

УДК 338.242.4

О.Г. Голева, И.А. Корчагина, Ю.Ю. Савченко

Рубцовский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет», Рубцовск, email: kolmakova@rb.asu.ru

ГОСУДАРСТВЕННАЯ И ОБЩЕСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

Ключевые слова: механизмы поддержки, анкетирование, местное сообщество, эффективность взаимодействия.

Рассматривается развитие малого бизнеса в зависимости от эффективности механизмов его поддержки со стороны государства, а также на уровне общественного сектора. Малый бизнес, как правило, не имеет дополнительных резервов на случай возникновения кризисов, которые приводят к резкому сокращению спроса, снижению доходов. Это вызывает реакцию неспособности самостоятельно справиться со сложившейся ситуацией. Поэтому в подобных условиях требуются эффективные механизмы поддержки. В работе выявлены и теоретически обоснованы особенности государственной и общественной поддержки как фактора развития малого бизнеса посредством анализа результатов анкетирования представителей местного сообщества муниципальных образований Алтайского края. Важное место в развитии малого предпринимательства занимает его взаимодействие с местным сообществом, от эффективности которого зависит развитие предпринимательской активности на данной территории и социально-экономической ситуации в целом.

O.G. Goleva, I.A. Korchagina, Yu.Yu. Savchenko

Altai State University Rubtsovsk Institute (branch), Rubtsovsk, email: kolmakova@rb.asu.ru

STATE AND PUBLIC SUPPORT AS A FACTOR OF SMALL BUSINESS DEVELOPMENT

Keywords: support mechanisms, questioning, local community, interaction efficiency.

The development of small business is considered depending on the effectiveness of the mechanisms for its support from the state, as well as at the level of the public sector. Small businesses, as a rule, do not have additional reserves in case of crises that lead to a sharp reduction in demand and a decrease in income. This causes a reaction of inability to cope with the situation on their own. Therefore, in such conditions, effective support mechanisms are required. The paper identifies and theoretically substantiates the features of state and public support as a factor in the development of small businesses by analyzing the results of a survey of representatives of the local community of municipalities of the Altai Territory. An important place in the development of small business is occupied by its interaction with the local community, the effectiveness of which determines the development of entrepreneurial activity in a given territory and the socio-economic situation as a whole.

Малый бизнес является драйвером современной экономики, фактором ее роста, что определяет основополагающие позиции этого сектора на мировой арене. Малые и средние предприятия (МСП) имеют решающее значение для экономического развития территорий [1], играют заметную роль в создании рабочих мест, борьбе с бедностью в развивающихся странах [2,3,4]. Согласно данным Global Entrepreneurship Index (GEI) в развитых странах уровень развития бизнеса составляет порядка 80 %, а в ряде развивающихся стран достигает 50% [4].

Малое предпринимательство формирует существенную долю ВВП, что в целом положительно влияет на экономический рост и обеспечивает здоровое развитие национальных экономик во всем мире [6,7].

Имея самые высокие экономические показатели в мире, Соединенные Штаты Америки активно поддерживают и способствуют развитию малого бизнеса. Количество малых предприятий в США насчитывает порядка 27 млн. и составляют 50 % валового внутреннего продукта [8].

Успешное развитие малого бизнеса в современных условиях определяется

своевременной и действенной поддержкой, которая, прежде всего, определяется применением эффективных финансовых инструментов со стороны государства. Как показывают данные исследований предприятий в различных сферах бизнеса, финансовые ресурсы – это ключевой фактор от которого зависит развитие малого бизнеса [2]. Поскольку такие предприятия преимущественно создаются с нуля и имеют меньший капитал, чем крупные предприятия, и соответственно их конкурентные возможности в условиях технологических изменений достаточно ограничены.

Малый бизнес, как правило, не имеет дополнительных резервов на случай возникновения кризисов, приводящих к резкому сокращению спроса, снижению доходов, что приводит к неспособности самостоятельно справиться со сложившейся ситуацией. Поэтому в подобных условиях требуются эффективные механизмы поддержки, которые должны быть направлены в первую очередь на компенсацию затрат на рабочую силу.

Пандемия стала ярким примером отсутствия у малого сектора возможности искать пути выхода при недостаточности собственных финансовых регуляторов, что и привело к дестабилизации ситуации в этом секторе.

