только создаются благоприятные условия для развития бизнеса, но и



производится прямое воздействие на предприятия с предоставлением им явных преференций. Надо сказать, что такая политика дает свои результаты: республика постоянно демонстрирует высокие показатели роста и является одним из наиболее промышленно развитых регионов России.

По душевому ВРП Республика Татарстан в 2003 г. заняла 15-е место в России с показателем 84 515,2 руб. на одного жителя. В 2004 г. место Татарстана осталось неизменным – с показателем в 109 тыс. руб. на одного жителя (по сравнению с 102 тыс. среднероссийского ВРП) республика также занимает 15-е место в России. При этом валовой региональный продукт Республики Татарстан особенно быстро рос в последние годы: за период с 1996 по 2000 г. на 6,8 % (ниже среднероссийского уровня – 10,7 %), а за период с 2000 по 2004 г. – на 29,8 % (незначительно выше среднероссийского уровня в 29,4 %). (Рис. 31)

Особенно высокий рост наблюдался в сфере промышленного производства: за период с 1995 по 2005 г. индекс промышленного производства в Республике Татарстан вырос более чем в полтора раза – на 65,1 %, тогда как в среднем по России – только на 47,3 %. За период с 1995 по 2000 г. индекс вырос на 29,6 % (в среднем по России – на 14,7 %), а с 2000 по 2005 г. – на 27,4 % (в среднем по России – на 28,5 %).

По объему промышленной продукции в денежном выражении в 2004 г. Республика Татарстан заняла 9-е место в России.

Имея хорошую экономическую базу для благополучного существования за счет развитой нефтедобывающей и нефтеперерабатывающей промышленности, Республика Татарстан активно проводит политику диверсификации экономики, развивая химическую промышленность, машиностроение, пищевую промышленность и производство строительных материалов. В машиностроении основными направлениями являются автомобилестроение и производство авиатехники (самолетов, вертолетов и авиадвигателей), в этой сфере республике удается не только поддерживать существующие предприятия, но и разрабатывать новые модели организации производства.

Общее количество малых предприятий в регионе на конец 2005 г. составило 18,6 тыс., на них было занято 146,5 тыс. чел. Основная часть работников занята в торговле (44,2 тыс. чел.), строительстве (37,3 тыс. чел.) и обрабатывающей промышленности (24,1 тыс. чел.). (Рис. 32)

Малый бизнес региона. В сфере развития МСБ Республика Татарстан, по сравнению с другими исследованными российскими регионами, находится на такой стадии, когда вопрос заключается не в том,

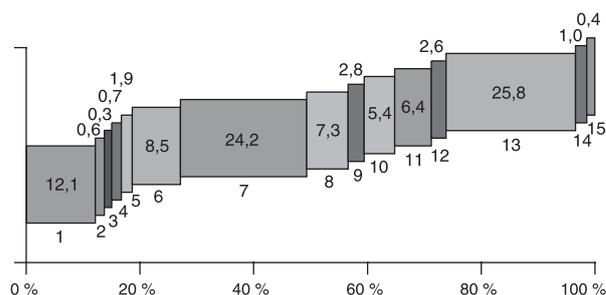
ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ ПОЛОЖЕНИЕ И СТРУКТУРА ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

Географическое положение Республики Татарстан...



Территория	68,0 тыс. км ²
От Казани до Москвы	797 км
Население	3 761,5 тыс. человек
ВРП на душу населения	109 тыс. руб.
Отгружено, обр. производства	261 113 млн руб.
Вклад МП в экономику	8,2 % занятости; 3,5 % инвестиций

...и структура продукции обрабатывающих производств за 2005 г.



- 1 – производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака
- 2 – текстильное и швейное производство
- 3 – производство кожи, изделий из кожи и производство обуви
- 4 – обработка древесины и производство изделий из дерева
- 5 – целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность
- 6 – производство кокса и нефтепродуктов
- 7 – химическое производство
- 8 – производство резиновых и пластмассовых изделий
- 9 – производство прочих неметаллических минеральных продуктов
- 10 – металлургическое производство и производство готовых металлических изделий
- 11 – производство машин и оборудования
- 12 – производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования
- 13 – производство транспортных средств и оборудования
- 14 – прочие производства
- 15 – производство прочих материалов и веществ, не включенных в другие группы

Данные: Росстат (2007)

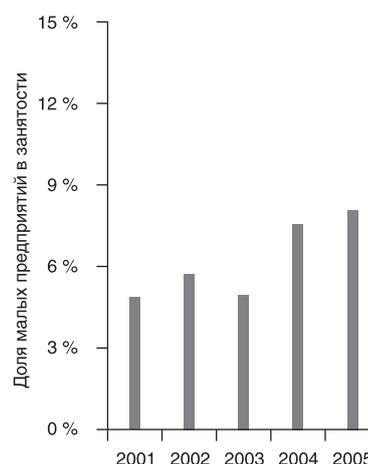
Рис. 31

ВКЛАД МАЛЫХ И СРЕДНИХ ФИРМ В ЗАНЯТОСТЬ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН

Структура занятости по размерным группам компаний (2003 г.)...



