Отчет по комплексному исследованию состояния и тенденций развития малого и среднего предпринимательства на территории города Омска, подготовка аналитических материалов и научно обоснованных рекомендаций для разработки мер, обеспечивающих устойчивое, динамичное развитие малого и среднего предпринимательства города Омска в 2012 году

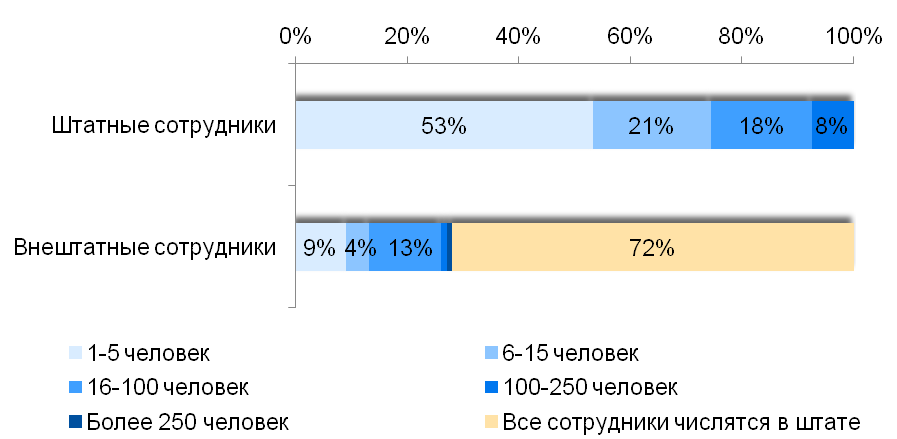
Омск – 2012

# Результаты анкетирования СМСП и анализ полученных данных

## 1. Анализ кадрового потенциала субъектов малого и среднего предпринимательства

Важным показателем является среднесписочная численность работников, которая включает в себя всех работников предприятия, имеющих с ним трудовые отношения, зафиксированные трудовым договором. Кроме того, на предприятии могут трудиться и внештатные сотрудники, работающие по договорам оказания услуг или другим договорам гражданско-правового характера.

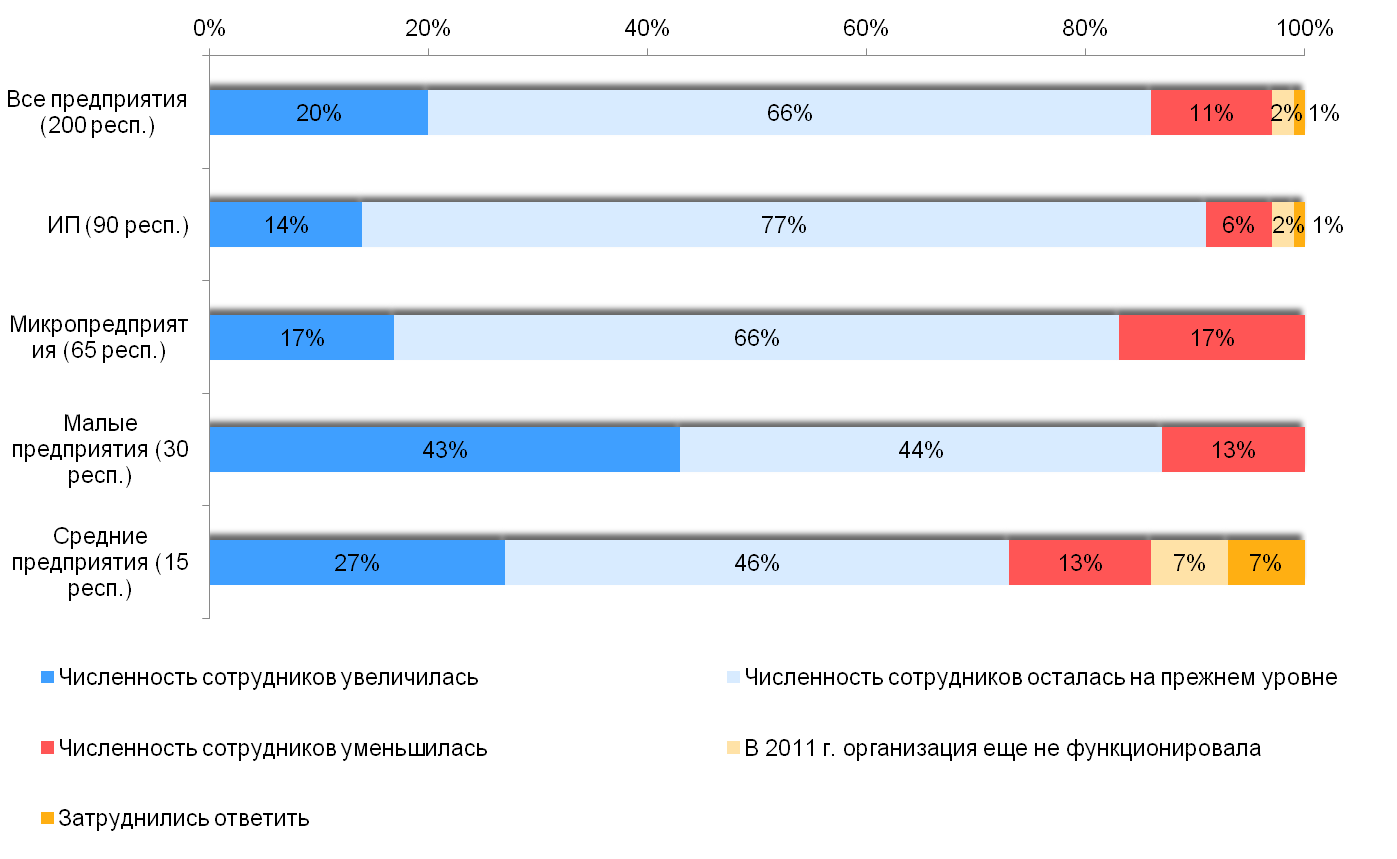
В общей сложности, среди всех опрошенных субъектов малого и среднего бизнеса наиболее распространена численность штатных сотрудников 1-5 человек (53%). Предприятий с численностью сотрудников 6-15 и 16-100 человек примерно поровну (22% и 18% соответственно), а меньше всего компаний, в штате которых занято 100-250 сотрудников (8%). В большинстве компаний (72%) внештатные сотрудники отсутствуют в принципе (см. рис. 1.1).

******

*Рис. 1.1. Численность штатных и внештатных сотрудников малых и средних предприятий г. Омска (200 респ.)[[1]](#footnote-1)*

Количество штатных сотрудников средних предприятий находится в пределах 100-250 человек, малых – 16-100 человек, что является одним из критериев отнесения к данным типам предприятий. К микропредприятиям принято относить организации, в которых занято 1-15 человек, но большинство изученных микропредприятий имеет численность штатных сотрудников от 6-15 человек (57%). Численность сотрудников 1-5 человек чаще всего встречается у ИП (86%). Однако следует отметить, что 7% индивидуальных предпринимателей имеет 6-15 сотрудников, а 7% – 16-100 сотрудников.

Число компаний, расширивших штат в 2012 г., превышает число сокративших (21% и 11% соответственно; см. рис. 1.2).



*Рис. 1.2. Изменение общей численности сотрудников малых и средних предприятий г. Омска в 2012 г. по сравнению с 2011 г.*

Что касается оплаты труда, то основная часть сотрудников опрошенных предприятий получают заработную плату в пределах 10-15 тысяч рублей в месяц (38%). Достаточно высокой также является доля предприятий с заработной платой от 5-10 тысяч рублей (26%). Заработную плату менее 5 тысяч рублей, то есть ниже прожиточного минимума, получают 5% сотрудников СМСП нашего города.