Складывающаяся экономическая ситуация на фоне ограничений, вызванных пандемией, политической нестабильности, негативно влияющая на хозяйствующие субъекты, в том числе малое предпринимательство, требует необходимости проведения эффективной политики направленной на развитие сектора и является актуальным вопросом для глубокого изучения, в том числе анализа основных направлений ее реализации и возникающих при этом барьеров.

Особенно много сложностей для развития малого бизнеса на местном уровне, где он является ведущим фактором экономического роста. Эффективное функционирование малого бизнеса в муниципалитетах способствует развитию производства, финансовой стабильности и в целом улучшению качества жизни населения. Основная сфера приложения труда и потреби-

тельский рынок на 90% формируются за счет местного населения, что указывает на максимальную долю участия местного сообщества в развитии малого бизнеса. Поэтому именно на этом уровне требуется особая поддержка для развития малого бизнеса, которая должна идти не только от государства и местных органов власти, но также и от местного сообщества.

Цель исследования – выявить и теоретически обосновать особенности государственной и общественной поддержки как фактора развития малого бизнеса посредством анализа результатов анкетирования представителей местного сообщества муниципальных образований Алтайского края.

Материал и методы исследования

Исследование включает социологический опрос представителей местного сообщества муниципальных образований Алтайского края в 2022 году, которое проводилось в форме анкетирования. Исследование организовано с использованием сервиса Yandex Forms, что позволило привлечь более 1500 респондентов разного возраста и социального положения 10 муниципалитетов, в числе которых городов и сельских районов, за исключением Барнаула (краевого центра) и Бийска.

Большинство опрошиваемых представлено респондентами в возрасте до 35 лет (48%), от 36 до 55 лет – 34%, меньшую группу представили респонденты старше 55 лет (18%).

Основная часть опрошенных имеет высшее и среднее профессиональное образование – 34,5 и 42% соответственно, доля опрошенных со средним общим и неполным средним образованием составила 23,5%.

Род занятий респондентов распределился следующим образом: рабочие (23%), предприниматели (17%), студенты, учащиеся (15%), государственные и муниципальные служащие (12% и 11% соответственно), руководители (10%), а также пенсионеры (8%) (рис. 1).

Основными сферами предпринимательской деятельности, по мнению респондентов, являются торговля – 56%, услуги – 24%, строительство – 11%, производство – менее 10%.

