

Жизненный цикл малого предприятия

РАУНД 2

Москва 2010

УДК 334.722.1:330.34(470+571)
ББК 65.290.31(2Рос)
Ж71

Под общей редакцией *А.А. Шамрая*

Авторы: *Галина Ермилова, Анна Закускина, Александр Литвак, Сергей Мигин,
Николай Смирнов, Александр Шамрай, Алексей Шестоперов,
Олег Шестоперов, Олег Щетинин*

Организация опроса: *Ирина Качанова, Екатерина Шикова*

**Ж71 Жизненный цикл малого предприятия / Под общ. редакцией А.А. Шамрая — М.:
Фонд «Либеральная миссия», 2010. — 244 с.**

ISBN 978-5-903135-17-2

В настоящей книге на основе данных официальной статистики и субъективных данных опросного исследования анализируются вопросы, связанные с жизненным циклом малых предприятий, его количественными и качественными характеристиками, потребностями и факторами, определяющими траекторию и динамику развития предприятий на различных этапах существования. Кроме того, отдельно рассмотрен ряд аспектов ликвидации малых фирм, теневой активности малого бизнеса, его стратегий преодоления проблем, связанных с глобальным финансово-экономическим кризисом. Приводится сравнение результатов исследования с итогами первого раунда, проводившегося в середине 2007 года.

УДК 34.722.1:330.34(470+571)
ББК 65.290.31(2Рос)

ISBN 978-5-903135-17-2

© Фонд «Либеральная миссия», 2010

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|-----|
| ВВЕДЕНИЕ..... | 4 |
| ГЛАВА 1. ОБЛАСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ..... | 11 |
| 1.1 Цели и задачи исследования | 11 |
| 1.2 Предметная область..... | 11 |
| ГЛАВА 2. ОФИЦИАЛЬНАЯ СТАТИСТИКА СЕКТОРА МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА | 42 |
| ГЛАВА 3. ВЫБОРОЧНОЕ ОБСЛЕДОВАНИЕ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ | 51 |
| 3.1. Методика выборочного обследования и характеристика выборки | 51 |
| 3.2. Характеристика стадий жизненного цикла малых предприятий | 54 |
| 3.3. Ликвидация малых предприятий | 80 |
| 3.4. Статистические методы классификации и самоидентификация предпринимателей | 85 |
| ГЛАВА 4. ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ДИНАМИКУ РАЗВИТИЯ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ОТДЕЛЬНЫХ СТАДИЯХ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА | 95 |
| 4.1. Внешние факторы, определяющие тенденции развития малых предприятий на отдельных стадиях жизненного цикла | 101 |
| 4.2. Внутренние факторы развития малых предприятий | 118 |
| 4.3. Теневой оборот в малом предпринимательстве | 128 |
| 4.4. Антикризисные стратегии малых предприятий | 142 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 150 |
| ПРИЛОЖЕНИЯ | 157 |
| Приложение 1. Распределения ответов респондентов на вопросы анкеты..... | 157 |
| Приложение 2. Статистические показатели секторов малого и среднего предпринимательства | 206 |
| Приложение 3. Границы сектора малого и среднего предпринимательства и организация статистического наблюдения за сектором | 215 |
| Приложение 4. Детали модели статистической классификации малых предприятий по стадиям жизненного цикла | 239 |
| Приложение 5. Отдельные показатели теневой активности малых предприятий | 241 |

ВВЕДЕНИЕ

Настоящая книга представляет результаты работы, явившейся продолжением исследования, проведенного в 2007 году. Исследование «Жизненный цикл малого предприятия»¹, выполненное Национальным институтом системных исследований проблем предпринимательства по заказу Фонда «Либеральная миссия», позволило получить пилотные результаты — стартовый срез данных о характеристиках жизненного цикла субъектов малого бизнеса. В представляемой брошюре авторы имеют возможность изложить дополнительно ко второму статическому срезу исследования анализ изменений, происшедших за прошедший период, а также оценить влияние факторов внешней среды, спровоцировавших эти изменения.

Исследования малого бизнеса традиционно являются одним из важнейших направлений прикладной экономической науки и представляют значительный интерес для общественности, научно-академического сообщества, а также для органов власти, в той или иной мере соприкасающихся с вопросами экономического регулирования. Предметом настоящей брошюры, равно как и предшествовавшей ей публикации, является изучение сравнительно обделенного исследовательским вниманием разреза деятельности малых предприятий — их жизненного цикла.

В рамках исследования, лежащего в основе настоящей брошюры, ставились задачи анализа ряда вопросов, связанных с особенностями жизненного цикла предприятий. Так, в частности, анализу в рамках исследования были подвергнуты:

- количественные и качественные характеристики стадий жизненного цикла;
- возможности статистического моделирования закономерностей, связанных с отдельными стадиями жизненного цикла малых предприятий;
- основные проблемы и факторы, определяющие динамику развития малых предприятий на различных стадиях жизненного цикла;
- антикризисные стратегии малых предприятий и их «теневая» активность;
- другие аспекты, представляющие интерес в контексте изучения динамики развития малого бизнеса.

Целью или миссией исследования является доказательство значимости различий между предприятиями, находящимися на различных этапах развития. При этом различия касаются как внутренних характеристик предприятий, так и интенсивности воздействия на компании разных стадий факторов внешней среды.

¹ *Жизненный цикл малого предприятия*. Под общ. ред. О.М. Шестоперова. — М.: Фонд «Либеральная миссия»; Новое литературное обозрение, 2009.

Таким образом, основная гипотеза работы вытекает из ее цели — это проверка наличия дифференциации характеристик малых фирм в зависимости от этапов их развития.

Вторая по степени значимости гипотеза в рамках настоящего исследования заключается в том, что современный финансово-экономический кризис существенным образом отразился на внешней предпринимательской среде и внутренних установках предпринимателей. Возможность проверки указанной гипотезы предоставляет наличие пилотного опроса, проводившегося в рамках первого раунда исследования в 2007 году, приблизительно за год до проявления первых кризисных явлений.

Следует сразу оговориться, что анализ предмета настоящего исследования существенным образом затруднен отсутствием сбора и учета государственными статистическими органами данных необходимого уровня детализации. Это делает невозможным проведение комплексного анализа жизненного цикла малых предприятий на основе данных официальной статистики. В связи с этим особую актуальность приобретает использование субъективной статистики, выясняемой в рамках опросных исследований. Для целей выяснения характеристик жизненного цикла малых предприятий при проведении настоящего исследования был проведен опрос 300 руководителей и собственников малых предприятий в 4 субъектах Российской Федерации — Москве, Томской, Новгородской и Ростовской областях. Выбор указанных регионов для проведения опроса был обусловлен главным образом наличием значимых различий в отраслевой специализации малых предприятий. При этом авторами преследовалась цель включения в выборку наиболее типичных представителей отдельных видов экономической деятельности, а также минимизация смещения выборочной совокупности, связанного с выбором небольшого количества обследуемых регионов. Цель достижения региональной репрезентативности в явном виде авторами не ставилась.

Рассмотрим далее обзорно имеющиеся исследования по тематике жизненного цикла предприятий и других сопряженных с предметом настоящего исследования аспектов функционирования малых предприятий. В российской исследовательской практике есть ряд работ, связанных с анализом различных аспектов жизненного цикла предприятий и носящих в большинстве своем теоретический характер. При этом в качестве базовых предпосылок в рамках указанных исследований, как правило, применяются предпосылки моделей, разработанных зарубежными авторами.

Так, в частности, проблемы жизненного цикла малых и средних предприятий анализируются в работе «*Жизненный цикл малых и средних предприятий*».²

² *Жизненный цикл малых и средних предприятий*. Ресурсный центр малого предпринимательства (РЦМП), www.rcsme.ru, 2005.

В рамках указанного исследования приводятся наиболее типичные по мнению авторов для МСП этапы жизненного цикла, указываются особенности функционирования предприятий на отдельных стадиях развития.

Другой работой теоретического характера является исследование О.В. Головкиной «Механизм оценки финансово-экономической стабильности функционирования предприятия»,³ в рамках которого выделяются 4 этапа жизненного цикла предприятия и отмечается, что для каждого из этапов характерны специфичные проблемы и, как следствие, задачи, стоящие перед экономическими агентами, принимающими решения.

В ряде работ российских исследователей разрабатываются отдельные частные проблемы в преломлении теории жизненного цикла предприятия. Из числа таких исследований следует выделить работу «Становление корпорации в контексте жизненного цикла организации».⁴ В рамках указанной работы анализируются вопросы эффективного поведения собственника компании на различных стадиях жизненного цикла и проблемы, связанные с корпоративным управлением компанией. За базовую модель при этом принимается модель жизненного цикла предприятия зарубежного исследователя И. Адизеса.