*Таблица 1.1*

*Уровень среднемесячной заработной платы штатных сотрудников малых и средних предприятий г. Омска в зависимости от типа предприятия*

| **Уровень среднемесячной заработной платы** | **Все предприятия (200 респ.)** | **ИП (90 респ.)** | **Микро предприятия  (65 респ.)** | **Малые предприятия (30 респ.)** | **Средние предприятия (15 респ.)** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| До 5 тыс. рублей | 5% | 10% | 2% | 0% | 0% |
| От 5 тыс. рублей, но менее 10 тыс. рублей | 26% | 30% | 30% | 17% | 7% |
| От 10 тыс. рублей, но менее 15 тыс. рублей | 38% | 35% | 40% | 33% | 66% |
| От 15 тыс. рублей, но менее 20 тыс. рублей | 18% | 12% | 20% | 37% | 7% |
| От 20 тыс. рублей, но менее 25 тыс. рублей | 3% | 3% | 3% | 0% | 7% |
| От 25 тыс. рублей и выше | 2% | 0% | 0% | 3% | 13% |
| Затруднились ответить | 8% | 10% | 5% | 10% | 0% |

Стоит отметить, что по данным Росстата, среднемесячная начисленная заработная плата в регионе в январе-апреле 2012 г. составила 19960 рублей[[2]](#footnote-2). При этом, по результатам опроса, оплата труда более 15 тысяч рублей характерна лишь для 23% субъектов малого и среднего бизнеса.

Наиболее низкий уровень заработной платы характерен для ИП и микропредприятий, 75% и 72% сотрудников которых получают заработную плату менее 15 тысяч рублей. В целом, с увеличением размера предприятия растет и средняя заработная плата. Среди малых и средних предприятий, ни один субъект не выплачивает заработную плату менее 5 тысяч рублей.

Анализ уровня заработных плат в зависимости от отрасли показал, что на предприятиях, занятых в сфере торговли и услуг, оплата труда в среднем ниже, чем на предприятиях обрабатывающей и строительной сферы.

Полученные результаты отражают сложившееся на сегодняшний день отраслевое распределение доходов в г. Омске, а именно в сферах торговли, здравоохранения, гостиничном и ресторанном бизнесах. По данным Росстата, среднемесячная номинальная начисленная заработная плата в 2011 г. составила[[3]](#footnote-3):

* гостиницы и рестораны – 12678,4 рублей;
* образование – 13483,4 рублей;
* предоставление коммунальных, социальных и персональных услуг – 16985,9 рублей;
* строительство – 25955,4 рублей;
* добыча полезных ископаемых – 46116,2 рублей;
* обрабатывающие производства – 18909,5 рублей.

В целом, по всем субъектам малого и среднего предпринимательства в 2012 г. наблюдалась либо стабильность уровня заработной платы (45%), либо ее увеличение.

Наибольшая доля респондентов, увеличивших заработную плату в этом году, отмечается на малых предприятиях – 67%.

Таким образом, можно говорить о положительной динамике заработной платы во всех группах СМСП, с опережающим ростом заработной платы на малых предприятиях. Из данного тренда выбиваются индивидуальные предприниматели, где доля компаний, в которых уровень оплаты труда сократился (25%), превысила среднее значение по всем предприятиям (13%).

На будущий год прогнозы относительно уровня оплаты труда, в целом, позитивные: рост заработных плат ожидается на 46% предприятий, 32% компаний говорят о стабильности, и только 7% собственников ожидают снижение зарплат. Наиболее благоприятные прогнозы отмечаются среди собственников малых и средних предприятий, которые исключают возможность снижения уровня оплаты труда.

Эффективность кадров, а значит и эффективность вложений в увеличение оплаты труда зачастую зависит от показателя уровня технической оснащенности трудовых процессов. Учитывая централизованную политику модернизации экономики и производства, поощряемую Правительством РФ, целесообразно оценить оснащенность предприятий малого и среднего бизнеса современной компьютерной техникой (см. рис. 1.3).



*Рис. 1.3. Степень оснащенности малых и средних предприятий г. Омска компьютерами (200 респ.)*

Оснащенность компьютерами с выходом в Интернет среди опрошенных предприятий достаточно низкая: лишь треть всех предприятий можно отнести к группе компаний, высоко оснащенных компьютерной техникой. Стоит отметить, что компании с отсутствием доступа к рабочему компьютеру представлены, главным образом, среди СМСП таких сфер, как торговля и услуги, где потребность в наличии у сотрудников компьютеров традиционно ниже.

Другим показателем, характеризующим кадровую эффективность предприятий[[4]](#footnote-4), является показатель достаточности кадров по различным категориям работников. Наибольший дефицит кадров наблюдается по квалифицированным рабочим, для деятельности которых зачастую необходимы узкоспециализированные образование и профессиональные навыки. Закономерно, что именно программы обучения квалифицированных рабочих востребованы в большинстве предприятий, планирующих обучение персонала в 2012 г.

Стоит подчеркнуть, что описанная проблема является общероссийской. В частности, по данным исследования деловой активности организаций в России, проведенного Росстатом в марте 2012 г., нехватка квалифицированных рабочих заняла первое место в ряду проблем, мешающих развитию промышленности, «отодвинув» даже коррупцию и административные барьеры[[5]](#footnote-5).

С проблемой нехватки кадров тесно связан вопрос профессионального обучения сотрудников (см. рис. 1.4).



*Рис. 1.4. Наличие профессионального обучения для сотрудников на малых и средних предприятиях г. Омска (200 респ.)*

По результатам опроса, более чем на половине предприятий периодически проводится обучение сотрудников, но лишь 25% планируют профессиональное обучение в текущем году. Источники финансирования обучения различны, однако большинство компаний полностью оплачивает обучение своих сотрудников (58%).

Частично оплачивают обучение 19% предприятий, а в 18% случаев сотрудники оплачивают обучение самостоятельно. Только 3% организаций для оплаты образования используют гранты и иные формы поддержки.

По результатам исследования 46% собственников предприятий планируют обучение специалистов, 25% - руководителей и только 4% заинтересованы в дополнительном образовании неквалифицированных рабочих.

**Основные выводы по разделу:**

1. Имеет место тенденция к увеличению штата сотрудников малых и средних предприятий г. Омска, причем собственники бизнеса прогнозируют сохранении данной тенденции в ближайшем будущем.
2. В целом, среди сотрудников малых и средних предприятий наблюдается рост заработной платы, однако в торговле и сфере услуг уровень оплаты труда остается существенно ниже среднего значения по городу.
3. Серьезной проблемой является дефицит квалифицированных рабочих. Данная проблема носит комплексный характер и актуально не только для г. Омска, но для России в целом.
4. На большинстве предприятий сформирована практика профессионального обучения сотрудников, однако она носит несистемный, нерегулярный характер.

## 2. Основные экономические показатели деятельности СМСП

Анализ географии деятельности показал, что опыт межрегионального и международного сотрудничества имеют лишь порядка 22% СМСП. Основная часть предприятий работает только на рынке г. Омска, причем 9% компаний поставляют свои товары и/или услуги за рубеж. При этом наблюдается выраженная отраслевая специфика (см. табл. 2.1).