...и динамика доли занятых на малых предприятиях



Данные: РЦМП (2004), Росстат (2007)

Рис. 32

будет ли развиваться малый и средний бизнес вообще, а в том, насколько быстрыми темпами и насколько он будет конкурентоспособен по сравнению с аналогичными предприятиями в других странах. Пример Татарстана является наиболее успешным из всех проанализированных регионов.

Политика Республики Татарстан по развитию малого и среднего бизнеса имеет три основных особенности, отличающих ее от других регионов Российской Федерации:

Быстрое развитие промышленного производства и строительства в сочетании с заявленными и разделяемыми властью и бизнесом приоритетами для местного производства и местных поставок предоставляют МСБ постоянно увеличивающуюся нишу для успешной деятельности.

Достаточно жесткая система власти и директистские методы администрирования, с одной стороны, накладывают дополнительные ограничения на бизнес (включая, например, дополнительные сборы, налагаемые на предприятия региональными и местными властями), но, с другой стороны, обеспечивают порядок, предсказуемость действий власти и возможность планировать деятельность предприятий.

В отличие от других регионов Правительство Республики Татарстан действительно выделяет значительные деньги на прямое развитие инфраструктуры для малого и среднего бизнеса, включая кредитование МСБ, лизинговые программы, например, создание Камского индустриального парка «Мастер».

Состояние и структура кластера

Сегодня в автомобилестроении малые и средние фирмы – это поставщики 2-ого и 3-его уровней, реже – 1-ого уровня (по отношению к крупным автосборочным предприятиям), а также дизайнерские, сервисные и ремонтные компании и производители автозапчастей. Подобную структуру отрасли приобрела лишь в последние 20 лет – произошло разукрупнение вертикально-интегрированных компаний, образование множества совместных предприятий и стратегических альянсов в производстве отдельных модулей автомобилей или иной транспортной техники.

Развитие малого и среднего бизнеса в кластере автомобильной промышленности Республики Татарстан является хорошим примером как сильных, так и слабых сторон политики республиканских властей.

Автомобильный кластер в Республике Татарстан достаточно хорошо развит, и хотя основным направлением остается производство грузовых автомобилей, в регионе также производятся и легковые автомобили. Компоненты для сборки грузовых автомобилей выпускаются в основном на территории региона, части для сборки легковых автомобилей ранее, когда в Татарстане собирался автомобиль «Ока», также производились на территории республики. Сейчас же, когда в регионе собираются автомобили Rexton и готовится производство автомобилей FIAT, большая часть комплектующих для их сборки производится вне России.



Сильной стороной для развития кластера в регионе является достаточно качественная инфраструктура, причем это касается как инженерной инфраструктуры, так и информационно-коммуникационной, научной и образовательной. Прежде всего, речь идет о системе высшего образования, где ключевую роль играют: один из старейших в стране Казанский государственный университет; традиционно сфокусированный на машиностроении (в большей степени на авиапроме) Казанский государственный технический университет имени А.Н. Туполева, а также расположенный в Набережных Челнах, нацеленный на подготовку кадров для производства автомобилей Камский политехнический институт (технический университет).

Ядром кластера автомобильной промышленности республики является ОАО «КАМАЗ». В последние годы предпринимается ряд попыток диверсифицировать «корневой бизнес» кластера в основном за счет привлечения внешних инвесторов – производителей легковых автомобилей. Однако «КАМАЗ» продолжает сохранять важное значение для всего кластера. При этом только поддержка Правительства Республики Татарстан позволила ОАО «КАМАЗ» сохранить производство в середине 90-х гг. прошлого века и выйти на новый этап развития. Это, в свою очередь, дало возможность большому количеству малых и средних предприятий заниматься поставками запчастей и комплектующих непосредственно для ОАО «КАМАЗ» и на вторичный рынок. Заявленные Правительством республики и руководством ОАО «КАМАЗ» приоритеты для поставщиков, расположенных на территории Татарстана, вынудили поставщиков из других регионов осуществить инвестиции в развитие полного или хотя бы частичного производства на территории Республики.

