

Аннотация

Анализируется инновационная среда, развитие которой в последние годы в России шло недостаточными темпами, а также роль малого бизнеса в её создании. Исследуется государственная система поддержки, призванная генерировать новые знания, которые позволят малому предпринимательству обеспечить качество этой среды.

Управление инновациями

**О ГОСУДАРСТВЕННОЙ СИСТЕМЕ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО
БИЗНЕСА**

Борис Мильнер
член-корреспондент РАН
главный научный сотрудник
Институт экономики РАН*

Тамара Орлова
действительный член РАЕН
доктор экономических наук, профессор
Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте Российской Федерации

*117218, г. Москва, Нахимовский пр-т, 32

tmo@zmail.ru

ключевые слова: малый бизнес, инновационная среда, управленческий потенциал, знания, компетентность

- Слабое влияние малого бизнеса на российскую экономику обусловлено различными причинами, в том числе отсутствием грамотного управленческого подхода, без которого невозможно системно решать задачи, связанные с позитивными переменами в этой деятельности

- Поддержка малого предпринимательства напрямую касается проблемы развития человеческого капитала, в частности, реализации задач образования, главная из которых – формирование навыков, определяющих желание и способность состоявшегося и потенциального предпринимателя создавать новое знание

- Принципы формирования бизнес-модели высокотехнологичного малого предприятия заложены в концепции открытых инноваций, согласно которой при завоевании рынка фирмы должны активнее использовать не только внутренние, но и внешние идеи, а также самые различные организационные подходы

Многие правительства, осознав важность малого бизнеса для развития национальной экономики, постоянно ищут пути его поддержки, предлагая новые форматы стимулирования предпринимательства в различных социальных группах, новые управленческие подходы и технологии. Такая линия поведения остается приоритетной в общей экономической политике развитых и многих развивающихся стран. В России пока всё иначе.

Слабое влияние малого бизнеса на российскую экономику обусловлено различными причинами [1], в том числе отсутствием грамотного управленческого подхода, без которого невозможно системно решать задачи, связанные с позитивными переменами в этой деятельности, особенно в части формирования инновационно-производственной структуры малого и среднего бизнеса. Именно этим обстоятельством можно объяснить тот факт, что многие государственные инициативы, направляемые на развитие малого предпринимательства в России, производят обратный эффект.

О ПОЛЬЗЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ПОДХОДА

В ноябре 2012 г. Государственная Дума Совета Федерации Российской Федерации приняла правительственные поправки в пенсионное законодательство, которое, в частности, предусматривает с 1 января 2013 г. единовременное двукратное увеличение размера платежа пенсионных страховых взносов для самозанятого населения (к нему относятся индивидуальные предприниматели, адвокаты, нотариусы, фермеры) – до 26% удвоенного МРОТ. В результате совокупный платёж в Пенсионный фонд и Фонд обязательного медицинского страхования возрос с 17,2 тыс. руб. до почти 36 тыс. руб., а в 2015 г. выплаты будут составлять 50 тыс. руб. ежегодно.

Малый бизнес не оценил всей глубины замысла государственных менеджеров, поддержанных законодателями. Предприниматели с годовым оборотом в 100 тыс. руб. посчитали, что если к 36 тыс. руб. прибавить прочие платежи (налоги, плату за патент, аренду и др.), то смысл в их деятельности пропадает. В итоге из-за увеличившихся выплат только за период с декабря 2012 г. по февраль 2013 г. с учета снялось около 300 тыс. индивидуальных предпринимателей [2]. Масштабы подобного исхода за два последних десятилетия не имеют аналогов.

Таким образом, отсутствие координации в действиях социального и экономического блоков правительства, профильных ведомств и общественных организаций, законодателей привели не только к повышению расценок на услуги, но и к *резкому спаду деловой активности*. Разрозненные, а потому неэффективные усилия законодательных и исполнительных органов власти могут привести к признанию неконституционным закона, предусматривающего увеличение годовых социальных взносов для самозанятого населения. Напомним, что в 1997 г., когда были увеличены аналогичные выплаты (взносы составляли до 28% от прибыли), предприниматели из сферы малого бизнеса обратились с жалобой в Конституционный суд Российской Федерации. Он признал федеральный закон не соответствующим ст.55 Конституции Российской Федерации, т.е.