*Таблица 2.1*

*География деятельности малых и средних предприятий г. Омска в зависимости от отрасли*

| **Темпы роста спроса на основные товары и услуги организации в 2012 г.** | **По всем отраслям (200 респ.)** | **Строительная сфера (31 респ.)** | **Промышленность (обрабатывающее производство) (37 респ.)** | **Услуги (45 респ.)** | **Оптовая и розничная торговля (49 респ.)** | **Остальные сферы (38 респ.)** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Мы поставляем свои услуги/товары на рынок г. Омска | 57% | 52% | 40% | 55% | 76% | 58% |
| Мы поставляем свои услуги/товары по Омской области в целом | 23% | 35% | 19% | 29% | 12% | 21% |
| Мы поставляем свои услуги/товары по всей России | 13% | 10% | 27% | 7% | 8% | 13% |
| Мы поставляем свои услуги/товары как по России, так и в ближнее зарубежье | 3% | 3% | 11% | 2% | 2% | 0% |
| Мы поставляем свои услуги/товары как по России, так и в ближнее, и в дальнее зарубежье | 3% | 0% | 3% | 7% | 2% | 5% |
| Мы поставляем свои услуги/товары только за рубеж | 1% | 0% | 0% | 0% | 0% | 3% |

Для предприятий обрабатывающей промышленности характерна более широкая география деятельности: 41% таких компаний реализуют свои товары и/или услуги по всей России, а 14% также в ближнем и дальнем зарубежье. Напротив, в, оптовой и розничной торговле, строительстве и сфере услуг преобладают компании, оперирующие исключительно на рынке Омска и Омской области (88%, 87% и 85% соответственно).

На деятельность предприятий существенное влияние оказывают объемы инвестиций в основной капитал (см. табл. 2.2).

*Таблица 2.2*

*Объемы инвестиций в основной капитал малых и средних предприятий г. Омска в 2012 г. в зависимости от типа предприятия*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Объем инвестиций** | **Все предприятия (200 респ.)** | **ИП (90 респ.)** | **Микропредприятия  (65 респ.)** | **Малые предприятия (30 респ.)** | **Средние предприятия (15 респ.)** |
| Инвестиций нет | 69% | 77% | 65% | 56% | 60% |
| До 500 тыс. рублей | 14% | 17% | 21% | 0% | 0% |
| От 500 тыс. рублей, но до 1 млн. рублей | 5% | 4% | 5% | 7% | 7% |
| От 1 млн. рублей, но до 5 млн. рублей | 4% | 1% | 0% | 17% | 13% |
| От 5 млн. рублей, но до 10 млн. рублей | 1% | 0% | 0% | 7% | 0% |
| Затруднились ответить | 7% | 1% | 9% | 13% | 20% |

Инвестиции в основной капитал в текущем 2012 г. осуществляют лишь четверть предприятий, причем объём инвестиций зависит от размера предприятия. Для ИП и микропредприятий характерны инвестиции до 1 млн. рублей (17% и 21% соответственно), в то время как объем инвестиций свыше 1 млн. рублей чаще встречается среди малых и средних предприятий.

В российских инвестиционных рейтингах Омская область занимает в Сибирском федеральном округе одно из первых мест как регион с наименьшим инвестиционным риском (хотя по сравнению с другими регионами страны он и оценивается как умеренный)[[6]](#footnote-6). Тем не менее, потенциал Омской области можно охарактеризовать как пониженный, поэтому общий рейтинг инвестиционной привлекательности остается невысоким. Таким образом, инвестиции направлены, скорее, на обновление основных фондов предприятий и расширение производства, а не на инновационную активность, для которой необходимы большие вложения.

Для малых и средних предприятий характерны более высокие объемы выручки: лишь 10% и 13% организаций данных двух типов соответственно по итогам 2011 г. имели выручку менее 1 млн. рублей, а почти треть из них заработали свыше 10 млн. рублей.

Большая часть опрошенных представителей предприятий указывают на положительные изменения выручки в 2012 году по сравнению с 2011 годом: 38% прогнозируют рост выручки и 38% же - сохранение ее на прежнем уровне. Наиболее положительно изменения оценивают руководители малых и средних предприятий.

Доля оптимистичных прогнозов относительно изменения выручки в 2013 г. еще выше: 41% представителей СМСП ожидают увеличения выручки, а 27% - ее стабильность. Как и в случае с прогнозом на конец 2012 г., наиболее оптимистичные оценки наблюдаются среди малых и средних предприятий.

Положительные оценки изменения прибыли соотносятся с аналогичными позитивными оценками спроса на товары и услуги предприятий. 26% представителей СМСП указывают на значительное увеличение спроса в 2012 г. по сравнению с 2011 г., 42% считают, что спрос не изменился, а 28% отмечают тенденцию к его снижению.

**Основные выводы по разделу:**

1. Наблюдается низкий объем инвестиций в основной капитал СМСП г. Омска, что может быть связано как с проблемой низкой инвестиционной привлекательности региона в целом, так и с нехваткой у представителей бизнеса свободных денежных средств для инвестирования в основные фонды предприятий.
2. Малые и средние предприятия города неравномерно вовлечены в международную и межрегиональную торговлю. Это, скорее всего, связано, с недостатком свободных денежных средств, которые необходимы для продвижения компаний на новые рынки, а также с низкой информированностью о возможных стратегиях регионализации и интернационализации[[7]](#footnote-7), ограниченным числом деловых связей за пределами региона. Кроме того, причиной может являться высокая конкуренция со стороны других компаний.
3. Большинство представителей СМСП оптимистично оценивают изменение спроса на свои товары и/или услуги и, как следствие, своей выручки в ближайшем будущем. Снижение спроса в 2012 г. наблюдается в оценках, главным образом, представителей оптовой и розничной торговли. Среди вероятных причин могут быть как снижение потребительского спроса на отдельные категории товаров и услуг, так и продолжающаяся экспансия федеральных торговых сетей на омский рынок.

## 3. Оценка общего развития отрасли

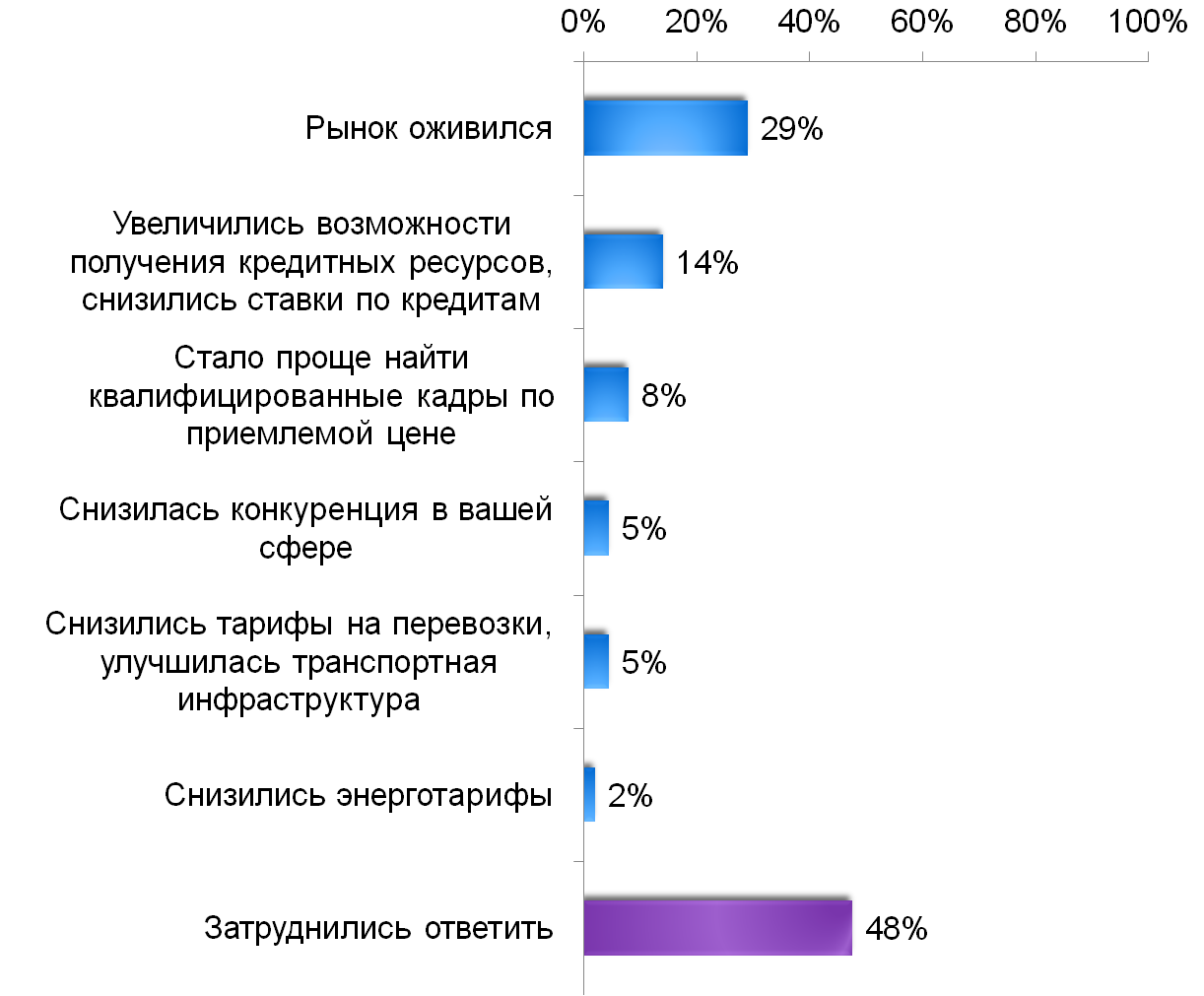
Текущую экономическую ситуацию в стране и в городе нельзя оценить однозначно. С одной стороны, реальная среднемесячная заработная плата в Омской области за январь-апрель 2012 г. по отношению к аналогичному периоду прошлого года увеличилась на 12,6%, что должно было положительно сказаться, прежде всего, на сфере услуг и розничной торговли, традиционно представляемых преимущественно малым и средним бизнесом. По данным Росстата, объем платных услуг населению за январь-апрель 2011 г. по отношению к аналогичному периоду прошлого года в Омской области вырос на 3,6%; оборот общественного питания – на 6,4%; оборот розничной торговли – на 14,1%. По данным рейтингового агентства «Эксперт РА», доля населения с доходами ниже прожиточного минимума уменьшилась с 14,5% на конец 2010 года до 14% на конец сентября 2011 года[[8]](#footnote-8).