Зарубежные исследования по проблемам жизненного цикла предприятия характеризуются широким охватом различных аспектов деятельности компаний и в значительной мере устоявшимся методологическим аппаратом, что в первую очередь относится к вопросу определения перечня стадий жизненного цикла. В большинстве случаев в современных исследованиях используется стандартный подход к выделению указанных этапов (иногда — с несущественными отклонениями, обусловленными спецификой конкретного исследования и требованиями к степени детализации анализа). Чаще всего используются способы разбиения жизненного цикла, подразумевающие выделение от 3 до 5 его стадий. Контексты рассмотрения проблематики жизненного цикла предприятия при этом отличаются значительным разнообразием. Так, в работе Д. Мюллера (1972),⁵ центральным определяющим судьбу предприятия фактором является проблема неопределенности. Фирмы, эффективно действующие в условиях неопределенности и способные рождать новые для рынка идеи, растут до тех пор, пока не иссякает потенциал по «переигрыванию» рынка. Различные этапы жизненного цикла при этом определяются возможностями компании предлагать новый продукт и реализовывать соответствующие конкурентные преимущества.

³ Головкина О.В. *Механизм оценки финансово-экономической стабильности функционирования предприятия*. М., 2003.

⁴ Ивашковская И.В., Константин Г.Н., Филонович С.Р. *Становление корпорации в контексте жизненного цикла организации* // Российский журнал менеджмента, №4, 2004.

⁵ Mueller D.C. *A Life Cycle Theory of the Firm*. The Journal of Industrial Economics, vol. 20, no. 3 (July 1972), pp. 199–219.

В исследовании Дж. Агарони, Х. Фалька и Н. Иехуды (2006) со ссылкой на подход, сложившийся в рамках теории жизненного цикла предприятия, выделяется четыре основных стадии развития.⁶ При этом отмечается, что главные различия в тенденциях развития предприятия на различных стадиях заключаются в таких характеристиках, как степень неопределенности, с которой сталкивается компания, структура активов и наличие возможностей для осуществления инвестиций.

Среди моделей, предлагающих углубленный анализ особенностей функционирования компаний на различных этапах жизненного цикла, следует выделить модель И. Адизеса (1988), описанную в книге «Corporate Life Cycles».⁷ Согласно указанной модели на протяжении осуществления деятельности большая часть компаний проходит 10 отличных друг от друга этапов⁸ — рождение, детство, стадия бурного роста, юность, расцвет, стабильность, аристократичность, стадия ранней бюрократичности, бюрократичность, смерть.

Каждая из указанных стадий жизненного цикла в рамках модели имеет свои характерные особенности, задачи, стоящие перед собственником и соответствующие различным этапам риски. Так, в частности, согласно данной модели, в период роста предприятие может столкнуться с рядом рисков (условно их можно обозначить как «болезни роста»), которые при стечении определенных обстоятельств (главным образом относящихся к отношениям внутри компании) могут привести к преждевременной смене позитивной динамики деятельности компании на негативную.

Несмотря на высокую степень детализации описанной выше модели и учет в ней значительного числа факторов, определяющих траекторию развития компании, в эмпирическом исследовании, ставящем целью проведение как качественного, так и количественного анализа, данный подход представляется слишком сложным в применении.

При проведении эмпирических исследований, преследующих в частности цели количественного анализа, вопрос выделения сравнительно небольшого количества стадий и определения критериев отнесения предприятий к различным этапам жизненного цикла встает особенно остро. В исследованиях такого рода в подавляющем большинстве случаев выделяется не более пяти стадий. Так, в работе Д. Миллера и П. Фризена (1984)⁹ используется разбиение жизненного цикла на этапы рождения, роста, зрелости, возрождения и спада.

⁶ Aharony J., Falk H., Yehuda N. *Corporate Life Cycle and the Relative Value — Relevance of Cash Flow versus Accrual Financial Information*. 2006.

⁷ Adizes I. *Corporate Life Cycles: How and Why Corporations Grow and Die and What to Do About It*. 1988.

⁸ The Adizes Institute LLC, www.adizes.com.

⁹ Miller D., Friesen P.H. *A longitudinal Study of Corporate Life Cycles* // Management Science, vol. 30, no. 10 (October 1984), pp. 1161–1183.

Основные структурные различия между стадиями при этом в рамках модели определяются внешней средой, стратегией компании, ее организационной структурой и механизмами принятия решений. Одной из целей указанного исследования являлась классификация компаний, попавших в выборку и отнесение их к определенным стадиям жизненного цикла. Для решения этой задачи авторы разработали систему количественных (числовых) и качественных (описательных) критериев, позволивших им классифицировать ряд крупных компаний и определить их принадлежность к той или иной стадии жизненного цикла.

Российских эмпирических исследований, связанных с изучением жизненного цикла малых предприятий, проведением количественного анализа различных его аспектов (длительность отдельных стадий, демографические характеристики сегмента малого предпринимательства на различных стадиях ЖЦ и т.д.), а также факторов, определяющих динамику развития малых предприятий и особенности их жизненного цикла, до настоящего времени не проводилось. В связи с этим в рамках исследования были в определенной мере эклектично синтезированы подходы, разработанные зарубежными исследователями тематики жизненного цикла предприятия и использовавшиеся в исследованиях эмпирического характера. Так, в частности, авторами был выбран вариант разбивки жизненного цикла компании на пять этапов: становление, рост, зрелость, возрождение, спад. Кроме того, было принято решение обозначать смену тенденций развития с роста на спад на протяжении жизненного цикла (помимо системного спада, характерного для наиболее позднего этапа жизненного пути предприятия) для более точного отражения содержания явления термином «кризис развития». Введение этого понятия в анализ было обусловлено необходимостью отражения негативных тенденций временного, несистемного характера, а также в определенной мере — для целей оценки характеристик их глубины исходя из мнений предпринимателей.

В рамках настоящего исследования авторами использовалась в наиболее общем виде классификация факторов на внешние и внутренние, в рамках которых выделялись следующие основные группы:

1. Внешние факторы:

- Доступ к ресурсам.
- Внешнее вмешательство в деятельность.
- Рыночные характеристики.
- Институциональные соглашения.
- Прочие факторы.

2. Внутренние факторы:

- Стратегия развития.
- Предпринимательский опыт.
- Мотивация.

По мнению авторов, в указанном перечне в общем виде представлены все наиболее значимые и актуальные для целей настоящего исследования факторы.

На основе данных, полученных при проведении опросного исследования, были проанализированы отдельные количественные и качественные характеристики жизненного цикла малых предприятий, в частности длительности отдельных его стадий, изучены наиболее актуальные проблемы предприятий на разных этапах жизни и факторы, определяющие динамику их развития, проведено сравнение с результатами первого раунда обследования.

Кроме того, в брошюре рассмотрен ряд других аспектов, представляющих интерес в контексте изучения динамики развития сегмента малого предпринимательства. Это, в частности, вопросы, связанные с ликвидацией предприятий, с возможностями перерастания малых фирм в категорию средних, антикризисными стратегиями малых предприятий, а также их «теневой» активностью.

В первой главе настоящей брошюры описываются основные цели и задачи исследования, а также уточняется его предметная область (в том числе на основании более подробного анализа имеющихся исследований в связанных областях) с набором необходимых предпосылок и допущений, в рамках которых проводился анализ субъективных данных о характеристиках жизненного цикла малых предприятий.

Вторая глава посвящена анализу данных официальной статистики о секторе малого бизнеса за последние несколько лет, а также отдельных данных о развитии сегмента среднего бизнеса, отдельное статистическое наблюдение за которым ведется с 2008 года. Несмотря на то, что данные официально регистрируемой статистики не способны предоставить адекватных инструментов для целей анализа предмета настоящего исследования в силу низкой степени их детализации, авторы считают необходимым кратко их охарактеризовать. Рассмотрение характеристик жизненного цикла малых предприятий на основе микроэкономического анализа в отрыве от общей картины имело бы в значительной мере абстрактный и фрагментарный характер.

В третьей главе представлены результаты опросного исследования, подходы к статистическому моделированию идентификации стадий жизненного цикла, а также анализ особенностей ликвидации малых предприятий. В частности, в числе прочего приводятся оценки длительностей отдельных стадий жизненного цикла, жизненного цикла в целом. Кроме того, в главе приводится оценка доли предприятий выборки, которым наиболее вероятно грозит ликвидация в связи с их нахождением на стадии структурного спада.

Четвертая глава содержит анализ факторов, определяющих динамику развития предприятий на различных стадиях жизненного цикла, стимулов к росту и дестимулирующего влияния отдельных факторов. Кроме того, в главе описываются стратегии малых предприятий в преодолении кризисных явлений, а также их «теневая» активность.

В Приложении 1 приведены линейные распределения ответов респондентов на вопросы анкеты. Приложение 2 содержит публикуемые, а также расчетные данные официальной статистики о секторе малого и среднего предпринимательства. В Приложении 3 приводится аналитический материал об изменениях в определении границ сектора малого и среднего предпринимательства, а также в статистическом наблюдении за этими сегментами экономики. Приложение 4 содержит отдельные детали модели статистической классификации предприятий по стадиям жизненного цикла, основное описание которой содержится в третьей главе исследования.

Авторы хотели бы выразить признательность региональным координаторам опросного исследования **Шиковой Е.А.**, **Качановой И.А.** (АНО «ИАЦ «Тезаурус-маркетинг», Москва), **Гальковой Л.С.** (Томская область) и **Бойцовой А.Е.** («Центр региональных и муниципальных исследований», Новгородская область), а также **Анне Закускиной** за обеспечение подготовки, заполнения и анализа базы данных опросного исследования.