ущемляющим права и свободы граждан. Это тот самый случай, когда управленческие издержки становятся издержками политическими.

Очевидно, пришло время изменить политику самого министерства, курирующего и координирующего развитие малого бизнеса. Судя по отчетным документам [3], безусловным приоритетом в работе Департамента развития малого и среднего предпринимательства Минэкономразвития, является борьба с... административными барьерами. Выходит, государство сначала выстраивает эти барьеры (в виде нежизнеспособных стандартов, излишних таможенных процедур, частых ведомственных проверок и т.п.), а затем с ними борется.

Выстраивать надо не систему барьеров, а систему стимулов, и через этот процесс обеспечить рывок в развитии малого предпринимательства. Пока же с точки зрения стимулов весь период развития малого бизнеса в России можно назвать «проверкой на живучесть». Достаточно сказать, что упростить регистрацию субъектов малого бизнеса правительство планирует только к 2018г.: процедура будет занимать пять дней вместо нынешних тридцати. Для справки: в Испании зарегистрировать малое предприятие и получить лицензию можно в течение нескольких часов.

Развитие малого бизнеса в России зависит от усилий не только министерств и ведомств, но и *саморегулируемых организаций* – ассоциаций, фондов, союзов, общественных объединений, представляющих интересы малого бизнеса. Но надо признать, что эффективность последних невелика из-за отсутствия единого координатора, единой позиции, а также низкого уровня взаимного доверия. Так, в феврале 2013г. в предпринимательском сообществе Москвы сложилась довольно острая ситуация, связанная с отменой льготной ставки аренды для малых предприятий. Повышение платы за арендованное у города имущество затронуло интересы почти 8 тысяч малых и средних предприятий столицы, что грозило обернуться потерей 100 тысяч рабочих мест. «Инициатива» департамента имущества Москвы особенно отразилась на несетевой рознице и предприятиях общественного

питания, которым вспомогательных площадей надо много. Поддержала предпринимателей «ОПОРА России», привлекая к обсуждению проблемы средства массовой информации. По-другому отнеслись к ситуации в департаменте по защите малого и среднего бизнеса Торгово-промышленной палаты: здесь не увидели ущемления прав предпринимателей и сочли, что малый бизнес должен работать в равных условиях со всеми.

Многие проблемы отечественного малого предпринимательства связаны с тем, что новые экономические отношения складываются по воле конкретных людей, разрабатывающих и реализующих программы реформирования экономики. Отсюда – возрастание роли субъективного фактора, а значит, велика опасность отклонения от намеченных целей. Не допустить этого – задача социально-экономических институтов (в частном и государственном секторах экономики), или *институтов развития*, образующих национальную инновационную систему. Эти институты представляют собой не просто структуры, но и способ действий, с помощью которого осуществляются организация и управление имеющимися ресурсами. В отличие от других форм государственной поддержки институты развития перераспределяют финансовые ресурсы в пользу проектов, создающих потенциал экономического роста в области инфраструктуры, человеческого капитала, новых технологий; придерживаются определенных правил, позволяющих усиливать ответственность и контроль; заинтересованы в развитии частного бизнеса в новых секторах экономики; содействуют несырьевому экспорту.

По мнению некоторых экспертов, практически все существующие в России институты развития представляют собою «денежные мешки», распределяющие финансовые ресурсы между «приоритетными» проектами. Критерии приоритетности и механизм распределения у них разные: ВЭБ и Инвестиционный фонд интересуются только крупными проектами, Роснано – только высокими технологиями, РВК финансирует проекты через паевые инвестиционные фонды с участием частных инвесторов. Одни институты

распределяют деньги в виде кредитов, другие – в виде инвестиций, третьи – в виде безвозмездных субсидий, а в случае особых экономических зон – в виде услуг по созданию инфраструктуры. И всё равно речь идет о перераспределении денег [4].