Меры Правительства Республики Татарстан по поддержке МСБ, в частности, лизинговые и кредитные программы с упрощенной процедурой участия и льготными условиями, бесплатное участие в выставках, бесплатные или льготные программы обучения и сертификации, другие формы поддержки, включая прямое финансирование некоторых проектов (например, через технопарк «Идея») позволили ряду предприятий МСБ обновить оборудование, начать новые программы развития бизнеса и т.п.

Создание Камского индустриального парка «Мастер» позволило региону выйти на совершенно новый этап развития, так как ни в одном другом субъекте РФ подобный проект еще не реализован.

Такого сочетания мер поддержки местного МСБ в промышленности нигде в России не осуществляется. Что особенно важно, власти не предпринимают активных репрессивных действий против предприятий МСБ и отдельных предпринимателей, которые поставляют запасные части для КАМАЗа на так называемый «серый» рынок запчастей, и при этом зачастую вообще не зарегистрированы официально. Эта часть

предпринимателей, хотя и не дает региону большого вклада в бюджет, но, как минимум, обеспечивает занятость и высокий уровень заработной платы для значительного количества жителей Набережных Челнов и других городов республики. Кроме того, она является «питательной средой», из которой постепенно вырастают более амбициозные предприниматели, желающие легализоваться и стать официальными поставщиками для ОАО «КАМАЗ».

Основные проблемы

Инфраструктура. Развитие инфраструктуры для МСБ в республике в целом и в Камском индустриальном парке (КИП) в частности велось активно, но не всегда продуманно. (Рис. 33)

Среди проблем, связанных с инфраструктурой, следует выделить: 1) отсутствие продуманной политики по развитию кластера в целом, отсутствие организации, которая бы занималась реализацией данной политики; 2) отсутствие четко выраженных отраслевых приоритетов для распределения площадей КИП; 3) недостаточную координацию и эффективность каналов распространения при реализации правительственных программ поддержки МСБ; 4) нехватку базовых и специализированных услуг для МСБ из-за ошибок и недоработок при планировании КИП.

В результате, например, инфраструктура КИП «Мастер» имеет ряд небольших, но существенных недостатков, в том числе:

- Ограниченный размер автостоянки
- Отсутствие внутренней охраны, в том числе для складов
- Отсутствие инфраструктуры для персонала – душевых, туалетов, столовой
- Плохая вентиляция производственных помещений
- Нерациональное размещение арендаторов по видам деятельности
- Отсутствие технических служб общего пользования, в том числе подготовки инструментов, оснастки, сервисного обслуживания оборудования и т.п.

Проблемой является и то, что администрация КИП «Мастер» не является управляющей компанией в том понимании, которое характерно для успешных промпарков в других странах, т.е. не ориентирована на то, чтобы оказывать качественные услуги бизнесу, арендующему недвижимость в парке.

Система поставщиков. ОАО «КАМАЗ» (при общей готовности к сотрудничеству) является крупным и негибким предприятием, имеет ряд собственных организационных трудностей (в настоящее время идет процесс реформирования структуры). Из-за