Мы также благодарим рецензентов, высказавших ценные критические замечания и предложения: д.э.н., профессора Высшей школы экономики **Чепуренко А.Ю.**, к.э.н., доцента Высшей школы экономики **Алимову Т.А.** и д.э.н., профессора Российского государственного гуманитарного университета **Абаева А.Л.**

ГЛАВА 1. ОБЛАСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

В брошюре, посвященной первому раунду исследования, приводится базовая версия его методологии. В настоящей работе мы приводим методiku анализа в полном объеме с некоторыми корректировками, соответствующими изменениям в подходах к исследованию. Это продиктовано помимо прочего соображениями удобства для читателей, не знакомых с результатами первого раунда исследования.

1.1. Цели и задачи исследования

Целью исследования, которое является основой настоящей книги, являлось изучение жизненного цикла малых предприятий — его количественных и качественных характеристик, а также факторов, оказывающих воздействие на динамику развития предприятий на различных этапах их существования. Для достижения указанной цели анализ в рамках исследования преследовал ряд сравнительно обособленных задач. Совокупность результатов решения указанных задач позволяет видеть достаточно полноценную картину проблемной области. Так, в частности, в рамках исследования были рассмотрены следующие аспекты, связанные с жизненным циклом малых предприятий:

- характерные для малых предприятий особенности жизненного цикла и его отдельных стадий;
- ликвидация малых предприятий;
- внешние и внутренние факторы, определяющие динамику развития малых предприятий на отдельных стадиях жизненного цикла;
- теневая активность малого бизнеса;
- стратегии малых предприятий в преодолении кризисных явлений.

Для наиболее эффективного решения задач исследования методология, использованная в его рамках, была по возможности адаптирована для максимально полноценной характеристики изучаемого предмета (жизненного цикла малого предприятия). В части методологии в первую очередь приведем уточнение предметной области исследования и введем определения и критерии, которые использовались при анализе.

1.2. Предметная область

Для целей спецификации предметной области исследования в первую очередь были сформулированы определения основных понятий, использовавшиеся при анализе. Это, в частности, определения терминов «жизненный цикл

предприятия» и «субъект малого предпринимательства». Также в рамках уточнения предметной области был выделен перечень показателей деятельности малых предприятий, которые подлежали исследованию в контексте анализа жизненного цикла, и факторов, оказывающих влияние на динамику развития компаний.

Жизненный цикл предприятия

Тематика жизненного цикла предприятия начинала разрабатываться исследователями как расширение и адаптация концепции жизненного цикла продукта из теории маркетинга к анализу развития предприятий, однако в дальнейшем стала полноценной областью разработки самостоятельных подходов и теорий. Сам термин «жизненный цикл предприятия» в большинстве источников энциклопедического характера принято трактовать как «период деятельности предприятия». Вместе с тем, следует понимать, что сам по себе термин «цикл» предполагает возможность неоднократного повторения явления схожего характера с определенной периодичностью. И, несмотря на то, что каждое предприятие имеет свой уникальный путь, можно определенно говорить о наличии различных закономерностей развития, которые и позволили исследователям обратить внимание на возможность существования *жизненного цикла предприятия*.

Зарубежные исследования по проблеме жизненного цикла предприятия (corporate life cycle) характеризуются широким охватом различных аспектов деятельности компаний и в значительной мере устоявшимся методологическим (и терминологическим) аппаратом, что в первую очередь относится к вопросу определения перечня стадий жизненного цикла. В большинстве случаев в современных исследованиях используется стандартный подход к выделению указанных этапов (иногда с несущественными отклонениями, обуславливаемыми спецификой конкретного исследования и требованиями детализации анализа). Чаще всего используются способы разбиения жизненного цикла, подразумевающие выделение от 3 до 5 его стадий. Заметно менее однозначно исследователями решается вопрос определения критериев, на основе которых могут делаться выводы о принадлежности конкретного предприятия к той или иной стадии жизненного цикла. Далее будут рассмотрены отдельные подходы к анализу жизненного цикла предприятия (выделение стадий и установление критериев), использующиеся в работах зарубежных исследователей.

В теории жизненного цикла фирмы, предложенной в работе Д. Мюллера (1972),¹⁰ приводится сценарий, типичный (по мнению автора) для развития

¹⁰ Mueller D.C. *A Life Cycle Theory of the Firm // The Journal of Industrial Economics*, vol. 20, no. 3 (July 1972), pp. 199–219.

большинства компаний. Согласно этой теории главным препятствием для создания нового предприятия является проблема неопределенности. Фирмы возникают в условиях неопределенности в случаях, если индивид или группа индивидов понимают, что имеют специфичные знания или навыки, которые могут позволить им создать инновационный продукт, новую технологию сбыта или высокоэффективную организационную структуру для своей фирмы. Этот этап условно обозначается как зарождение предприятия. Дальнейшим шагом в реализации идеи является привлечение необходимых финансовых ресурсов с возможным входом в собственность стратегических инвесторов. В случае если лежащая в основе нового предприятия (предприятие А) идея оказывается рыночно удачной, фирма входит в стадию расширения. Первый этап расширения, характеризующийся бурным ростом, в большинстве случаев вызывает у инвесторов желание реинвестировать большую часть полученной прибыли, а иногда и привлечь дополнительный заемный капитал. По мере приспособления конкурентов компании А и внедрения (частичного или полного) в деятельность инновационной идеи, дававшей компании А конкурентное преимущество, снижается рентабельность ее деятельности. В ряде случаев на этом этапе компания также сталкивается с проблемой насыщения рынка. В такой ситуации менеджер, максимизирующий благосостояние акционеров, начинает выплачивать дивиденды. По мере постепенного снижения рентабельности предприятия помимо прибыли начинает постепенно изыматься и основной капитал. После того, как капитал компании уравнивается с ее внешними обязательствами, идея предприятия становится полностью выработанной, и оно перестает существовать.

В исследовании Дж. Агарони, Х. Фалька и Н. Иехуды (2006) со ссылкой на подход, сложившийся в рамках теории жизненного цикла предприятия, выделяются четыре основные стадии развития:¹¹

1. Зарождение (start-up).
2. Рост (growth).
3. Зрелость (maturity).
4. Спад (decline, stagnation).

При этом отмечается, что основные различия в тенденциях развития предприятия на различных стадиях заключаются в таких характеристиках, как степень неопределенности, с которой сталкивается компания, структура активов и наличие возможностей для осуществления инвестиций.

Наряду со сравнительно упрощенным подходом к моделированию жизненного цикла предприятия существуют теории и модели, предлагающие более детализированное его разбиение на разнородные стадии. Более высокая

¹ Aharony J., Falk H., Yehuda N. *Corporate Life Cycle and the Relative Value — Relevance of Cash Flow versus Accrual Financial Information*. 2006.

детализация разбиения может быть необходима при принятии управленческих решений, консультировании предприятий по вопросам их организационной структуры, распределения полномочий, выбора механизмов осуществления внутрифирменных взаимодействий. Среди моделей, предлагающих углубленный анализ особенностей функционирования компаний на различных этапах жизненного цикла, следует выделить модель И. Адизеса (1988), описанную в книге «Corporate Life Cycles». ¹² Согласно указанной модели на протяжении осуществления деятельности большая часть компаний проходит 10 отличных друг от друга этапов (см. рисунок 1): ¹³

1. Рождение (courtship).
Зарождение идеи, выбор целей компании, потенциальных масштабов деятельности.
2. Детство (infancy).
Появление финансовых обязательств (перед кредиторами, инвесторами), переход от формулирования идей к осуществлению деятельности — генерированию доходов компании.
3. Стадия бурного роста (go-go).
Высокие темпы роста, укрепление финансовой устойчивости, повышение доверия со стороны контрагентов и инвесторов, трансформация уверенности в своих силах в самоуверенность.
4. Юность (adolescence).
Духовное перерождение компании, поиск альтернативных (по отношению к выдерживаемому основателем) путей развития предприятия.
5. Расцвет (prime).
Оптимальный этап жизненного цикла, баланс между регламентацией и гибкостью во внутрифирменных взаимодействиях.
6. Стабильность (stable).
Начало «старения» компании (в ряде случаев не сопровождающееся снижением финансовой устойчивости).
7. Аристократичность (aristocracy).
Снижение внимания к долгосрочным целям, потеря компанией гибкости, ориентация на достижение краткосрочных целей, уклонение от риска.
8. Стадия ранней бюрократичности (early bureaucracy).
Появление внутренних конфликтов в руководстве компании, поиск виноватых в негативной динамике («witch-hunts» ¹⁴), потеря внимания к поиску путей решения проблем.

¹² Adizes I. *Corporate Life Cycles: How and Why Corporations Grow and Die and What to Do About It*. 1988.

¹³ The Adizes Institute LLC, www.adizes.com.

¹⁴ «Witch-hunts» (англ.) — «охота на ведьм».

9. Бюрократичность (bureaucrasy).

Искусственное поддержание осуществления деятельности.