Более того, как отмечают эксперты НИУ ВШЭ, наблюдается изменение целевых ориентиров потребителей – от создания «подушки безопасности» для минимизации потерь при разных форс-мажорных обстоятельствах до более активного приобретения товаров и услуг[[9]](#footnote-9). Этот тезис подтверждается и сокращением доли сбережений в общем объеме доходов населения. Таким образом, можно сделать вывод о постепенном росте потребительского спроса в Омской области, что создает позитивную среду для развития малого и среднего бизнеса.

С другой стороны, некоторые показатели и индикаторы вызывают определенные опасения у специалистов. Так, темпы инфляции в России за апрель-май 2012 г. выросли с 0,3% до 0,5%. В целом уровень инфляции составил 2,3% с начала года. В Омской области прирост цен за месяц оказался несколько выше (0,6%) и также превысил аналогичный показатель апреля (0,3%)[[10]](#footnote-10). Также в мае наблюдалось резкое ослабление российской валюты. В номинальном выражении курс доллара вырос за месяц примерно на 3,5 рубля (11%), впервые с октября 2011 года превысив отметку 32,5 рубля. Существует определенный риск, что ослабление рубля может ускорить инфляцию, хотя это ускорение и проявится несколько позже[[11]](#footnote-11).

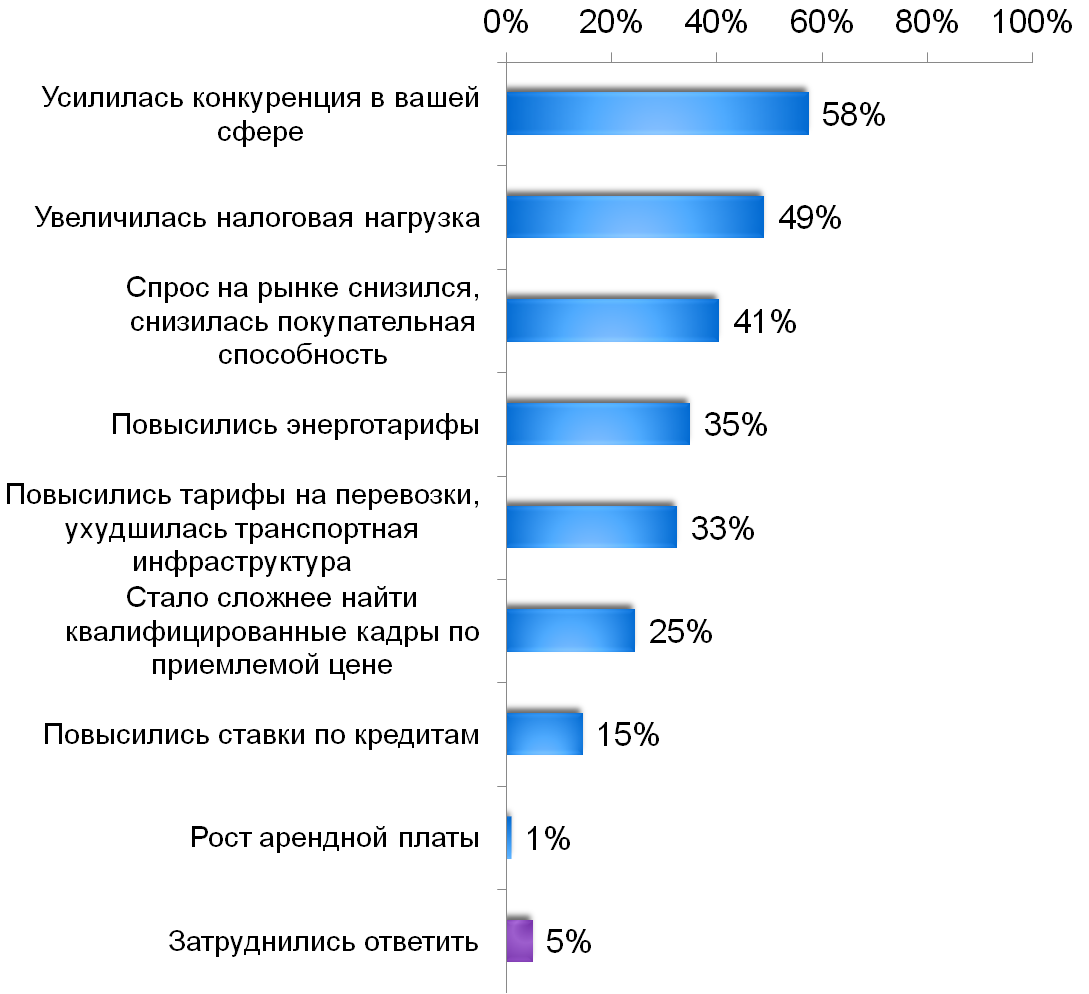
В ходе изучения значимости факторов внешней среды, выбор положительных факторов вызвал затруднение почти у половины (48%) опрошенных, в то время как при ответе на вопрос об отрицательных тенденциях рынка затруднились ответить лишь 5% респондентов. Это свидетельствует о более выраженном негативном восприятии условий местной бизнес-среды участниками рынка.

Среди основных положительных факторов среды большинство опрошенных указали оживление рынка (29%), что соотносится с положительными оценками динамики спроса (см. рис. 3.1). Вторым по популярности фактором оказался рост доступности кредитов (14%).



*Рис. 3.1. Основные положительные факторы, оказавшие воздействие на результаты деятельности малых и средних предприятий г. Омска в 2012 г. (200 респ.)*

С учетом погрешности исследования сложно выявить проблемы, которые в большей степени характерны для предприятий, однако в ходе опроса респонденты чаще всего указывали усиление конкуренции (58%), усиление налогового бремени (49%) и снижение спроса (41%; см. рис. 3.2).