В поддержке малого предпринимательства особо следует выделить роль *региональных органов власти и персонально губернаторов*. Только через повышение их ответственности можно преодолеть парадоксальную ситуацию, когда уровень власти, ближайший к малому бизнесу, меньше всего содействует его развитию. Не секрет, что власти на местах зачастую блокируют передачу, продажу или сдачу в аренду неиспользуемых производственных площадей, машин, оборудования, законсервированных недостроенных объектов и сооружений. Также они не спешат выделять на действующих предприятиях площадки для производства потребительских товаров и оказания бытовых услуг населению. Можно пересчитать по пальцам субъекты Российской Федерации, не говоря уже об органах местного самоуправления, которые поддерживают ориентированные на инновации малые предприятия, привлекая их к созданию технопарков, бизнес-инкубаторов, производственно-технологических центров и других объектов рыночной инфраструктуры.

Развитие сети малых предприятий и их техническое оснащение во многом зависят от крупных *производственно-хозяйственных комплексов*. По отношению к ним малые предприятия выступают в роли поставщиков комплектующих элементов, а также служб по распределению готовой продукции и ремонту оборудования. Для более эффективного использования материальных, интеллектуальных ресурсов крупных предприятий целесообразно переходить на *контрактные отношения*, получившие широкое распространение в торговле, сфере услуг, они дают значительный экономический эффект. В рамках контрактного управления возможна реализация ряда важнейших функций, в частности: передача субъектам малого предпринимательства результатов научно-исследовательских,

опытно-конструкторских и технологических работ, а также (на льготных условиях) пустующих объектов, нерентабельных и убыточных предприятий; выкуп арендуемых предпринимателями объектов недвижимости с учетом вложенных в эти объекты средств.

РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

Государственная поддержка малого предпринимательства напрямую касается проблемы *развития человеческого капитала*, в частности, реализации задач *образования*. Главная из них – формирование навыков, определяющих желание и способность состоявшегося и потенциального предпринимателя создавать новое знание. Освоение этих навыков поможет малым фирмам определить критерии будущего успеха, а также ликвидировать разрыв между компетенцией и компетентностью¹. По-видимому, целесообразно привлечь к решению этой задачи, помимо государственных структур, институты развития, которые принимают конкретные меры по подготовке инновационных топ-менеджеров для крупных компаний. В частности, ОАО «Российская венчурная компания» (РВК) участвовала в создании Клуба R&D-директоров, в её планах – открытие специальных учебных курсов в Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации.

Особое внимание должно быть обращено на *сотрудничество компаний и вузов*. Как считают некоторые авторы, образовательную систему необходимо трансформировать в питательную среду для старших классов, а тем, в свою очередь, – создавать питательную среду для самих университетов, которые будут предоставлять необходимые ресурсы для российских компаний-разработчиков. Современный школьный и вузовский преподаватель может дать фундаментальные знания, навыки быстрого

¹ Авторы различают эти понятия: компетенция – степень понимания, основанная на полученных знаниях; компетентность – способность решать конкретные задачи на базе знаний, опыта, разделяемых ценностей и т.п.

освоения материала, но он никогда не угонится за темпом изменения запросов в сфере инноваций. Это можно делать, находясь внутри компаний-разработчиков, рабочих групп с реальными проектами, так как 99% заказов идет напрямую в бизнес по инновационным технологиям [5].

Подготовка инновационных кадров для малого бизнеса предполагает *обучение начинающих предпринимателей*. Для них надо создавать сеть общегосударственных и федеральных программ «Развитие навыков предпринимательства», в рамках которых государство принимает на себя расходы по подготовке кадров для малого бизнеса и организует специальные курсы по консультационному сопровождению малой фирмы на начальных этапах её деятельности. Здесь возникает много вопросов экономического, правового, информационного характера, все они должны рассматриваться системно.

К приоритетным программам обучения, возможно, следует отнести введение «*бизнес-всеобуча*» по вопросам интеллектуальной собственности и прав на её объекты. Предприниматель, независимо от профиля деятельности, обязан владеть основами управления интеллектуальной собственностью наравне, скажем, с умением пользоваться компьютером. В последующем это поможет ему не только отстаивать со знанием дела свои права и интересы, в том числе материальные, но и сформировать инновационный менталитет.

Поскольку обучение не ограничивается аудиторными часами, весьма интересной в управлении малым и средним бизнесом представляется концепция *обучающейся организации* – основного типа организации конкурентоспособной бизнес-системы. Проблемы обучающейся организации напрямую стыкуются с понятием профессионализма в менеджменте. Достаточно сказать, что из-за непрофессионального менеджмента более 70% вновь созданных российских фирм не существуют и двух лет; до пяти лет доживают только около 5% [6].