10. Смерть (death).

Потеря компанией последнего человека, готового удерживать ее на плаву, ликвидация предприятия или (в случае естественных монополий) переход его в разряд субсидируемых.

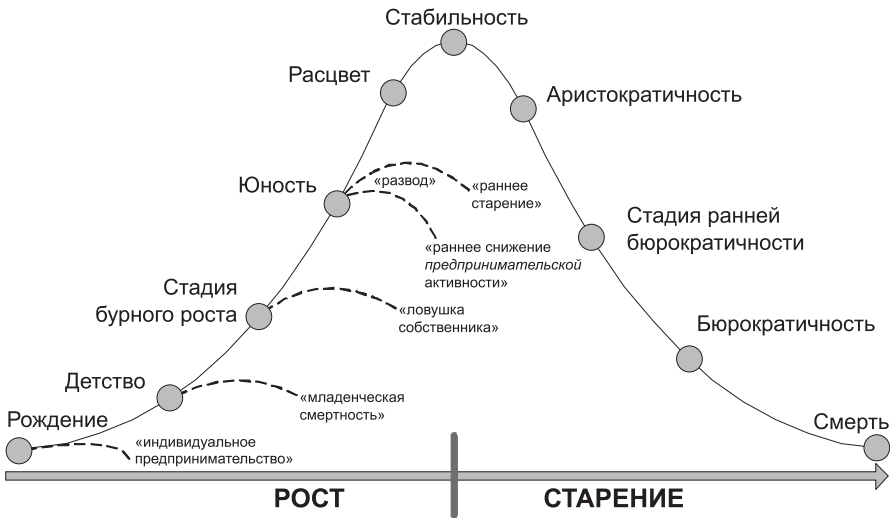


Рис. 1. Модель жизненного цикла И. Адизеса

Согласно модели, в период роста предприятие может столкнуться с рядом рисков, которые при стечении определенных обстоятельств (главным образом относящихся к отношениям внутри компании) могут привести к преждевременной смене позитивной динамики деятельности компании на негативную:¹⁵

1. Стадия рождения — «индивидуальное предпринимательство» (Affair). Деградация бизнеса в индивидуальное предпринимательство вследствие неспособности собственника преодолевать трудности, связанные с финансовым риском и конкурентной борьбой.
2. Стадия детства — «младенческая смертность» (Infant Mortality). Ликвидация бизнеса вследствие невозможности продолжения финан-

¹⁵ The Adizes Institute LLC, www.adizes.com.

- сирования убытков и потери собственником/собственниками лояльности к идее предприятия.
3. Стадия бурного роста — «ловушка собственника» (Founder/Family Trap). Деградация предприятия вследствие нежелания собственника (собственников) распределять полномочия и ответственность, его неспособность решать все задачи, характерные для динамично растущих компаний.
 4. Стадия юности — «развод», раннее снижение предпринимательской активности (Divorce, Unfulfilled Entrepreneur). Деградация компании вследствие централизации контроля собственником/собственниками, связанной с распространением внутренних конфликтов.
 5. Стадия юности — «развод», раннее старение (Divorce, Premature Aging). Раннее начало периода старения компании вследствие ухода основателя/основателей, выполнявших функции предпринимателей.

Далее в таблице 1 приведены основные критерии и признаки перехода компании с одной стадии жизненного цикла на следующий этап в соответствии с моделью И. Адизеса (1988).

Таблица 1. Критерии (признаки) смены этапов жизненного цикла компании в модели И. Адизеса

| | Этап жизненного цикла | Критерий/признак перехода на следующую стадию жизненного цикла |
|---|-------------------------------|--|
| 1 | Рождение | Появление риска, финансовых обязательств |
| 2 | Детство | Повышение финансовой устойчивости, рост продаж |
| 3 | Стадия бурного роста | Децентрализация принятия решений, появление наемных менеджеров |
| 4 | Юность | Достижение баланса в распределении полномочий и ответственности между владельцами и наемными менеджерами |
| 5 | Расцвет | Снижение предпринимательской активности, меньшая ориентация на долгосрочные цели и инновации |
| 6 | Стабильность | Устойчивое следование пути умеренного развития и уклонения от риска, заложенному на этапе стабильности |
| 7 | Аристократичность | Появление внутренних конфликтов, связанных со сделанными ранее просчетами в управлении |
| 8 | Стадия ранней бюрократичности | Появление четко регламентированных правил и процедур |
| 9 | Бюрократичность | Снижение стабильности, устойчивое превышение доходов расходами => смерть |

Следует отметить, что если на стадиях, соответствующих периоду роста, можно говорить о *критериях* перехода предприятия на следующий этап развития, то в период старения следует говорить скорее о *признаках* (или даже *симптомах*) смены стадий жизненного цикла.

Несмотря на высокую степень детализации описанной выше модели и учет в ней значительного числа факторов, определяющих траекторию развития компании, в эмпирическом исследовании, ставящем целью проведения как качественного, так и количественного анализа, данный подход чересчур сложен в применении.

При проведении эмпирических исследований, преследующих в частности цели количественного анализа, вопрос выделения сравнительно небольшого количества стадий и определения критериев отнесения предприятий к различным этапам жизненного цикла встает особенно остро. В исследованиях такого рода в подавляющем большинстве случаев выделяется не более 5 стадий. Так, в работе Д. Миллера и П. Фризена (1984)¹⁶ используется разбиение жизненного цикла на этапы рождения, роста, зрелости, возрождения и спада. Основные структурные различия между стадиями при этом в рамках модели определяются внешней средой, стратегией компании, ее организационной структурой и механизмами принятия решений. Одной из целей указанного исследования являлась классификация компаний, попавших в выборку и отнесение их к определенным стадиям жизненного цикла. Для решения этой задачи авторы разработали систему количественных (числовых) и качественных (описательных) критериев. При этом большая часть критериев в исследовании являются качественными, они дополняются двумя количественными критериями — критерием возраста фирмы (для компаний, осуществляющих деятельность менее 10 лет) и критерием роста продаж. Показатель роста продаж в работе Миллера и Фризена (1984) характеризовал компанию следующим образом:

- рост продаж > 15% ==> стадия роста
- рост продаж < 15% ==> стадия зрелости
- рост продаж > 15% ==> стадия возрождения

Следует отметить, что существенным недостатком приведенного критерия является неучтенность отраслевой специфики. Так, в отдельных отраслях рост продаж на 5–10% может считаться прорывом, для других отраслей рост на 20% может фактически являться стагнацией. Более информативным в этом контексте представляется критерий доли рынка, ее динамики.

В обобщенном виде критерии отнесения предприятий к различным стадиям жизненного цикла, использованные в работе Миллера и Фризена (1984), представлены в таблице 2.

¹⁶ Miller D., Friesen P.H. *A longitudinal Study of Corporate Life Cycles* // Management Science, vol. 30, no. 10 (October 1984), pp. 1161–1183.

Таблица 2. Критерии принадлежности компаний к различным стадиям жизненного цикла в модели Д. Миллера и П. Фризена (1984)

| Стадия | Критерии |
|----------------|--|
| 1. Рождение | Компания осуществляет деятельность менее 10 лет, структура в большей мере неформальна, принятие решений осуществляется владельцем |
| 2. Рост | Рост продаж превышает 15%, организационная структура носит функциональный характер, начинается формализация стратегии фирмы |
| 3. Зрелость | Рост продаж не превышает 15%, повышается степень бюрократизации внутрифирменных взаимодействий |
| 4. Возрождение | Рост продаж превышает 15%, предложение фирмы диверсифицируется, организационная структура приобретает черты дивизиональной, используются усложненные схемы контроля и планирования |
| 5. Спад | Спрос на продукцию фирмы снижается, уменьшается количество новых продуктов, снижается рентабельность деятельности |

Одной из последних работ в области анализа жизненного цикла компании является исследование Ян Чжипэна (2006).¹⁷ В указанном исследовании подвергаются анализу применявшиеся ранее подходы к изучению жизненных циклов предприятий и предлагаются методологические приемы, способные частично нивелировать недостатки более ранних работ. Для целей настоящей работы представляется полезным привести основные базовые замечания автора указанного исследования, касающиеся предпосылок и допущений, которые могут упростить обследование значительного количества предприятий и повысить репрезентативность и информативность его результатов. В частности, в качестве критериев автор предлагает использовать показатели роста продаж, выплаченных дивидендов, возраста фирмы и осуществляемых ей инвестиций в основной капитал. Кроме того, при анализе рекомендуется учитывать специфику развития каждой отдельной фирмы и отдавать предпочтение индивидуальному рассмотрению развития каждой компании во времени, а не сравнению компаний между собой.

Российские исследования по вопросам, связанным с анализом особенностей развития предприятий на различных стадиях жизненного цикла, в подавляющем большинстве случаев отталкиваются от базовых результатов, достигнутых зарубежными авторами, и, в случае наличия отдельных отклонений, устоявшимся методологическим подходам прямо не противоречат. Так, в работе О.В. Головкиной «Механизм оценки финансово-экономической стабильности функционирования предприятия»¹⁸ выделяются четыре этапа жизненного

¹⁷ Yan Zhipeng. *A New Methodology of Measuring Corporate Life-cycle Stages*. January 2006.