*Рис. 3.2. Основные отрицательные факторы, оказавшие воздействие на результаты деятельности малых и средних предприятий г. Омска в 2012 г. (200 респ.)*

Анализ результатов опроса показал, что некоторые отрицательные и положительные факторы, указанные респондентами, вступают в противоречие. Например, 41% опрошенных указали снижение спроса в их отрасли, а 29% отметили, наоборот, оживление рынка. При этом оценки изменения спроса в отрасли (см. рис. 3.1) также были, в большей степени, положительными. Разница в уровне восприятия может быть связана с тем, что респонденты по-разному оценивают состояние и перспективы развития экономики страны в целом и положение собственного предприятия в условиях текущего состояния отрасли.

Примечательно также и то, что 14% респондентов указали на повышение доступности кредитных ресурсов, а 15%, наоборот, - на рост ставок по кредитам. Это свидетельствует о неравномерности доступа к кредитным ресурсам для всех предприятий, а также о низком уровне информированности о программах льготного кредитования для СМСП.

Стоит отметить, что критическая оценка предпринимателей деловой среды соотносится с тем, что в мае 2012 года индекс омского делового климата уменьшился и составил 46%[[12]](#footnote-12). Федеральный аналог – Индекс общей деловой активности ИМС PMI HSBC для России – установился на уровне 55%, хотя год назад он был немного выше – 57%.

В целом по стране также наблюдается недовольство предпринимателей существующими условиями для развития бизнеса.

Всероссийское исследование Фонда Общественного Мнения показало, что 63% предпринимателей оценивают условия для развития малого бизнеса в их регионе как неблагоприятные, причем доля недовольных выше, чем среди населения в целом (40%)[[13]](#footnote-13).

Дополнительная оценка представителями организаций г. Омска стоящих перед ними проблем подтвердила вывод, сделанный ранее: наиболее серьезными препятствиями для развития малого и среднего бизнеса являются высокий уровень конкуренции, высокие налоговые ставки и низкая покупательная способность населения (последнее наиболее актуально для сферы торговли).

В конце мая 2012 г. деловой журнал Forbes опубликовал свой уже традиционный рейтинг «30 лучших городов для бизнеса»[[14]](#footnote-14). Омск получил общую оценку в 0,64 балла и оказался на двадцать первом месте, а в первую десятку попали Сочи, Уфа, Челябинск, Тюмень, Нижний Новгород, Екатеринбург, Махачкала, Казань, Улан-Удэ и Краснодар. В этом году составители рейтинга впервые учли и две столицы, но на позиции Омска это нововведение никак не отразилось, Москва и Санкт-Петербург оказались, по версии Forbes, в самом хвосте лучшей «тридцатки», на 27-м и 29-м местах соответственно. В лидерах, как подчеркивает редакция, – города с наименьшим административным давлением, толерантными к бизнесу налоговыми чиновниками и доступными финансами.

Однако по такому показателю, как инфраструктура для бизнеса, Омск получил 0,86 балла, и это лучший показатель среди всех городов, попавших в «тридцатку». Сопоставимо высокий балл только у Улан-Удэ – 0,85 баллов.

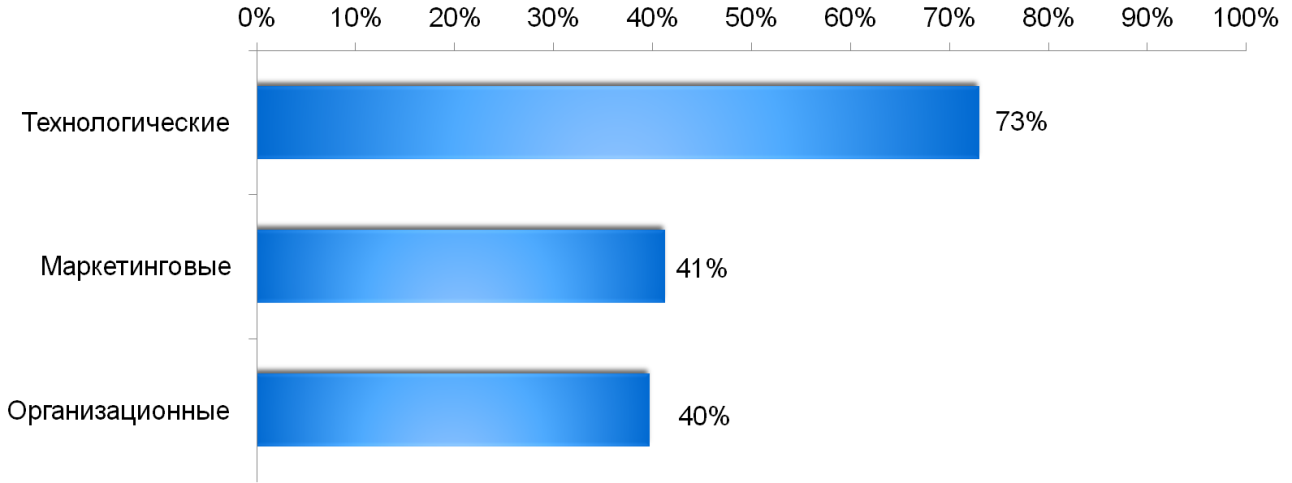
**Основные выводы по разделу:**

1. В силу разницы в восприятии, существенно различаются оценки респондентами состояния отрасли в целом и деятельности их предприятия. Факторы, непосредственно касающиеся условий предпринимательской деятельности, оцениваются ими, в целом, более негативно.
2. Некоторые противоречия в оценке факторов внешней среды говорят о неравноценности условий для всех представителей малого и среднего бизнеса г. Омска. Например, согласно проведенному опросу, 14% респондентов отмечают снижение ставок по кредитам и упрощение самой процедуры получения заемных средств. С другой стороны, 15% опрошенных говорят о диаметрально противоположной ситуации. Среди других факторов бизнес-среды, в отношении которых мнения разделились, - энерготарифы и доступность квалифицированных кадров.
3. Наиболее серьезными препятствиями для развития малого и среднего бизнеса, по оценкам опрошенных представителей СМСП, являются высокий уровень конкуренции, высокие налоговые ставки и низкая покупательная способность населения (последнее наиболее актуально для сферы торговли).