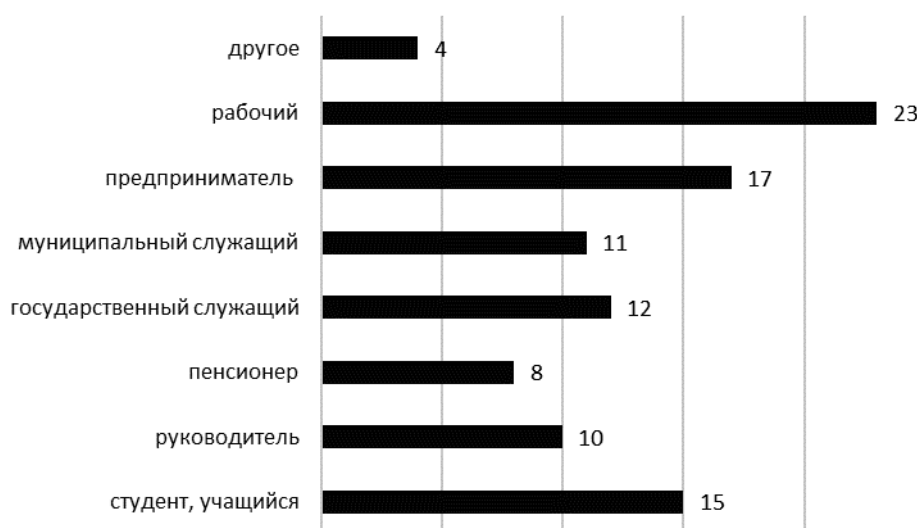


Рис. 1. Распределение респондентов по роду занятий, %

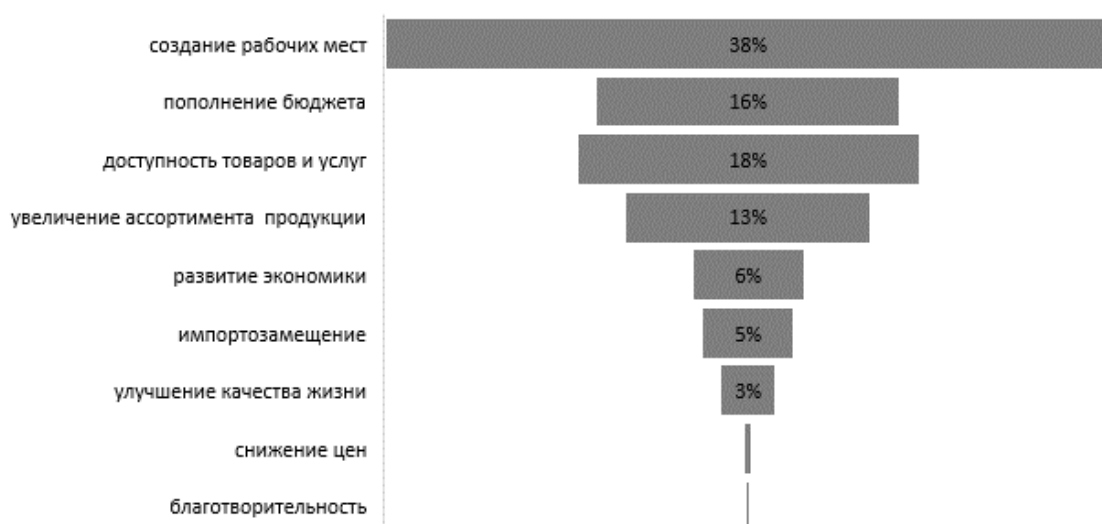


Рис. 2. Вклад предпринимательской деятельности в развитие экономики муниципального образования, %

У большинства респондентов (68%) сформировано положительное отношение к предпринимательской деятельности, в том числе и с позиции различных групп респондентов. Участники опроса оценили деятельность предпринимателей в целом «хорошо» и «удовлетворительно» (72%), при этом затруднилось оценить работу менее 8% опрошенных.

Согласно данным опроса, основной вклад в развитие экономики предпри-

нимательская деятельность вносит посредством создания рабочих мест и увеличения занятости населения (38%), обеспечения доступности товаров и услуг (18%), отчисления налогов и пополнения бюджета муниципалитета (16%), увеличения ассортимента товаров и услуг (13%), улучшения качества жизни населения (3%), развития экономики (6%), снижения цен вследствие конкуренции (0,4%), а также оказания помо-

щи в форме благотворительности 0,3% (рис. 2). По мнению респондентов, важным является привлечение предпринимателей к решению социально значимых проблем местного сообщества.

В целом, большинство респондентов отметили, что предпринимательство играет существенную роль в развитии местного сообщества и видят значительный положительный эффект от этого. Ответы респондентов, которые не видят пользы от предпринимательской деятельности, составляют минимальную долю процентов.

Предпринимательскую деятельность считают прибыльной около 40% опрошенных, но при этом у половины респондентов нет желания заниматься бизнесом, в силу наличия барьеров и препятствий различного характера (рис.3).

Среди основных причин, препятствующих развитию предпринимательства, респонденты выделяют несовершенство налоговой системы (37%), отсутствие финансовой поддержки и административные барьеры (35% и 34 % соответственно). Немаловажным фактором отмечают отсутствие стартового капитала (28%) и сложность участия в государственных закупках (28%).

Для успешного развития малого бизнеса, как считает подавляющая часть респондентов, необходимо слаженное

взаимодействие органов власти и общественного сектора в выработке действенных механизмов оказания эффективной поддержки предпринимательству.

Результаты исследования и их обсуждение

В России, согласно данным официальной статистики, в 2021 году доля малых и средних предприятий в ВВП составила порядка 22%, т.е. более 1/5 от общего объема произведенной продукции, выполненных работ, оказанных услуг, доля занятых – 25,6% (18,8 млн) от всего работающего населения [9].

По прогнозам Минэкономразвития РФ, малый бизнес до 2030 года сохранит положительную динамику и останется важным направлением экономического развития и внедрения инновационных технологий, что является актуальным в условиях быстрых изменений, в том числе внедрения технологий Индустрии 4.0, как это и отмечается в ряде исследований [8,11].