¹⁸ Головкина О.В. *Механизм оценки финансово-экономической стабильности функционирования предприятия*. М., 2003.

цикла предприятия: зарождение; стадия роста деловой активности и финансово-экономической стабильности; стадия зрелости; стадия спада. При этом отмечается, что для каждого из этапов характерны специфические проблемы и, как следствие, задачи, стоящие перед экономическими агентами, принимающими решения:

- Зарождение: сложность налаживания производства и сбыта продукции, высокий финансовый риск, сильное влияние внешних по отношению к предприятию факторов.
- Рост — поиск путей снижения себестоимости продукции и повышения финансовой устойчивости.
- Зрелость — износ основных средств, омертвление оборотного капитала, увеличение себестоимости продукции.
- Спад — обострение конкурентной борьбы, старение ресурсов предприятия, снижение финансовой устойчивости.

Применительно к сегментам малого и среднего предпринимательства концепция жизненного цикла анализируется в работе «*Жизненный цикл малых и средних предприятий*».¹⁹ В указанном исследовании в частности выделяется 3 этапа, являющихся характерными для циклов развития малых и средних предприятий:

1. Становление.
2. Расширение.
3. Зрелость.

Логическая цепочка развития предприятия и смены различных этапов жизненного цикла схематично изображена на рисунке 2.

Такой вариант разбиения жизненного цикла компании на этапы является достаточно удобным при проведении исследований, в значительной мере базирующихся на результатах опросов предприятий. Удобен он в первую очередь тем, что является интуитивно понятным для респондентов и не требует дополнительных пояснений при проведении анкетирования.

Представляющее значительный интерес преломление концепции жизненного цикла содержится в работе «Становление корпорации в контексте жизненного цикла организации».²⁰ В указанной работе анализируются вопросы эффективного поведения собственника компании на различных стадиях жизненного цикла. За базовую модель при этом принимается модель жизненного цикла предприятия Адизеса. Особую ценность при этом имеет рассмотрение специфики российских компаний в части поведения собственников и практики корпоративного управления.

¹⁹ *Жизненный цикл малых и средних предприятий*. Ресурсный центр малого предпринимательства (РЦМП), www.rcsme.ru, 2005.

²⁰ Ивашковская И.В., Константинов Г.Н., Филонович С.Р. *Становление корпорации в контексте жизненного цикла организации* // Российский журнал менеджмента, №4, 2004.

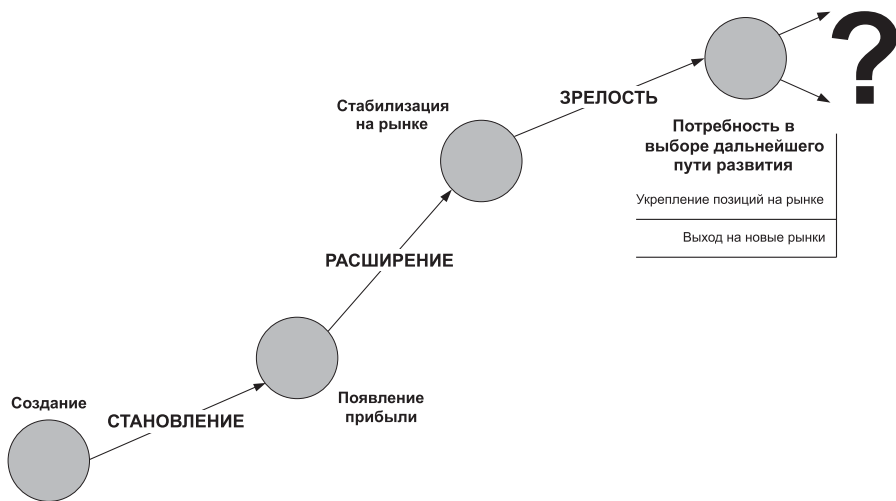


Рис. 2. Жизненный цикл малых и средних предприятий²¹

Эмпирических исследований, связанных с изучением жизненного цикла малых предприятий, проведением количественного анализа различных его аспектов (длительность отдельных стадий, демографические характеристики сегмента малого предпринимательства на различных стадиях ЖЦ), а также факторов, определяющих динамику развития малых предприятий и особенности их жизненного цикла, российскими исследователями к настоящему времени не проводилось. В связи с этим в рамках исследования, лежащего в основе настоящей книги, были в определенной мере эклектично синтезированы подходы, разработанные зарубежными исследователями тематики жизненного цикла предприятия. В первую очередь был выбран вариант разбиения жизненного цикла компании на шесть этапов:

- 1) Становление.
- 2) Рост.
- 3) Зрелость.
- 4) Кризис развития.
- 5) Возрождение.
- 6) Спад.

При этом был сделан ряд предпосылок, определяющих возможности анализа деятельности предприятий на основе выбранной трактовки жизненного цикла:

²¹ На основе исследования «Жизненный цикл малых и средних предприятий» (Ресурсный центр малого предпринимательства, www.rcsme.ru, 2005).

- жизненный цикл (траектория развития) каждого предприятия индивидуален, что может отражаться в различных последовательностях стадий, различной их длительности и пр.;
- последовательность «становление — расширение — зрелость — возрождение» является в своем роде идеальной траекторией, в действительности на каждой из стадий могут наблюдаться спады, в отдельных случаях — продолжительные и приводящие к ликвидации предприятия;
- после прохождения предприятием стадии зрелости дальнейшее его развитие (последующие стадии и их последовательность) становится сложно предсказуемым и главным образом зависит от удачности осуществляемых инноваций и гибкости организационной структуры;
- на определенном этапе развития малое предприятие может перейти в категорию средних компаний (численность занятых на предприятии и объем оборота превысят соответствующие установленные критерии);
- определенно сказать на какой из стадий жизненного цикла происходит «перерастание» не представляется возможным в силу индивидуальности развития каждого предприятия, однако наиболее вероятно, что такая трансформация может произойти на стадиях роста, зрелости или возрождения.

На рисунке 3 схематично изображена последовательность стадий жизненного цикла, которая использовалась в рамках настоящего исследования

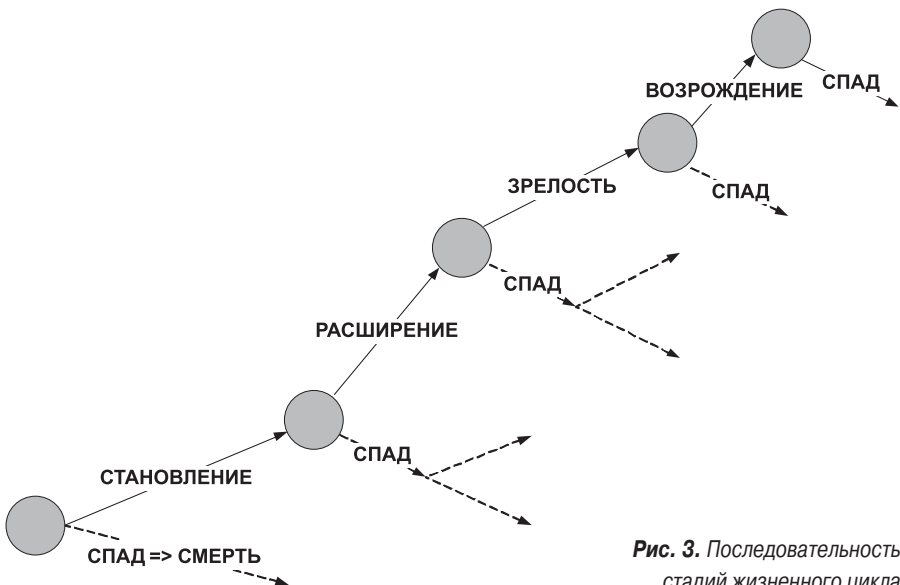


Рис. 3. Последовательность стадий жизненного цикла

(пунктирными линиями на рисунке обозначены альтернативные «идеальному» сценарию развития предприятия).

Наиболее характерные черты предприятий на различных стадиях жизненного цикла представлены в таблице 3.²²

Таблица 3. Характерные особенности развития предприятия на различных этапах жизненного цикла

| Стадия | Характерные особенности |
|-----------------|--|
| Становление | Простая и неформальная организационная структура, концентрация полномочий в руках собственника |
| Расширение | Акцент на увеличение продаж, стремление максимально реализовать преимущества, смещение организационной структуры к функциональному типу, делегирование отдельных полномочий менеджерам, начало формализации процедур |
| Зрелость | Стабилизация роста продаж, частичная бюрократизация организационной структуры, снижение инновационной активности, стремление к повышению эффективности функционирования и равномерному развитию |
| Кризис развития | Временное снижение продаж, рентабельности |
| Возрождение | Диверсификация и расширение предложения, усложнение систем контроля и планирования |
| Спад | Снижение продаж (связанное с ограничениями спроса), снижение рентабельности (в связи с обострением конкуренции и недостатка инновационной активности) |

Смены тенденций развития с роста на спад на протяжении жизненного цикла (помимо системного спада, характерного для наиболее позднего этапа жизненного пути предприятия) также для более точного отражения содержания явления в рамках опросного исследования и дальнейшего анализа данных обозначались термином «кризис развития». Введение этого понятия в анализ было обусловлено необходимостью отражения негативных тенденций временного, несистемного характера, а также в определенной мере — для целей оценки характеристик их глубины исходя из мнений предпринимателей.