БАРЬЕРЫ ДЛЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

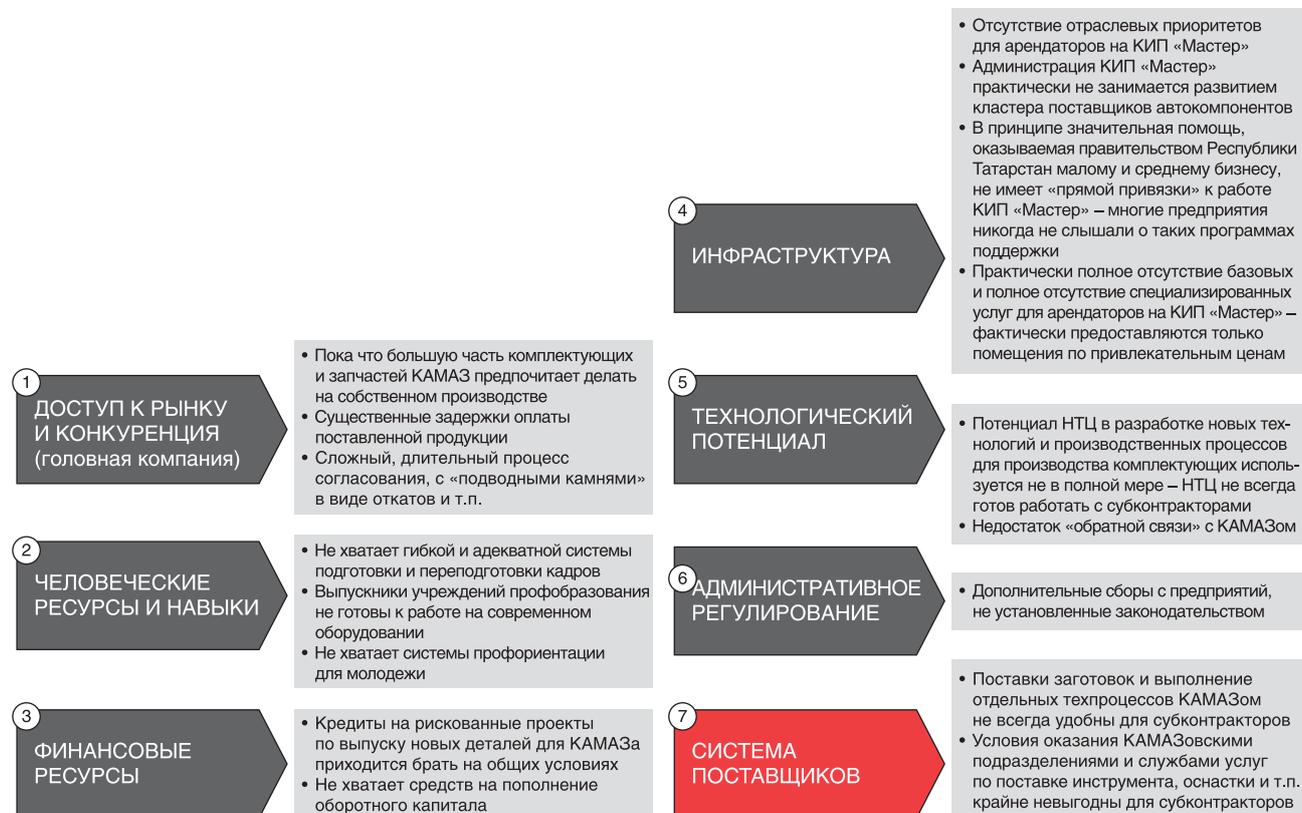


Рис. 33

этого ОАО «КАМАЗ» не всегда адекватно поддерживает свою систему поставщиков и не использует весь потенциал для этой поддержки.

ОАО «КАМАЗ» имеет возможности оказывать поддержку поставщикам при разработке новых технологических процессов и новых продуктов, при проведении отдельных этапов технологического процесса изготовления изделия на принадлежащем ОАО «КАМАЗ» дорогостоящем оборудовании, недоступном для малых предприятий и т.п., но не использует эти возможности в полной мере. Сейчас головная компания относится к своей системе поставщиков как к постороннему контрагенту, а не как к партнеру в борьбе за повышение качества и снижение себестоимости конечной продукции. Изменение этого отношения стало бы существенным вкладом в повышение конкурентоспособности и системы поставщиков, и самого ОАО «КАМАЗ».

Человеческие ресурсы. Проблема связана с нехваткой человеческих ресурсов с требуемым качеством подготовки для предприятий МСБ в кластере. Следует особенно подчеркнуть, что проблема здесь связана не с отсутствием человеческих ресурсов

вообще, а с неспособностью системы профессионального образования и повышения квалификации готовить кадры с необходимым уровнем знаний и навыков, и решать ее следует через развитие и совершенствование системы профобразования и переподготовки кадров.

Технологический потенциал и финансовые ресурсы. Разработка новых изделий для поставок на ОАО «КАМАЗ» – достаточно рискованный проект, который требует значительных финансовых вложений, а имеющиеся возможности для кредитования не учитывают данной специфики: получить кредит по низким ставкам под перспективный проект сложно.

Административное регулирование. Специфической проблемой, характерной для малого и среднего бизнеса в кластерах, производящих машины и оборудование, является невозможность применения упрощенной системы налогообложения из-за того, что основными потребителями выпускаемой МСБ продукции являются ОАО «КАМАЗ» и другие крупные промышленные предприятия-плательщики НДС, для которых неприемлемо работать с поставщиками, не являющимися в свою очередь плательщиками НДС.



Несмотря на все указанные выше проблемы, тот факт, что Правительство республики и ОАО «КАМАЗ» предоставили предприятиям МСБ готовые производственные и офисные помещения с развитой инженерной инфраструктурой, дал значительный импульс появлению новых предприятий или новых направлений деятельности у действующих МП.