Поскольку для нашей страны характерна низкая пространственная концентрация производств, особенно в восточной периферийной части, малый бизнес на таких территориях формирует значительную долю бюджета, занятости населения, структуру спроса и предложения и в целом является флагманом развития.



Рис. 3. Ключевые препятствия развития малого бизнеса, %

Как показывают многие исследования, что, не смотря на активные государственные меры, которые включают: кредитно-финансовую, налоговую, информационную и имущественную поддержку, наблюдается снижение численности предприятий и средней списочной численности работников. Статистические показатели развития малого бизнеса в России с 2015 года характеризуются вялой динамикой, имеющей слабый рост от 5,03 млн. предприятий в 2015 году до 5,74 млн. в 2022 году. [12].

Таким образом, существующие в настоящее время механизмы стимулирования малого бизнеса не дают должного эффекта и только усиливают дифференциальные различия в территориальном разрезе, поэтому требуется расширение поддержки бизнеса не только государственными структурами, но и общественным сектором, влияющим на выпуск продукции и рынки сбыта [7].

На основании данных опроса малых предприятий США было обнаружено, что поддержка бизнеса местным сообществом является единственным наиболее значимым фактором, определяющим успех их развития. Кроме того, было выявлено, что деловые люди, имеющие успех в бизнесе, с большей вероятностью останутся в своем городе и будут развивать свою деятельность, что является важным критерием роста прибыли и увеличения занятости [13].

Жизнеспособность сообщества часто зависит от бизнеса. Поэтому поддержка должна быть взаимной, что важно и для процветания самого бизнеса. Малый бизнес на местном уровне развивается в основном за счет местных жителей, которые являются основными потребителями и важное значение имеет участие бизнеса в жизни сообщества, посредством реализации корпоративных социальных программ, благотворительной деятельности. Являясь частью сообщества, бизнес участвует в решении социальных вопросов, создавая себе положительный имидж и условия для своего развития.

Как отмечает Е.И. Власова, социальная ответственность важна для периферийных территорий, так как предпринимательское сообщество должно иметь четкое представление о состоянии эко-

номики на территории своего проживания и стремится к ее развитию для повышения собственного уровня качества жизни [14].

Вклад бизнеса в местное сообщество может выражаться в денежном (наличные пожертвования) или материальном (натуральные пожертвования) эквиваленте, а также в форме участия в социально-экономической и политической жизни. Взносы, пожертвования, оказание технической помощи или другая помощь в натуральной форме относятся к профессиональной поддержке. Личная поддержка со стороны бизнеса включает выражение общественной активности предпринимателя, которая представляет собой участие в решении вопросов по развитию территории.

Общественная поддержка бизнеса, как правило, включает финансовый вклад в прибыльность или устойчивость бизнеса в виде лояльных клиентов и покупателей, формирующих положительный имидж бизнеса.

Таким образом, важное место в развитии малого предпринимательства занимает его взаимодействие с местным сообществом, от эффективности которого зависит развитие предпринимательской активности на данной территории и социально-экономической ситуации в целом. Что мы и увидели на основании представленных результатов опроса. В целом, предприниматели, которые участвуют в жизни муниципалитета и имеют поддержку со стороны его жителей, имеют высокие показатели развития бизнеса.

Выводы

Эффективность государственной поддержки малых предприятий находит положительный эффект в инструментах кредитного финансирования и повышает индекс уверенности бизнеса. Поскольку субъекты малого бизнеса не имеют доступных резервов для использования и не могут обеспечить накоплений, поэтому при возникновении негативных внешних факторов со стороны бизнеса идет минимизация расходов и сокращение заработной платы.

Особой поддержки требует малый бизнес в периферийных территориях, в том числе со стороны общественно-

сти, где аграрный сектор получает существенные государственные субсидии, а другие сферы ее лишены.

В результате проведенного социологического опроса выявлены следующие основные аспекты, отражающие роль предпринимательской деятельности в развитии муниципальных образований:

- положительное отношение местного сообщества к предпринимательской деятельности и тем, кто занимается собственным бизнесом;

- наиболее известные предприниматели и организации активно участвуют в решении социальных проблем и политической жизни муниципалитетов;

- полезный экономический эффект для местного сообщества от предпринимательской деятельности заключается в создании новых рабочих мест, обеспечении качества и доступности товаров и услуг;

- важное значение имеет ведение открытого диалога с органами власти, создание экспертной площадки для обсуждения проблем предпринимательства.