Отдельного внимания требует вопрос вариантов генезиса, то есть возможных путей создания малых предприятий. В зависимости от способа создания предприятия могут существенно различаться траектории его развития. Нами в рамках настоящей работы учитывались следующие возможные варианты генезиса малых предприятий:

²² Большая часть характерных черт предприятий на различных стадиях жизненного цикла соответствуют приведенным в исследовании Д. Миллера и П. Фризена «*A longitudinal Study of Corporate Life Cycles*».

- 1) Создание собственником/собственниками «с нуля».
- 2) Создание нового бизнеса с устоявшейся и сформированной ранее командой ключевого персонала.
- 3) Создание в результате реструктуризации малого, среднего или крупного предприятия и выделения функциональной или дивизиональной структурной единицы в отдельное малое предприятие.

При последнем варианте создания малого предприятия его жизненный цикл может достаточно сильно отличаться от описываемого в классических моделях. В частности, в создаваемых указанным образом предприятиях зачастую сразу назначаются профессиональные менеджеры, включая руководителя компании. Кроме того, такие предприятия в ряде случаев не вынуждены привлекать заемные средства и тем самым принимать на себя финансовый риск, являющийся наиболее критичным фактором для начинающего малого предприятия. Таким образом, фактор происхождения малого предприятия в рамках анализа учитывался как значимо влияющий на особенности траектории дальнейшего развития.

Малое предпринимательство

Термин «малое предпринимательство» может рассматриваться с различных точек зрения и имеет несколько различающихся по содержанию российских трактовок (научных и нормативно-правовых), а также трактовок, широко используемых в зарубежной литературе и практике. Следует, кроме того, отметить, что существует проблема, связанная с различием между юридически зарегистрированными лицами и фактически функционирующими хозяйствующими субъектами, создающая возможности возникновения проблем при формировании выборки малых предприятий, при разработке показателей развития малых предприятий и опросных анкет, в процессе опроса субъектов малого предпринимательства, а также при интерпретации результатов опроса.

В настоящем исследовании в отличие от первого его раунда при определении сектора малого предпринимательства предпочтение отдавалось действующей российской нормативной правовой базе, претерпевшей за прошедшее время значимые изменения. Так или иначе, в рамках исследования был проведен анализ научно-исследовательских материалов, посвященных вопросам опыта определения «малого предпринимательства», а также соответствующих нормативно-правовых источников на предмет критериев определения границ сектора малого предпринимательства.

Рассматривая используемую за рубежом терминологию, необходимо отметить, что в Европейском союзе широко используется термин «малое и среднее предпринимательство» (МСП), а в США более распространенным является термин «малый и средний бизнес» (МСБ).

Критерии отнесения коммерческих предприятий к категориям «микро», «малых» и «средних» в различных странах характеризуются достаточным разнообразием.²³ Различия в определении сектора МСП присутствуют даже между отдельными странами Европейского союза, что в условиях проведения политики поддержки малого предпринимательства на национальном уровне создает неравные условия конкуренции между ними. Свои собственные определения МСП используют также Европейский инвестиционный банк и Европейский инвестиционный фонд.

Европейская комиссия выделяет следующие критерии при определении сектора МСП:

- численность занятых на предприятии;
- структура собственности (экономическая независимость);
- финансовые критерии (годовой оборот, балансовая стоимость активов).

Для сравнения количественные значения верхней границы занятых на предприятиях, относящихся к отдельным сегментам (микро (micro), малые (small), средние (medium)) представлены в таблице 4.

Таблица 4. Пороговые значения численности занятых на малых и средних предприятиях

| Территория | Микро-предприятия | Малые предприятия | Средние предприятия |
|--|-------------------|-------------------|---------------------|
| ЕС | 10 | 50 | 250 |
| Германия, Великобритания, Франция, Италия, Испания | 10 | 50 | 250 |
| США | 10 | 100 | 500 |

В исследовании, проведенном Ресурсным центром малого предпринимательства, отмечается следующее: «Результаты исследований, экономическая практика доказывают, что на предприятиях, где количество работающих превышает число 250, существенно более сильный менеджмент во всех сферах предпринимательской деятельности: в производстве, продажах, маркетинге, исследованиях и разработках, в вопросах кадровой политики. Там, где количество работающих меньше 250 человек, менеджмент во всех сферах значительно слабее. Таким образом, пороговое значение в 250 человек занятых отражает качественное отличие сектора МСП от сектора крупных предприятий».²⁴

²³ Более подробно см. «*Micro, Small, and Medium Enterprises: A Collection of Published Data*».

²⁴ Критерии отнесения предприятий к категориям микро, малых и средних. Ресурсный центр малого предпринимательства, М., 1999.

Предметом настоящего исследования является именно малое предпринимательство, однако некоторые вопросы его изучения затрагивают и среднее предпринимательство, что связано с необходимостью определения его границ. Принимая во внимание зарубежный опыт и приоритетность европейского подхода, а также возможность предстоящих изменений в российском законодательстве, предельное количество занятых на средних предприятиях по отношению к данному исследованию ограничивается числом 250 человек.

Предметом отдельного рассмотрения являются вопросы контрактации малых предприятий, которые играют существенную роль в их развитии и имеют особое влияние на жизненный цикл. Так, в частности, использование гибридной контрактации, подразумевающей вертикальные ограничения деятельности предпринимателей, с одной стороны, снижает предпринимательские риски и другие транзакционные издержки, что способствует более устойчивому функционированию, а с другой стороны, оказывает негативные воздействия на конкуренцию, снижая тем самым стимулы к инновациям и темпы экономического развития.

Среди исследований, посвященных данным вопросам, особо стоит отметить следующие:

- Menard С. The economics of hybrid organizations // Presidential Address, International Society for New Institutional Economics, MIT, September 29, 2002;
- Антимонопольное регулирование вертикальных ограничивающих контрактов: российская практика в контексте мирового опыта / Под ред. С.Б. Авдашевой, Т.А. Алимовой. М., 2004.;
- Взаимодействие малых предприятий с крупным производством на региональном уровне (серия «Бизнес-тезаурус»);
- Субконтрактация. Методическое пособие для предпринимателей.

В данных исследованиях отмечается, что степень свободы малого предприятия, заключившего ограничивающий контракт, подобный договору франшизы, может существенно варьироваться, что порождает сложность определения той границы, за которой предприятия с методологической точки зрения не являются самостоятельными. В рамках исследования, лежащего в основе настоящей брошюры, из рассмотрения были исключены малые предприятия, имеющие договора франчайзинга, а также контракты, существенно ограничивающие самостоятельность их хозяйственной деятельности.

Федеральным законом «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (№ 209-ФЗ от 24.07.2007) были пересмотрены границы сектора субъектов малого предпринимательства, выделена категория микропредприятий и введено понятие среднего бизнеса. Кроме того, в состав субъектов малого и среднего предпринимательства были включены и потребительские кооперативы, являющиеся некоммерческими организациями.

В рамках нового закона к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся:

- внесенные в единый государственный реестр юридических лиц:
 - потребительские кооперативы,
 - коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий),
- внесенные в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей:
 - физические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (индивидуальные предприниматели),
 - крестьянские (фермерские) хозяйства.

Законом установлены три условия отнесения перечисленных выше хозяйствующих субъектов к субъектам малого и среднего предпринимательства:

1. Структура уставного капитала:

для юридических лиц — суммарная доля участия Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований, иностранных юридических лиц, иностранных граждан, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов в уставном (складочном) капитале (паевом фонде) указанных юридических лиц не должна превышать 25% (за исключением активов акционерных инвестиционных фондов и закрытых паевых инвестиционных фондов); доля участия, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства, также не должна превышать 25%;

2. Средняя численность работников:

средняя численность работников за предшествующий календарный год не должна превышать следующие предельные значения средней численности работников для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства:

- от 101 до 250 человек включительно для средних предприятий;
- до 100 человек включительно для малых предприятий;
- среди малых предприятий выделяются микропредприятия — до 15 человек;

3. Выручка от реализации товаров (работ, услуг) без учета налога на добавленную стоимость или балансовая стоимость активов (остаточная стоимость основных средств и нематериальных активов), установленная Правительством Российской Федерации.

Постановлением Правительства РФ от 22 июля 2008 г. N 556 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства» установлены сле-

дующие предельные значения выручки от реализации товаров (работ, услуг) за предшествующий год без учета налога на добавленную стоимость для следующих категорий субъектов малого и среднего предпринимательства:

- микропредприятия — 60 млн. рублей;
- малые предприятия — 400 млн. рублей;
- средние предприятия — 1000 млн. рублей.

Закон типизирует субъекты малого и среднего предпринимательства независимо от их организационно-правового статуса. Это означает, что индивидуальный предприниматель в зависимости от параметров своей деятельности может быть как микро, малым или средним предприятием, так и не являться таковым.