## 4. Инновации

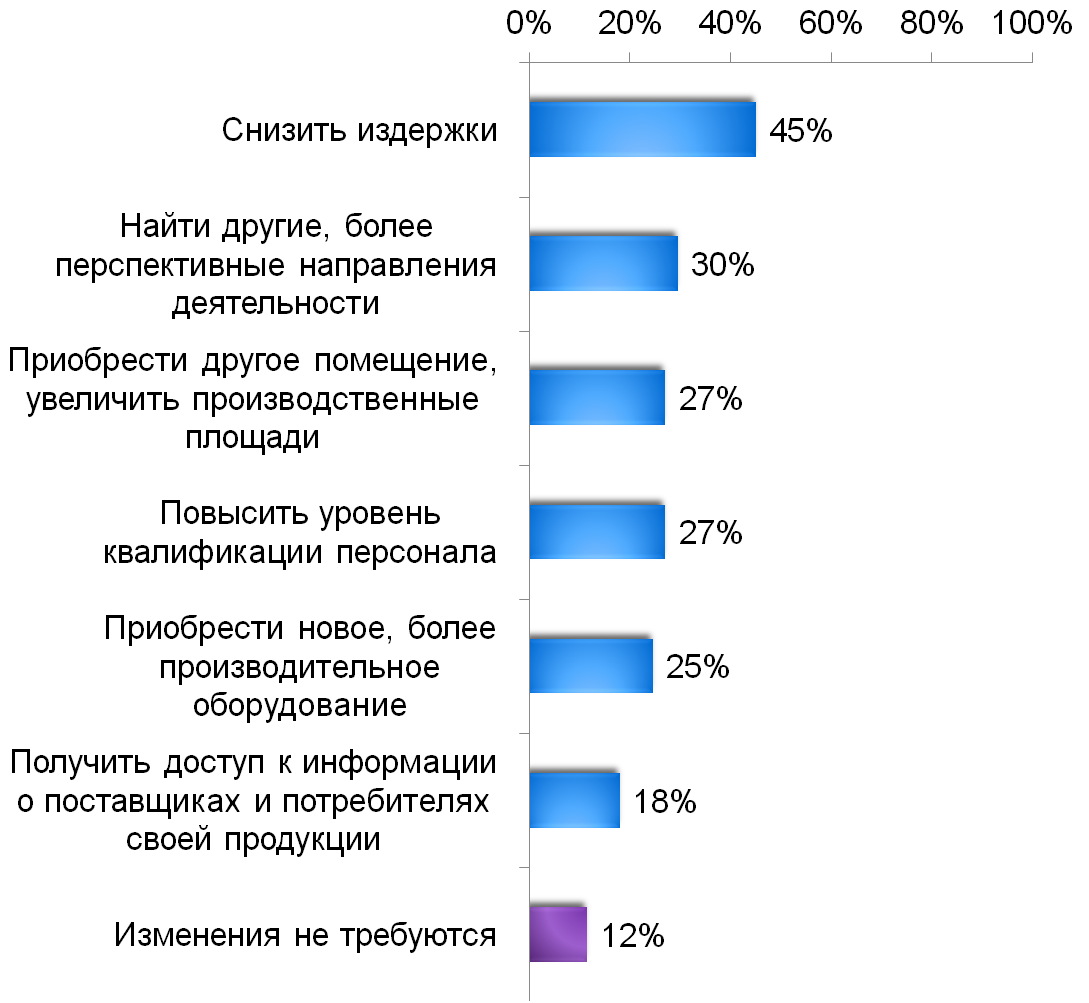
Среди опрошенных представителей малого и среднего бизнеса достаточно высока доля предприятий, на которых в текущем году внедрялись какие-либо инновации (31%). По данным Росстата, в регионе не более 10% компаний, занимающихся инновационной активностью[[15]](#footnote-15).

На большинстве предприятий в текущем году внедрялись технологические инновации (73%). Маркетинговые и организационные инновации применялись примерно в равной степени (41% и 40% компаний соответственно; см. рис. 4.1). Ряд экспертов подчеркивает, что для отечественных предприятий реального сектора экономики в целом характерна низкая доля тех, кто внедряет маркетинговые и организационные инновации. Однако на определенных этапах развития компании именно данные типы инноваций могут приобретать ключевое значение, недооценка которого способна свести на нет многосложные усилия по внедрению технико-технологических нововведений.



*Рис. 4.1. Типы инноваций, которые внедрялись в 2012 г. на малых и средних предприятиях г. Омска (63 респ.)*

Изучение потребностей представителей СМСП в области инноваций показало, что относительное большинство предпринимателей (45%) отмечают необходимость снижения издержек (см. рис. 4.2).



*Рис. 4.2. Желаемые изменения в работе малых и средних предприятий г. Омска с точки зрения их собственников (200 респ.)*

Это говорит о преобладании в среде омских предпринимателей концепции совершенствования производства, которая считается наименее прогрессивной, и исходит из того, что потребители будут благожелательны к товарам, которые широко распространены и доступны по ценам. Следовательно, одной из основных задач, которые должны быть поставлены перед предприятиями, должны являться совершенствование производства и повышение эффективности системы товарораспределения.

Особую актуальность данный вывод приобретает с учетом того, что общая тенденция развития маркетинга – это перенос акцента с производства и товара на коммерческие усилия, на потребителя, а также все большая ориентация на проблемы потребителя и социальной этичности.

**Основные выводы по разделу:**

1. Среди изученных СМСП высока доля предприятий, на которых в 2012 г. внедрялись какие-либо инновации. Это свидетельствует о формировании инновационного климата в регионе, что является необходимым условием последующего развития экономики.
2. Большинство инноваций, которые внедрялись на малых и средних предприятий в 2012 г., относятся к технологическим. Распространенность маркетинговых и организационных инноваций оказалась почти в 2 раза ниже. В частности, это объясняется тем, что одним из желаемых изменений для большинства СМСП является снижение издержек. Таким образом, в среде омских предпринимателей преобладает концепция совершенствования производства в противовес более прогрессивной ориентации на проблемы потребителя и социальной этичности.

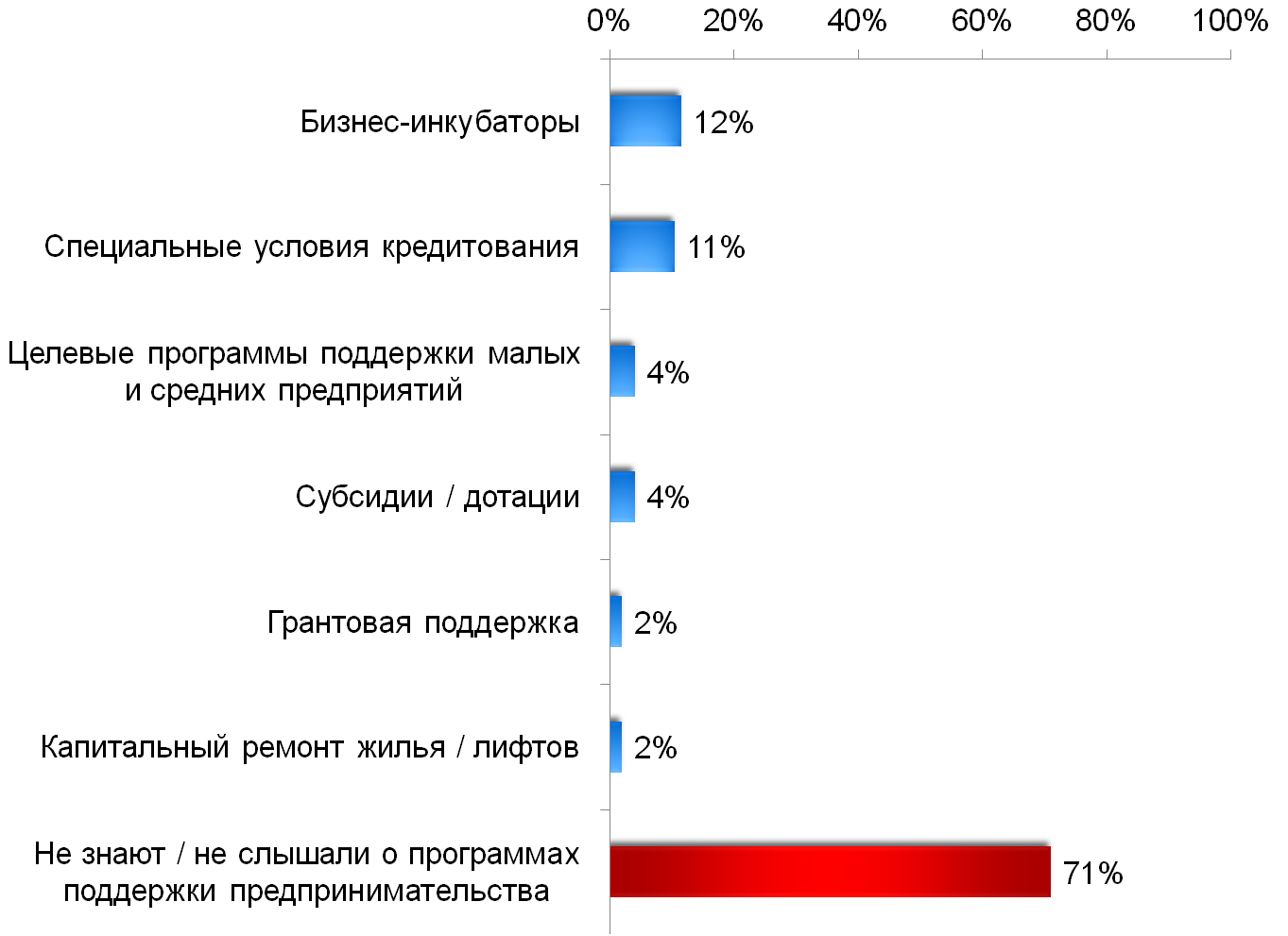
## 5. Программы поддержки СМСП

За последние годы в г. Омске был сделан очень серьезный рывок в поддержке малого и среднего бизнеса. На территории города на 2012 год реализуется целый комплекс мер, направленных на поддержку и развитие малого и среднего бизнеса, в том числе и долгосрочная целевая программа города Омска Омской области продуктивно «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства города Омска на 2010 – 2015 годы»[[16]](#footnote-16).