По оценкам экспертов, 70-75% прироста ВВП промышленно развитых стран обеспечивается за счет инноваций. В России заказ на инновации выражен очень слабо: доля инновационного бизнеса в сегменте малого предпринимательства составляет всего 5-7%. Доля США при объеме мирового рынка инноваций более двух трлн долл. составляет 39%, Японии – 30, Германии – 16, России – 0,3% [7].

Весной 2012 г. Российский банк поддержки малого и среднего предпринимательства провёл опрос 1220 предпринимателей из 16 регионов России. В опросе были затронуты многие аспекты, которые в определённой мере характеризуют ожидания малого бизнеса в плане его потенциальных изменений. В частности, предлагалось ответить на один из главных вопросов: «Планируете ли вы внедрять в 2012 г. новые технологии или продукцию?» Как распределились ответы, видно из табл.1.

Таблица 1.

Управленческий потенциал малого и среднего бизнеса

Направления внедрения новшеств	Намерения о внедрении (в % от числа опрошенных)		
	Точно не буду	Вероятно, буду	Точно буду
Новые виды продукции	49,5	22,7	27,8
Новые технологии маркетинга и сбыта	59,6	20,1	20,3
Новые технологии производства	64,4	17,0	18,6
Новые технологии управления	66,6	17,5	15,8

Источник: [8].

Как видим, к выпуску новой продукции готовы почти 28% респондентов; почти 23% допускали возможность диверсификации ассортимента. По этой позиции следует отметить самый высокий уровень готовности к внедрению, остальные направления заметно проигрывают.

С одной стороны, распределение ответов можно объяснить объективными условиями становления отечественного предпринимательства,

которое, к сожалению, продолжает существовать в основном как сфера экономического выживания для определённой части населения. Поскольку малый и средний бизнес не включен в структурные преобразования экономики, полученные ответы, безусловно, отражают совокупные условия ведения бизнеса. Но, с другой стороны, слабость инновационной составляющей в малом бизнесе обусловлена отсутствием системы управления этим важнейшим ресурсом, недооценкой инновационных стратегий и механизмов интегрирования денежных потоков. Отказ от внедрения новых технологий управления большинства опрошенных предпринимателей свидетельствует именно об этом.

Инновационный и управленческий потенциал венчурного предпринимательства в определённой степени характеризует такой пример.

В августе 2011г. Роснано продемонстрировало президенту страны результат одного из своих инновационных проектов - черно-белый ридер с пластиковым экраном. Массовый выпуск нового гаджета для российских школьников должен был начаться через три месяца. Но к тому времени соинвестор в лице Роснано вместе с разработчиком планшета, британской фирмой *Plastic Logic*, отказались от инновационной идеи, даже несмотря на то, что в проект уже было вложено 230 млн. долл. инвестиций, а под строительство завода компании выделен участок земли под Зеленоградом.

Производство нового чуда техники оказалось преждевременным из-за того, что при реализации инновационного проекта были недооценены организационные факторы и научно-технологические риск, оказалась ущербной бизнес-модель. Фирма *Plastic Logic*, мировой лидер в области не кремниевой электроники, создала уникальную технологию производства электронной бумаги с анимационными свойствами. Совершенствуя её, компания так далеко продвинулась, что затраты оказались непомерно высокими. Другая причина срыва венчурного проекта объясняется тем, что бизнес-модель не учитывала ключевую компетенцию фирмы, представленную уникальной технологией, которая может служить основой

выгодного и долгосрочного партнёрства со специализированными компаниями-производителями.

Ситуацию, подобную этой, еще в 80-х гг. прошлого столетия описал М. Портер: многие проблемы возникают потому, что действия, совершаемые в одной ситуации, не совместимы с действиями, которые необходимо предпринять в другой ситуации. Компании, пытающиеся одновременно конкурировать по двум различным стратегическим позициям, сталкиваются с проблемой выбора приоритетов, что резко снижает их эффективность [9].