В целях настоящего исследования термины «предпринимательство» и «бизнес» используются в качестве синонимов и обозначают самостоятельную, осуществляемую на свой риск деятельность, направленную на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке.²⁵

Критерии отнесения субъектов экономики к малым и средним предприятиям, а также предельные значения показателей, использовавшиеся при анализе, отражены в таблице 5.

Таблица 5. Критерии и показатели, используемые в настоящем исследовании для определения малого и среднего предпринимательства

| Сегмент | Численность занятых (основной показатель) | Порог по обороту | Собственность | Контракция |
|---------------------|---|------------------|---|---|
| Микропредприятия | 15 | 60 млн. рублей | Предприятию или группе предприятий, не принадлежащих сектору МСП, может принадлежать не более 25% собственности предприятия из сектора МСП. | Исключаются предприятия, работающие по договору франчайзинга (франшизы) или аналогичным договорам, в существенной степени ограничивающим спектр самостоятельно принимаемых решений: сбытовые соглашения, лицензии на производство, соглашения об использовании торговой марки, об использовании стратегии и методов хозяйствования. |
| Малые предприятия | 100 | 400 млн. рублей | | |
| Средние предприятия | 250 | 1000 млн. рублей | | |

²⁵ В соответствии со статьей 2 Гражданского кодекса Российской Федерации.

Параметры деятельности малых предприятий, изучавшиеся в рамках исследования

Параметры деятельности, которые оценивались и анализировались в рамках настоящего исследования, главным образом связаны с измерением различных показателей, характеризующих состояние и тенденции развития компании. Очевидно, что в контексте анализа концепции жизненного цикла предприятия макроэкономическая информация не дает адекватных инструментов для проведения исследования приемлемого уровня детализации и может являться лишь дополнительной. В связи с этим основной объем полезной для целей исследования информации был получен в результате анкетирования малых предприятий.

Критерии отнесения предприятий к различным стадиям жизненного цикла, предполагавшиеся к выяснению в рамках анкетирования малых предприятий, выбирались с учетом необходимости выполнения следующих условий:

1. Информационная полнота, то есть наиболее полная характеристика состояния предприятия, учет максимального количества аспектов, отражающих тенденции его развития.
2. Информационная доступность, то есть наличие объективных возможностей получить необходимые данные в рамках анкетирования значительного количества предприятий.

В результате отбора наиболее информативных на наш взгляд параметров и их обобщения²⁶ была сформирована система критериальных показателей, которые в совокупности достаточно полно характеризуют состояние предприятия, дают возможность с удовлетворительно высокой степенью точности идентифицировать тенденции его развития и определить этап жизненного цикла, на котором находится компания. В рамках проведения опросного исследования предпринимателям предлагалось оценить указанные критериальные показатели.²⁷ Далее приведены критерии с необходимыми пояснениями относительно их содержания и особенностей оценки и расчета. Также вводятся априорные предпосылки оценочного характера в отношении поведения показателей на протяжении жизненного цикла компании.

²⁶ Здесь следует оговориться о том, что для наиболее полной характеристики предмета исследования может использоваться система из достаточно большого количества частных показателей. Этот подход, однако, сопряжен со значительными издержками — как касающимися сбора информации, так и связанными с ее анализом. В то же время авторы сочли возможным исходить из предположения о том, что обобщенные, в определенном смысле агрегированные характеристики будут восприниматься респондентами при проведении опросного исследования более полноценно и адекватно действительности за счет комплексного характера оценок по каждому из показателей.

²⁷ Подробнее см. Приложение 1.

1. Динамика оборота предприятия (в %).

Указанный показатель отражает динамику объемов деятельности предприятия. В рамках настоящей работы предполагалось, что показатель роста оборота в течение жизненного цикла имеет характер, схематично представленный на рисунке 4.

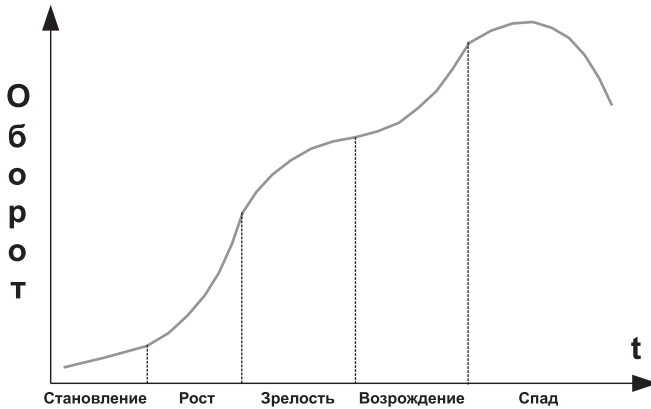


Рис. 4. Динамика оборота в течение жизненного цикла предприятия

Конкретные значения показателя, характеризующие принадлежность компании к определенному этапу жизненного цикла, устанавливались исходя из экспертных соображений при статистическом моделировании, качественные характеристики поведения показателя роста оборота приведены в таблице 6.

Таблица 6. Критерий – показатель роста оборота на протяжении жизненного цикла

| | Становление | Рост | Зрелость | Возрождение | Спад |
|---------------------|-------------|---------|----------|-------------|--------|
| Значение показателя | Высокий | Высокий | Средний | Высокий | Низкий |

2. Возраст фирмы.

Показатель возраста фирмы актуален главным образом для идентификации ранних стадий его развития и отделения стадий становления и рос-

та от других этапов жизненного цикла в случаях, когда прочие критериальные показатели имеют схожие значения.

3. Доля прибыли, реинвестируемой в предприятие.

Инвестиции, осуществляемые компанией, в значительной мере отражают уровень и тенденции ее развития — чем более позитивны перспективы компании на определенном этапе жизненного цикла, тем большие стимулы будут иметь собственники для реинвестирования прибыли в расширение деятельности (доля реинвестированной прибыли будет больше), а также для привлечения дополнительного внешнего капитала.

Динамика показателя на протяжении жизненного цикла компании схематично представлена на рисунке 5.

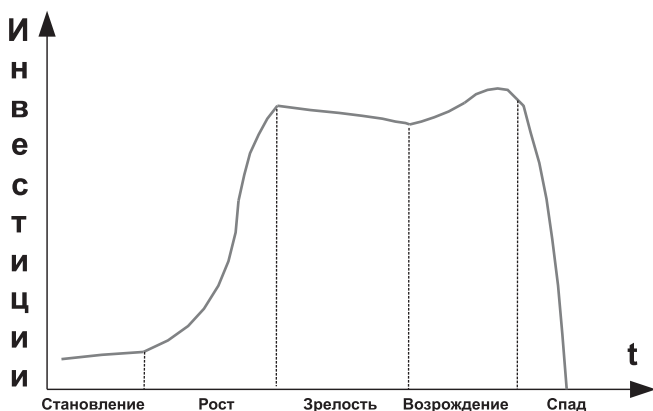


Рис. 5. Динамика показателя доли реинвестируемой прибыли

При этом предполагается, что данный показатель в существенной мере зависит от степени определенности относительно перспектив компании, то есть достигает максимума на этапе бурного роста и существенно снижается в период спада.

4. Финансовые риски предприятия.

Под указанным критериальным показателем подразумевается наличие и степень влияния финансовых рисков, то есть риск неисполнения финансовых обязательств и банкротства.

Наиболее высоки финансовые риски в начале деятельности предприятия, когда в условиях неопределенности относительно рыночного успеха предприятия оно уже обременено обязательствами кредитного характера (см. рисунок 6). По мере роста объема продаж и прибыли финансо-

вые риски снижаются и начинают снова проявляться лишь на этапе спада, когда предприятие испытывает сложности с покрытием издержек снижающимися доходами.

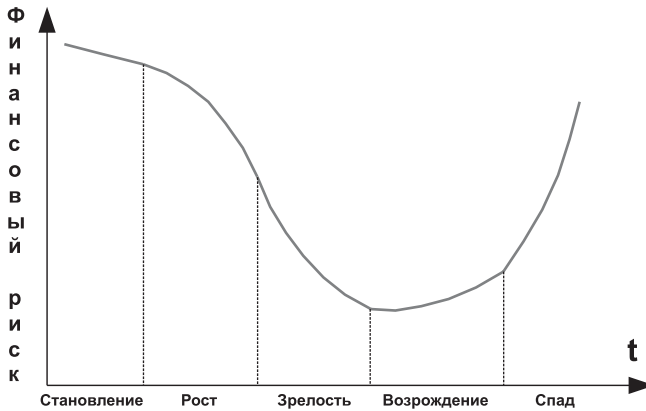


Рис. 6. Динамика показателя финансового риска предприятия

Градации показателя, соответствующие различным стадиям жизненного цикла, представлены в таблице 7.

Таблица 7. Критерий – показатель финансовых рисков предприятия

| | Становление | Рост | Зрелость | Возрождение | Спад |
|---------------------|-------------|-------------------|----------|-------------|-------------------|
| Значение показателя | Высокие | Высокие / средние | Низкие | Низкие | Средние / высокие |

5. Наличие наемных менеджеров.