Кроме того, сегодня в Омской области продуктивно работает БУ Омской области «Омский региональный бизнес-инкубатор», который привлек очень много новых бизнес-идей. Сейчас это площадка, где начинающий предприниматель может проконсультироваться по вопросам открытия собственного дела. На базе бизнес-инкубатора проходят семинары и мастер-классы, деловые встречи для действующих предпринимателей по актуальной тематике.

Успешно развивается Омский региональный фонд поддержки и развития малого предпринимательства, который выступает надежным гарантом по отношению к крупным кредитным организациям для малого и среднего бизнеса.

Однако исследование показало, что почти никто из опрошенных предпринимателей не может указать названия конкретных программ поддержки малого и среднего бизнеса. Большинство зафиксированных ответов являлись, скорее, мерами такой поддержки, нежели программами. При этом 7 из 10 опрошенных не смогли дать ответа на вопрос. Это говорит о крайне низком уровне осведомленности представителей бизнеса о программах поддержки СМСП в регионе (см. рис. 5.1).



*Рис. 5.1. Известность различных программ и мер поддержки предпринимательства в г. Омске среди собственников малых и средних предприятий (200 респ.)*

Наибольшей спонтанной известностью, по результатам опроса, обладают бизнес-инкубаторы, особые организации, решающие задачи поддержки малых предприятий, но только 12% представителей предприятий знают об их существовании. 11% респондентов упомянули специальные условия кредитования (упрощенная процедура получения кредита, сниженные проценты, льготный период и т.д.). Среди других ответов упоминались целевые программы поддержки СМСП в целом, субсидии и дотации, грантовая поддержка и содействие в капитальном ремонте.

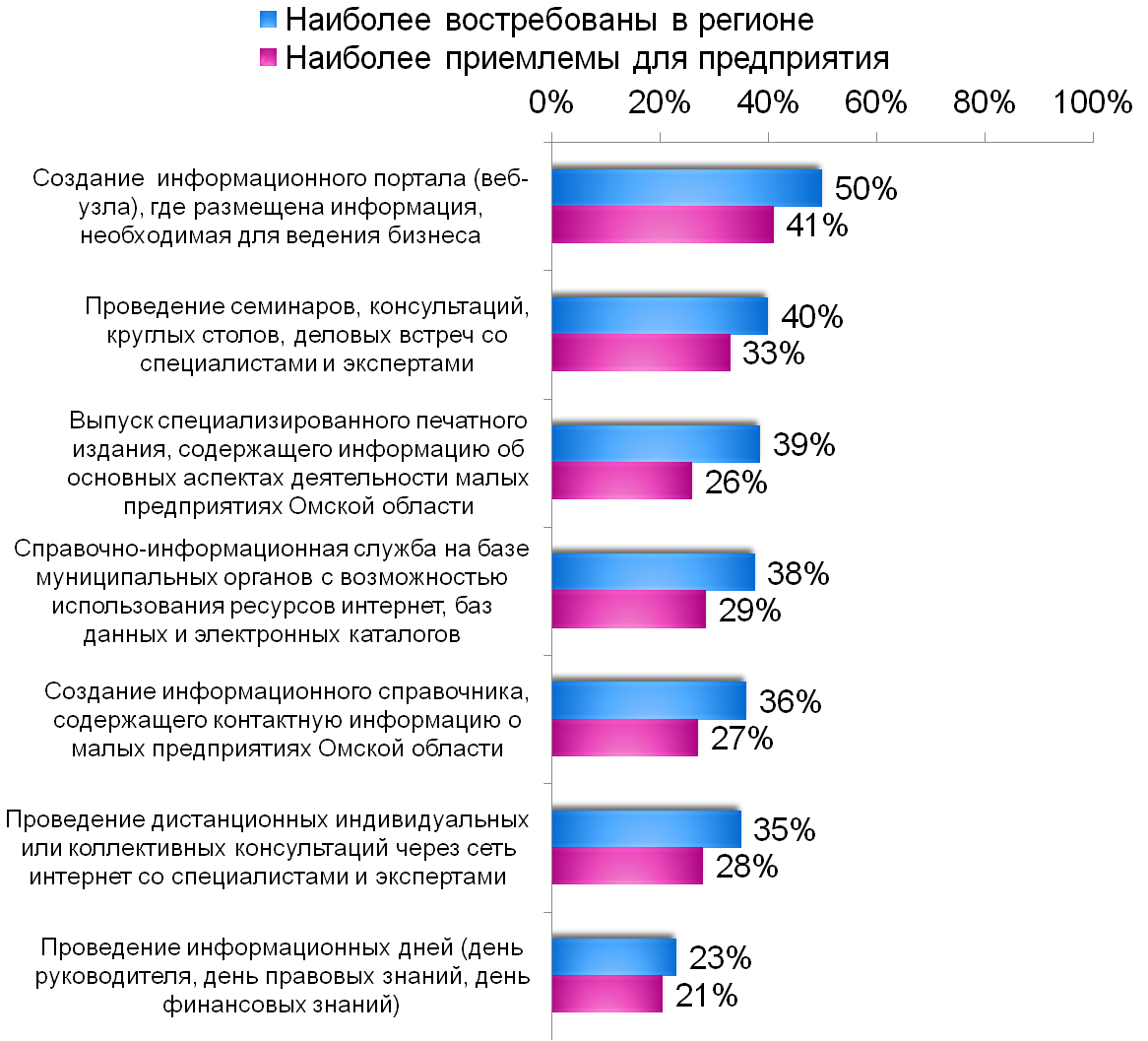
В целом можно говорить о слабой актуализации потребностей представителей СМСП по отдельным направлениям поддержки бизнеса, о чем свидетельствует высокая доля затруднившихся ответить (от 58% до 77% по различным аспектам) на вопросы данного блока. Наиболее часто упоминаемые ответы респондентов представлены в блок-схеме ниже (см. рис. 5.2).



*Рис. 5.2. Потребности предпринимателей г. Омска по различным направлениям поддержки бизнеса (200 респ.)*

В целом, прослеживается связь между наиболее существенными проблемами, стоящими на пути развития бизнеса, и потребностями предпринимателей по различным направлениям поддержки бизнеса. Так, например, недостаток финансов предприятий и высокий уровень налогообложения выражаются в необходимости финансовой поддержки бизнеса в форме льготного кредитования, снижения налогового бремени, содействия в покупке нового оборудования и аренде помещений и т.д.

Наиболее популярная и востребованная форма поддержки, по результатам опроса, – это информационный портал, где должна быть размещена вся необходимая информация для ведения бизнеса (см. рис. 5.3). Именно данную форму поддержки 50% опрошенных считают наиболее востребованной в регионе, а 41% - наиболее приемлемой для их предприятия. В контексте распространенности Интернет как основного источника сбора информации, создание данного портала приобретает особую актуальность.