Принципы формирования бизнес-модели высокотехнологичного малого предприятия заложены в *концепции открытых инноваций*. Суть этой концепции заключается в том, что при завоевании рынка фирмам разных размеров и форм собственности необходимо активнее использовать не только внутренние, но и внешние идеи, а также самые различные организационные подходы. Там, вовне, складывается иная среда, вращаясь в которой, предприниматели, представляющие высокотехнологичный бизнес, черпают не только идеи, но и проникаются духом изменений. Отсюда и один из популярных слоганов, придуманных автором концепции открытых инноваций

Г. Чесбро: «Далеко не все умные люди работают на нас» [10].

Существуют самые различные формы и практики использования открытых инноваций в малом бизнесе. Наиболее популярные из них – кооперативные венчурные инвестиции, а также формирование стратегических партнерств (альянсов) для вывода на рынки новых продуктов и услуг – с успехом применяет Роснано. И в этом смысле корпорация с помощью бизнес-моделей своих проектных компаний сознательно пытается создавать рынки, на которых факторы успеха отличаются от тех, которые характерны для рынков давно работающих компаний.

Открытые инновации требуют значительных координационных усилий менеджмента, в том числе государственного. С ними сопряжена *опасность вымывания знаний и ключевой компетентности*, а также риск потери

контроля над интеллектуальной собственностью. Возникают сложности с выстраиванием перспективных отношений с внешними партнерами. Возможно, поэтому в России открытые инновации популярны, скорее, в таких отраслях, как компьютерный софтвер или биотехнологии (т.е. в отраслях с новейшей технологической базой, в которых входные барьеры низки), а также в высоко сегментированных отраслях (где новые технологии проходят начальную рыночную обкатку при минимальном давлении на них со стороны потенциальных конкурентов и где перспективы получения быстрой финансовой отдачи от их внедрения особенно высоки).

В зрелых отраслях, для которых характерно наличие комплексной ресурсной базы и высокой добавленной стоимости, создаваемой непосредственно в производственном процессе, практики открытых инноваций приживаются с трудом. Ответ на вопрос, почему открытые инновации обходят производство, на наш взгляд, заключается в том, что в построении адекватных бизнес-моделей для генерирования и коммерциализации новых знаний недостаточно используется *организационный потенциал инновационных фирм*. В частности, именно несовершенством организационно-управленческих механизмов можно объяснить тот факт, что количество проектов Роснано за последние два года существенно увеличилось, а реально прорывных, которые могли бы стать лидерами на глобальном уровне, практически нет. Даже в самом быстрорастущем сегменте (интернет-коммерции) подавляющее большинство проектов копируют аналоги зарубежных компаний-лидеров. Малые предприятия оказываются своеобразной губкой, впитывающей и распространяющей на локальном уровне инновации, созданные за рубежом. Сегодня «импортозамещающая» инновационность является, к сожалению, характерной чертой российского малого бизнеса.

Даже если инновационная деятельность в России и ориентируется на создание новых продуктов и технологий, она практически не

распространяется на бизнес-модели высокотехнологичных малых и средних фирм.

Как известно, продукты и технологии становятся полезным активом лишь после того, как выйдут на рынок. Механизмы выведения на рынок создают бизнес-модели, нацеленные на скорейшее применение новшеств, независимо от того, являются они результатом внутрифирменных НИОКР или привнесены извне. Бизнес-модели организуют деятельность малой фирмы таким образом, чтобы оптимальная чистая стоимость создавалась с помощью ресурсов наиболее эффективным и производительным способом. Именно с помощью бизнес-моделей можно учесть увеличившуюся диффузию источников новых знаний, актуальность управления интеллектуальной собственностью и применение отраслевых технологических стандартов.

При анализе бизнес-моделей 14 проектных компаний Роснано установлено, что в большинстве из них меньше всего внимания уделяется стратегическому контролю, механизмам удержания клиентов, защите прибыли от влияния внешних факторов, а также формированию центральной компетенции. Источниками центральной компетенции могут быть, кроме патентов, эксклюзивные права, технологии производства, собственная система дистрибуции и сырьевая база, локальное присутствие, бренд, масштаб операций, «продуктовая пирамида» с различным предложением для разных ценовых сегментов, структура, корпоративная культура.