В целом, можно отметить, что существенную поддержку может оказывать общественный сектор. Так, меры государственного стимулирования не всегда действуют целенаправленно и имеют узкий, однобокий характер. Местное сообщество является заинтересованной стороной в поддержке развития малого предпринимательства, поскольку получает значительный положительный эффект от деятельности.

К важным мерам поддержки относится создание общественных структур, представляющих интересы бизнес-сообществ на территории развития и осуществляющих их продвижение в региональном и межрегиональном масштабе.

Действенным механизмом поддержки малого бизнеса является субсидирование инновационных видов деятельности, открытие новых перспективных направлений, способствующих созданию современных производств и дополнительных рабочих мест.

Библиографический список

1. Gherghina S.C., Botezatu M.A., Hosszu A., Simionescu L.N. Small and medium-sized enterprises (SMEs) // The engine of economic growth through investments and innovation Sustainability. 2020. vol. 12. no. 1. P. 347.
2. Jasra J., Hunjra, A.I., Rehman A.U., Azam R.I., Khan M.A. Determinants of Business Success of Small and Medium Enterprises // International Journal of Business and Social Science. 2012. vol. 2. no. 20. [Электронный ресурс]. URL: <https://ssrn.com/abstract=2130356> (дата обращения: 10.05.2023).
3. Thurik R., Wennekers S. Entrepreneurship, small business and economic growth // Journal of Small Business and Enterprise Development. 2004. vol. 11 no. 1. [Электронный ресурс]. URL: <https://doi.org/10.1108/14626000410519173> (дата обращения: 10.05.2023).
4. Ляманова Е.А. Влияние предприятий малого бизнеса на экономический рост // Фундаментальные исследования. 2020. № 4. С. 57-61.
5. The Global Entrepreneurship and Development Institute. Entrepreneurship and Business Statistics [Электронный ресурс]. URL: <http://thegedi.org/global-entrepreneurship-and-development-index/> (дата обращения: 19.05.2023).
6. Чигрин А.Д. Малый бизнес и конкурентоспособность России – нетрадиционная трактовка // Журнал Новой экономической ассоциации. 2018. № 3 (39). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.econorus.org/repec/journal/2018-39-110-126r.pdf> (дата обращения: 10.05.2023).
7. Anderson A.R., Li J.H., Harrison R.T., Robson P.J. The increasing role of small business in the Chinese economy // Journal of Small Business Management. 2003. vol. 41 no. 3. P. 310-316.
8. Bonsu S., Kuofie M. Small Business Survival // Journal of Marketing and Management. 2019. vol. 10. no. 1. P. 51-63.
9. Россия в цифрах. 2020: Краткий статистический сборник. М.: Росстат. 2020. 550 с.
10. Магомедов М.Р. Особенности управления малым бизнесом в России на основе инноваций // Социально-экономическое, культурное, технологическое и техническое развитие стран, регионов, отраслей и предприятий: материалы Международной научно-практической конференции (Нижний Новгород, 12 сентября 2019 г.). Нижний Новгород: Профессиональная наука, 2019. С. 22-26.

11. Ходжаева М.Я. Актуальные аспекты развития предпринимательства в условиях формирования инновационной экономики // Иннов: электронный научный журнал. 2018. № 6 (39). С. 8.
12. Терехова С.В. Налоговое стимулирование малого бизнеса в условиях экономической нестабильности // Проблемы развития территории. 2023. № 1. С. 92-112.
13. Kilkenny M., Nalbarte L., Besser T. Reciprocated community support and small town-small business success // Entrepreneurship & Regional Development. 1999. vol. 11. no. 3. P. 231-246.
14. Власова Е.И. Особенности деятельности органов местного самоуправления по развитию малого и среднего предпринимательства на периферийных территориях // Инновационное развитие современной науки: материалам XLIII Международной научно-практической конференции (Анапа, 10 января 2022 года). Анапа: ООО «НИЦ ЭСП» в ЮФО. 2022. С. 129-133.