*Рис. 5.3. Востребованность различных форм информационной поддержки в г. Омске и Омской области, по мнению опрошенных предпринимателей (200 респ.)*

Помимо этого, высокую оценку востребованности для региона имеют разного рода справочники, справочно-информационные службы и проведение семинаров, консультаций, круглых столов, однако уровень их важности непосредственно для исследуемых предприятий несколько ниже.

Изучение востребованности тематических направлений информационной поддержки показало, что наиболее актуальная тематика для информационного интернет-портала – это финансовые (45%) и правовые (47%) аспекты ведения бизнеса. Эти же направления указывались респондентами в качестве наиболее важных для них элементов консультационной поддержки бизнеса.

**Основные выводы по разделу:**

1. Известность различных программ и мер поддержки предпринимательства среди СМСП г. Омска находится на очень низком уровне. При изучении спонтанной известности доля затруднившихся ответить составила 71%, а известность с подсказкой целевой программы "Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства г. Омска на 2010-2015 гг." составила лишь 23%.
2. Несмотря на то, что предприниматели отмечают наличие ряда проблем городской бизнес-среды конкретные потребности в области поддержки предпринимательства у большинства из них не актуализированы. При изучении востребованности различных направлений поддержки доля затруднившихся ответить достигала 77%.
3. Наиболее востребованы такие направления поддержки, как консультации по финансовым и правовым вопросам, помощь в получении инвестиции и кредитов, предоставление различных льгот.
4. Наиболее актуальная форма информационной поддержки – это интернет-портал, который содержал бы широкий спектр информации по вопросам ведения бизнеса, а также аккумулировал информацию о действующих на рынке предприятиях.

# Рекомендации по реализации эффективной муниципальной политики в области поддержки СМСП

* Первостепенной задачей в реализации эффективной политики поддержки СМСП является повышение информированности представителей малого и среднего предпринимательства о действующих на территории города программах и мерах такой поддержки. Учитывая популярность различных каналов, целесообразно распространять информацию о программах поддержки СМСП через сеть Интернет, а также непосредственно в среде предпринимателей, путем проведения семинаров, конференций, установления деловых контактов.
* Также одной из главных задач является повышение востребованности программ поддержки СМСП среди тех предпринимателей, которые уже знают о существовании соответствующих целевых программ. Одним из шагов на пути решения данной задачи должны стать учет и реализация наиболее востребованных на сегодняшний день направлений поддержки бизнеса.
* Перед малыми и средними предприятиями г. Омска остро стоит проблема нехватки денежных средств и существует потребность в финансировании и софинансировании по следующим направлениям:
  + Профессиональная подготовка, переподготовка, повышение квалификации работников СМСП, особенно по значимым для отраслей и региона специальностям и в первую очередь – квалифицированных рабочих.
  + Финансовая поддержка инновационных предприятий при развитии новых направлений бизнеса, аренде помещений, покупке оборудования.
* Другим перспективным направлением является содействие в решении кадровых проблем, в том числе:
  + Содействие в поиске персонала или его аутсорсинге через государственные службы занятости.
  + Организация ярмарок вакансий и других «площадок» (в том числе электронных) для обмена резюме и вакансиями.
* В области информационной поддержки целесообразно проведение семинаров, круглых столов, мастер-классов и конференций для представителей малого и среднего бизнеса. Анализ основных проблем, стоящих перед СМСП г. Омска, а также их основных потребностей в области информационной поддержки позволил сформировать перечень наиболее актуальных тематических направлений:
  + Управление кадрами на предприятии, в том числе использование обучения и гибкой системы мотивации персонала.
  + Развитие бизнеса в сфере торговли и услуг, формирование клиентоориентированного подхода.
  + Использование современных маркетинговых и организационных подходов в бизнесе.
  + Ведение бизнеса в условиях конкуренции.
  + Стратегическое управление предприятием, планирование и минимизация рисков.
  + Финансовая грамотность, налоговая оптимизация и правовые вопросы ведения бизнеса.
* Сегодня предприятия стран Запада отдают предпочтение возможности получать новые знания и информацию через Интернет. Данное направление можно назвать перспективным и для России, что подтвердилось и в нашем исследовании. Таким образом, смысл создание единого справочного портала, содержащего следующую информацию:
  + Информация по финансовой и правовой сферам, бухгалтерскому и налоговому учету, государственному регулированию.
  + База данных предприятий города и/или площадка для размещения объявлений о поиске деловых партнеров и поставщиков, предоставлении своих услуг.
  + База данных предприятий других регионов, заинтересованных в сотрудничестве с омскими компаниями.
  + Информация о ставках по кредитам и других условиях кредитования в различных банках города.
* Помимо интернет-портала целесообразно осуществлять регулярную публикацию информационных справочников и других печатных изданий с аналогичной информацией.

1. На диаграмме отмечены только значения от 3% и более. [↑](#footnote-ref-1)
2. http://omsk.gks.ru/digital/region12/2007/zpl\_04-12.htm [↑](#footnote-ref-2)
3. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций Омской области по видам экономической деятельности / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Омской области. –http://omsk.gks.ru/digital/region12/DocLib/life02.htm. [↑](#footnote-ref-3)
4. Под кадровой эффективностью понимается не только производительность труда, но и то, как предприятие использует имеющиеся трудовые ресурсы, насколько структура кадров соответствует потребностям компании и т.д. [↑](#footnote-ref-4)
5. Деловая активность организаций в России в марте 2012 года / Федеральная служба государственной статистики. – http://www.gks.ru/bgd/free/B04\_03/IssWWW.exe/Stg/d03/63.htm. [↑](#footnote-ref-5)
6. Инвестиционные рейтинги регионов России / Эксперт РА. – http://www.raexpert.ru/ratings/regions. [↑](#footnote-ref-6)
7. В данном случае имеются в виду существующие в экономической теории и практике стратегии выхода на новые рынки, в том числе международные. Возможно, одним из препятствий при выходе на новые рынки для компаний города является именно низкая осведомленность в данной сфере. [↑](#footnote-ref-7)
8. «Эксперт РА» подтвердил рейтинг Омской области на уровне А+ / Эксперт РА. – 16.02.2012. – http://www.raexpert.ru/releases/2012/Feb16b. [↑](#footnote-ref-8)
9. Общество экономного потребления / Институт статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ. – 5.08.2011. – http://issek.hse.ru/press/33646288.html. [↑](#footnote-ref-9)
10. Социально-экономическое положение Омской области в январе-апреле 2012 года (экспресс-доклад) / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Омской области. –http://omsk.gks.ru/image/Region/Opr/2012/00\_SEP/edk\_04-12.htm. [↑](#footnote-ref-10)
11. До июля все тихо. Инфляция в РФ в мае ускорилась до 0,5%, с начала года составила 2,3% / Эксперт Online. – 5.06.2012. – http://expert.ru/2012/06/5/do-iyulya-vse-tiho. [↑](#footnote-ref-11)
12. Омский бизнес стремится к «экватору» / Омскриэлт. – 15.06.2012. – http://www.omskrielt.com/readarticle.php?article\_id=2601. [↑](#footnote-ref-12)
13. Не деловая Россия / ФОМ. – http://fom.ru/obshchestvo/10182. [↑](#footnote-ref-13)
14. 30 лучших городов для бизнеса – 2012 / Forbes. – http://www.forbes.ru/rating/30-luchshih-gorodov-dlya-biznesa-2012/2012. [↑](#footnote-ref-14)
15. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Омской области. – http://omsk.gks.ru. [↑](#footnote-ref-15)
16. Центр поддержки предпринимательства. – http://www.omskcpp.ru. [↑](#footnote-ref-16)