В этом смысле можно рассматривать *бизнес-модель в качестве инструмента интеллектуального предпринимательства*. Данный феномен определяется как навык, которому присущи интеллектуальная смелость, информационная грамотность, толерантность к информационной избыточности и неопределённости, способность порождать новое знание и сильная мотивация к этому [11].

Недостатки бизнес-моделей малых и средних фирм объясняются подходом к их разработке исключительно технологически-ориентированных

и бизнес-ориентированных субъектов управления. Например, действующие под патронажем Роснано и при его инвестиционной поддержке проектные компании BIND Biosciences Inc. (биомедицинский кластер) и ЗАО «Уралпластик-Н» (кластер металлообработки и полимеров) рассматривают собственную деятельность в первую очередь с точки зрения процессов и технологий, поэтому внимание менеджмента в основном сосредоточено на производственной части проекта. Роснано, напротив, ориентировано на стоимостные результаты бизнеса (тому свидетельство – наличие сценариев выхода из проектов, способных обеспечить наибольшую доходность). К слову, не все бизнес-модели дают представления о том, как отразится на финансовом состоянии компании, реализующей проект, досрочный выход из него Роснано с изъятием своей доли уставного капитала с учетом зафиксированных процентов.

По Ф. Янсену, в нужном направлении «колесо роста» поворачивается только при максимизации ценности (увеличения потребительской стоимости) для всех заинтересованных лиц, особенно для потребителей, акционеров и сотрудников [12]. Даже если бизнес-модели проектных компаний пытаются максимизировать ценности для заинтересованных лиц, то в любом случае они ориентируются на потребителей. О создании других ценностей, в частности, для коллектива компании, в них нет и намёка. Размер оплаты не является ценностью. Определить, насколько сотрудник ценит свою работу, могут объём рабочей нагрузки, мотивация и стресс (точнее, его наличие или отсутствие). Именно эти факторы могут свести ценность работы в компании к нулю или, наоборот, значительно повысить её.

Таким образом, бизнес-модель пока не рассматривается в качестве инструмента самоуправления, генерирующего денежные потоки малого предприятия для обеспечения его развития. Вообще надо заметить, что самоуправление в малом бизнесе – это пока что «чистая страница» в книге достижений современной науки и практики управления. А ведь именно в рамках самоуправления возможно эффективно решать самые сложные

инновационные задачи, в том числе через стратегическое и текущее планирование, специальную организационную структуру. Самоуправление поощряет контрактные отношения как внутри, так и вовне малого бизнеса; оно ориентировано на спрос (это учитывает особая ценовая политика) и интегрирование различных функций.

ЗНАНИЯ, ОПЫТ, КОМПЕТЕНТНОСТЬ

Предложение о необходимости создания в структуре российского правительства специальной структуры по делам малого предпринимательства не ново. Представляется целесообразным с позиций системного управления рассмотреть этот и некоторые другие аспекты, учитывая в первую очередь западный опыт малого предпринимательства.

Например, в *США* Администрация по делам малого бизнеса (SBA), которая подотчетна Президенту и Конгрессу, имеет представительства в каждом штате, в каждом крупном городе. SBA успешно реализует программы развития малого предпринимательства на федеральном, региональном и муниципальном уровнях. Она регулярно публикует общенациональные и региональные показатели развития малого бизнеса по таким параметрам, как занятость, количество и типы малых предприятий, появление новых фирм и разорение существующих, объем продаж и новые заказы, капиталовложения, экспорт и др. На основании полученной информации готовится доклад президента страны «О состоянии малого бизнеса». SBA также оказывает консультационные услуги в области менеджмента; обеспечивает техническую помощь предпринимателям; следит за тем, чтобы другие федеральные ведомства, которые напрямую работают с малым бизнесом в рамках своих полномочий, осуществляли деятельность в соответствии с действующими законами.

Аналогичная структура создана в системе государственного регулирования *Японии* – Агентство малого и среднего предпринимательства,

которое входит в состав Министерства экономики, торговли и промышленности. Агентство структурировано по функционально-целевому признаку и объединяет департаменты деловой среды и поддержки малого предпринимательства, а также уполномоченные финансовые организации и финансовую корпорацию малого бизнеса Японии.