Особо следует отметить, что эта ситуация существенно отличается от общей ситуации в Российской Федерации. В других регионах все более или менее успешные малые и средние предприятия, действующие в промышленности, возникли в 90-е гг. прошлого века, причем на «двух волнах»:

«Первая волна» (1992–1997 гг.) – развитие своего бизнеса после начала экономических реформ и развала советской промышленности, когда одни потеряли оплачиваемую работу и вынуждены были выживать, а другие решили использовать появившиеся возможности для того, чтобы организовать свое дело. Немногие из предприятий «первой волны» выжили, но те, кто сумел преодолеть трудности, сейчас являются наиболее успешными и устойчивыми, составляя ядро малого и среднего бизнеса в промышленности в регионах.

«Вторая волна» (1998–2002 гг.) возникла после дефолта в августе 1998 г., когда из-за резко возросшего курса доллара возникла значительная потребность в импортозамещении. Сочетание удешевления рубля с разумной и взвешенной экономической политикой правительства, возглавляемого тогда Е.М. Примаковым, позволило выжить многим предприятиям из «первой волны», находившимся на грани кризиса, и появиться большинству новых предприятий, ориентированных на насыщение внутреннего рынка.

С тех пор количество новых успешных малых предприятий, по результатам исследований, проведенных в ряде других регионов, сократилось до минимума.

Однако в Республике Татарстан, в том числе и в КИП «Мастер», процесс создания новых предприятий не остановился, он продолжается и в настоящее время, причем одной из основных причин этого является именно поддержка со стороны Правительства республики.

Результаты опроса компаний

Среди опрошенных компаний можно выделить две большие группы по типу выпускаемой продукции / оказываемых услуг:

- Производство комплектующих (например, тормозная колодка в сборе и т.п.)
- Оказание услуг (установка дополнительного оборудования на готовые автомобили, обслуживание и ремонт аккумуляторных батарей и т.п.)

Каждая из этих групп составляет по 30 % опрошенных.

Третьей по численности группой являются производители отдельных деталей, из которых затем собираются комплектующие и более сложные узлы (18 % опрошенных). Прочие группы существенно меньше, к разделу «Другое» отнесли себя 11 % опрошенных: 5 % производят отдельные узлы, агрегаты и системы, 4 % производят материалы – резиновые уплотнения, изоляцию и т.п., 2 % опрошенных производят приборы и инструменты.

Эти компании достаточно высоко оценивают себя. На вопрос об основных конкурентных преимуществах 36 % респондентов ответили: «высокое качество продукции / услуг». Примерно одинаковое количество ответов – по 16 и 15 % соответственно – набрали такие варианты ответов, как «низкие издержки» и «технологическое лидерство продукции / услуг». Еще 12 % респондентов считают, что основным конкурентным преимуществом их компании является «высокий уровень сервиса для потребителей». Лишь 4 % респондентов назвали своим конкурентным преимуществом «наличие сильного бренда», 6 % считают, что их конкурентным преимуществом является «наличие уникальных поставщиков», прочие варианты ответов были выбраны еще меньшим количеством респондентов.

Вместе с тем, нынешнее положение дел в компаниях не вполне удовлетворяет респондентов. 29 % опрошенных назвали стратегическим приоритетом на ближайшие 3 года «повышение качества продукции и услуг». Примерно равное количество респондентов – по 21 и 23 % соответственно – обозначили в качестве стратегического приоритета «снижение издержек» и «запуск новых продуктов». Еще 16 % респондентов назвали стратегическим приоритетом «географическое расширение рынка в пределах России».

В опрошенных компаниях за последние 3 года наблюдалось небольшое увеличение численности сотрудников – в среднем от 0 до 10 %, однако разброс достаточно велик: у 32 % опрошенных численность не изменялась, 23 % ежегодно увеличивали ее более чем на 20 %, 26 % увеличивали численность на 1–10 % в год, еще 9 % опрошенных сокращали численность на 1–10 % в год. Очевидно, что из основной массы компаний выделяется «группа лидеров», которая составляет примерно четверть от общего числа.

Это подтверждают и ответы на другой вопрос – об изменении годового объема реализации товаров и услуг. В целом рост объема выпуска за последние 3 года был достаточно высоким: средний показатель – 10–20 % в год, при этом у 38 % опрошенных продажи росли на 1–10 % в год, у 19 % – на 11–20 % в год, и еще примерно четверть (28 % респондентов) увеличивали продажи более чем на 20 % в год.