В *Германии* разработкой и реализацией государственной политики стимулирования малого предпринимательства занимается Генеральный директорат малого предпринимательства, являющийся структурным подразделением Федерального министерства экономики и труда. Генеральный директорат объединяет региональные представительства во всех землях и крупных городах страны, а также уполномоченные и партнерские организации (банки, фонды, страховые компании, исследовательские институты).

Программа деятельности будущего российского министерства по делам малого предпринимательства, на наш взгляд, должна исходить из того, что малому бизнесу *России*, который сегодня, «скорее, жив, чем мёртв», необходима внятная государственная политика, подкреплённая нормативно-правовой базой. Поскольку экономические кризисы становятся перманентными, малое предпринимательство для сохранения и упрочения своих позиций в экономике вправе ждать от государства постоянной поддержки. Эта поддержка, как мы уже убедились ранее, может выражаться разными способами, в том числе через поправки и дополнения в существующие российские законы, имеющие отношение не только к оптовой и розничной торговле, но и к местному самоуправлению, защите прав потребителей и самих предпринимателей, налогообложению, лоббированию и т.д.

Хочется верить, что с созданием нового министерства важнейшей формой государственной поддержки малого бизнеса в России станет способность государства эффективно управлять малым предпринимательством. Новая структура должна постоянно

демонстрировать, на наш взгляд, единственный, но наиболее эффективный приём усиления властного потенциала – власть компетенции. Этот приём реализуется при постоянном наращивании профессионализма, знаний, их использовании при принятии управленческих решений, а также при привлечении к решению проблем малого бизнеса новых компетентных специалистов.

Здесь уместно провести аналогию с рынком. Всё чаще инвесторы предпочитают финансировать не продукцию, а систему управления фирмой или предприятием, в которой знания и интеллект людей играют ключевую роль. Рассматривая функциональные области управления организацией – от использования человеческих ресурсов до маркетинга, – нужно постоянно помнить, что менеджмент эффективен лишь тогда, когда он, применяя современные управленческие технологии, обеспечивает развитие организации, региона, страны.

Идея создания в России специализированной федеральной структуры по делам малого бизнеса, которая должна отказаться от клановой закрытости и перейти к общественной интеграции, хороша уже тем, что, помимо координации, будут, наконец, определены границы ответственности, дефицит которой в управлении малым и средним предпринимательством в России очевиден.

Новая структура, возможно, решит ещё одну важную задачу. На разных уровнях государственного управления часто говорится о формировании механизмов, позволяющих снизить давление бюрократии на малый бизнес. В мировой практике при решении этой задачи используется такой подход, как *дебюрократизация*. В рамках этого подхода инновационной мерой для преодоления бюрократических барьеров может стать привязка заработной платы чиновников к результатам деятельности малого и среднего бизнеса на подведомственной им территории. В этом случае может пригодиться опыт *Сингапура*, где на каждом территориальном участке есть свой «мини-ВВП».

В случае роста показателя – зарплата чиновников растёт, если падает, то соответственно зарплата снижается.

В 2012 г. Россия вступила во Всемирную Торговую Организацию. Отечественным предпринимателям предстоит участвовать в создании общего делового климата: осваивать новые правила игры; включаться в глобальный мировой процесс, в том числе по освоению единой практики правоприменения; противостоять постоянно растущей конкуренции. Что касается конкуренции, то в России этот процесс идёт полным ходом, принимает различные формы, одна из которых – развитие сетевого ритейла и, как следствие, усиливающееся давление олигопольных супермаркетов на малый и средний бизнес.

Западный опыт свидетельствует, что для успешной конкурентной борьбы существуют инструменты стратегического планирования и оценки внешних рисков, но российские предприниматели владеют ими слабо. Речь идет, в частности, о таких, пока не освоенных направлениях практического предпринимательства, как репрофилирование бизнеса, конкурентная разведка, развитие фирменной розничной торговли (сельскохозяйственной продукцией, текстилем и др.), продвижение на региональном и местном уровне перспективных бизнес-идей (через специальные издания и ТВ), укрепление репутации малого предпринимательства (в том числе через усиление торговых марок и брендов).

Все эти направления объединены одним ёмким понятием «*маркетинг*». Рассуждая о его роли в малом бизнесе, можно сравнить предпринимателей с композиторами: и те, и другие начинают с «навязчивой идеи». Для её реализации крупный бизнес «сочиняет классическую музыку» (составляет бизнес-планы и планы маркетинга, обеспечивает координацию служб и т.д.). Малый бизнес обычно «создаёт джазовые композиции» (понимая и принимая маркетинговое планирование, сохраняет способность к импровизации). Важно, что импровизации приветствуются по всем направлениям (приобретение знаний, укрепление партнёрских отношений, продвижение

бизнес-идей, консультационная помощь, информационное обслуживание и т.п.), поскольку всячески поддерживаются государством.

Большинство банкротств малых предприятий объясняется отнюдь не недостатком средств, а нехваткой знаний, компетентности и опыта. Поэтому большое значение, сопоставимое, пожалуй, только с финансовой поддержкой, придается на Западе государственным программам, нацеленным на повышение *управленческой квалификации предпринимателей*.

В *Великобритании*, например, за подготовку кадров для малых предприятий на национальном уровне отвечает общественная организация – Комиссия по рабочей силе, оказывающая поддержку руководителям малого бизнеса. Ряд образовательных программ на местном уровне реализуется учебными заведениями, торгово-промышленными палатами и ассоциациями малого бизнеса. Консультационная помощь оказывается также через местные органы власти (например, телефонные консультации можно получить в любое время суток).

В *Германии* обучение, консультирование осуществляются в основном через торгово-промышленные палаты, которые имеются во всех районах, областях, дистриктах, департаментах и провинциях и финансируются за счет членских взносов и доходов от платных учебных курсов. К предпринимательской деятельности здесь стараются приобщать как можно раньше: для старшеклассников создаются мини-предприятия, а студентам читаются специальные курсы, посвященные управлению малыми фирмами.

Государственная информационная служба CSMEО в *Китае* предоставляет услуги населению и предпринимателям по информационному консультированию в вопросах малого и среднего предпринимательства через свой Интернет-сайт. Сеть CSMEО охватывает все регионы Китая, что дает возможность своевременно информировать жителей о состоянии рынка труда, изменениях действующего законодательства, последних достижениях в области науки и технологий, а также о развитии и состоянии субъектов малого и среднего предпринимательства.

Таким образом, информация и знания остаются основным ресурсом предпринимательства. И одной из задач государства должно стать институциональное оформление приоритета интеллектуальной составляющей в развитии малого предпринимательства, генерирующей новые знания и активно развивающей творческие способности человека.

ЛИТЕРАТУРА

1. Мильнер Б.З., Орлова Т.М. Малый бизнес: проблемы организации и управления // Проблемы теории и практики управления. – 2013г. – № 4.
2. Интервью главы Объединения предпринимателей «ОПОРА России» А. Бречалова «РБК daily» // <http://www.rbcdaily.ru/economy/562949986360400>
3. Тезисы выступления директора Департамента развития малого и среднего предпринимательства Минэкономразвития А.В. Шарова на втором ежегодном деловом форуме «Развитие малого и среднего бизнеса». Электронный ресурс:
<http://www.economy.gov.ru/minec/aktivity/sections/smallBussines>.
4. Фрумкин К. Институты развития берут количеством // Финансы, № 26, 19-25 июля 2010 г.
5. Ускова О. Пять лет инновационного развития России // Известия, 22 ноября 2012 г.
6. Мильнер Б. З., Орлова Т.М. Организация создания инноваций: горизонтальные связи и управление: Монография. – М.: ИНФРА-М, 2013.
7. Александрин Ю.Н. Инновационная модель развития малого предпринимательства // Проблемы современной экономики. – 2010. – № 2 (34).
8. Доклад Российского банка поддержки малого и среднего предпринимательства «Финансовая составляющая и ожидания малого и среднего бизнеса в 2012г.» // http://www.mspbank.ru/files/analytica_center/analytica_reports/polls/broshura_ac2.pdf

9. *Porter M.* What is strategy? //Harvard Business Review, Nov.-Dec. 1996.
10. *Чесбро Г.* Открытые бизнес-модели. IP-менеджмент. – М.: Поколение, 2008.
11. *Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями / Под ред. Б.З. Мильнера.* – М.: ИНФРА-М, 2009.
12. *Янсен Ф.* Эпоха инноваций/ Пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 2002.