Наличие менеджеров отражает готовность собственника делегировать полномочия и, как следствие, механизмы принятия управленческих решений в компании.²⁸ Предполагается, что наемные менеджеры могут по-

²⁸ Под наемными менеджерами в данном случае понимаются не строго традиционные менеджеры, имеющие соответствующую должность и статус, а лица, которым собственник делегирует отдельные полномочия по принятию решений, связанных с управлением ресурсами предприятия, при наличии определенной свободы в принятии указанных решений.

явиться в компании на стадии роста при соответствующей готовности собственника. На стадии спада между собственником и менеджерами в ряде случаев могут возникать конфликты, в результате которых повышается контроль и регламентация деятельности управленческого персонала — собственник стремится контролировать все принимаемые решения.

Градации показателя, соответствующие различным стадиям жизненного цикла, представлены в таблице 8.

Таблица 8. Критерий – наличие наемных менеджеров

| | Становление | Рост | Зрелость | Возрождение | Спад |
|----------------------------|-------------|---------------------------|----------|-------------|---|
| Значение показателя | Нет | Нет / начинают появляться | Есть | Есть | Есть, но снижается свобода принятия решений |

6. Степень регламентации внутренних взаимодействий.

Степень регламентации внутренних взаимодействий выражается в готовности собственников делегировать полномочия наемным работникам, сохраняя при этом приемлемо невысокий уровень контроля за их действиями, а также наличие значимой свободы в действиях менеджеров при принятии управленческих решений.

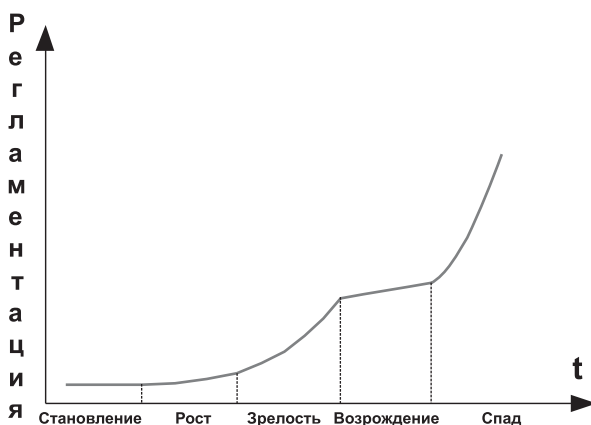


Рис. 7. Динамика степени регламентации внутренних взаимодействий

Предполагается, что данный показатель по мере взросления предприятия характеризуется на всех этапах положительной динамикой, при этом наиболее динамично степень регламентации повышается на этапе спада (см. рисунок 7).

Таблица 9. Критерий – степень регламентации внутренних взаимодействий

| | Становление | Рост | Зрелость | Возрождение | Спад |
|----------------------------|-------------|--------|------------------|------------------|-------------------|
| Значение показателя | Низкая | Низкая | Низкая / Средняя | Низкая / Средняя | Средняя / Высокая |

7. Горизонт планирования.

Состояние предприятия в значительной мере отражается тем, насколько краткосрочные/долгосрочные цели ставятся владельцами и управляющими, на решении задач какого уровня концентрируются материальные и человеческие ресурсы. Предполагается, что, как правило, горизонт планирования на разных стадиях жизненного цикла изменяется образом, представленным в таблице 10.

Таблица 10. Критерий – горизонт планирования деятельности предприятия

| | Становление | Рост | Зрелость | Возрождение | Спад |
|----------------------------|-------------|----------|-------------------|-------------|----------|
| Значение показателя | Короткий | Короткий | Средний / Длинный | Средний | Короткий |

В начале осуществления деятельности преобладает ориентация на решение текущих краткосрочных задач. На стадии бурного роста такая специфика сохраняется в силу значительности числа задач, возникающих перед растущей компанией. На стадии зрелости предприятие может позволить себе ставить сравнительно долгосрочные цели и планировать их достижение. Далее горизонт планирования уменьшается в связи с интенсификацией роста на стадии возрождения и еще больше уменьшается на стадии спада в связи с потерей способности эффективно ориентироваться в рыночной среде.

8. Отношение к риску.

Отношение лиц, принимающих хозяйственные решения на предприятии, к риску в существенной мере характеризует рыночные позиции и

динамику развития предприятия. Наиболее характерна склонность к риску на ранних стадиях осуществления деятельности. По мере взросления склонность к риску снижается и сменяется нейтральностью к нему. На стадии зрелости боязнь потерять имеющиеся позиции и ресурсы заставляет руководителей уклоняться от риска. То же характерно для стадии спада, когда снижается уверенность сотрудников в благоприятных перспективах развития компании. Схематично динамика отношения предприятия к риску на протяжении жизненного цикла представлена на рисунке 8.

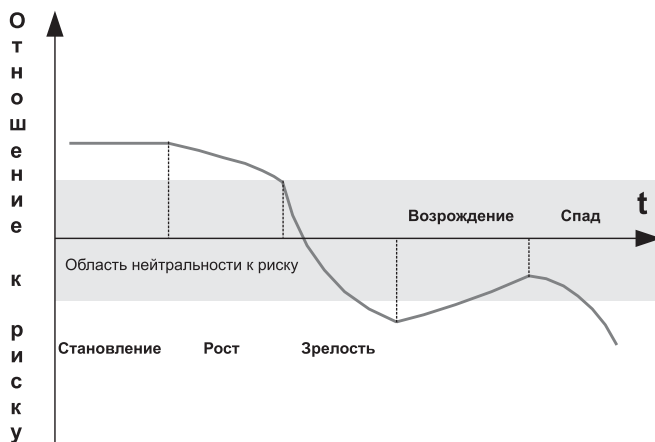


Рис. 8. Динамика склонности к риску

Соответствующие различным стадиям жизненного цикла категории отношения к риску приведены в таблице 11.

Таблица 11. Критерий — отношение к риску

| | Становление | Рост | Зрелость | Возрождение | Спад |
|---------------------|--------------------|--------------------|------------------------------------|-----------------------|--------------------|
| Значение показателя | Склонность к риску | Склонность к риску | Нейтральность / Уклонение от риска | Нейтральность к риску | Уклонение от риска |

9. Инновационная активность.

Под показателем инновационной активности в рамках настоящего исследования понимается готовность и способность предприятия внедрять новые методы производства товаров, оказания услуг и осуществления управленческих функций.²⁹ Очевидно, что на начальных стадиях развития (становление и рост) инновационная активность предприятия достаточно высока. По мере укрепления рыночных позиций (на стадии зрелости) стимулов к осуществлению инноваций становится меньше, вследствие чего указанная активность снижается. На этапе спада способность предприятия к осуществлению инноваций достигает своего минимума (см. таблицу 12).

Таблица 12. Критерий – инновационная активность

| | Становление | Рост | Зрелость | Возрождение | Спад |
|----------------------------|--------------------|-------------|------------------|--------------------|-------------|
| Значение показателя | Высокая | Высокая | Средняя / Низкая | Средняя / Высокая | Низкая |

Приведенная выше система из 9 критериальных показателей способна с достаточно высокой достоверностью характеризовать состояние предприятия и, как следствие, идентифицировать его принадлежность к одной из стадий жизненного цикла. В то же время следует понимать, что в рамках модельных упрощений, за пределами внимания исследователя может оставаться значительный массив ценной информации. В связи с этим при анализе приоритет отдается мнению самого респондента, его оценки относительно состояния и перспектив развития предприятия.

Факторы, влияющие на развитие сегмента малого предпринимательства

Исследование факторов, влияющих на развитие малого предпринимательства, возможно как на основе эмпирических данных, так и на основе теоретических наработок в данной области. Исследование жизненного цикла малых предприятий основано, в частности, на следующих предпосылках:

²⁹ Следует отметить, что в отношении данного критерия возникает вопрос разграничения инноваций в отношении собственно предприятия и рыночных инноваций. Учитывая невозможность выяснения необходимых для полноценного разграничения сведений в рамках опросного исследования, авторами был использован такой синтетический показатель. Показатель, несмотря на то, что может весьма условно именоваться «инновационной активностью», все же несет значительный объем ценной для исследования информации.

- Жизненный цикл малых предприятий состоит из различных стадий, различающихся по характеристикам (параметрам) предпринимательской деятельности.
- Параметры деятельности предприятий подвержены влиянию некоторого набора факторов. На разных стадиях жизненного цикла интенсивность и значимость отдельных факторов может различаться.

В настоящее время существует множество отечественных и зарубежных работ, посвященных изучению факторов, как способствующих, так и препятствующих развитию малого предпринимательства.

Среди свежих российских исследований особый интерес вызывают два совместных исследования ОПОРА — ВЦИОМ. Первое из них — «Условия и факторы развития малого предпринимательства в регионах России» — выполнено в 2006 году при поддержке Минэкономразвития России и нацелено на изучение условий функционирования предпринимательства в субъектах Российской Федерации. Исследователи предлагают подход к изучению факторов развития малого предпринимательства, согласно которому в центре внимания оказываются формальные и неформальные правила и структуры, обеспечивающие поддержание этих правил, то есть институты.

На основании анализа результатов исследования было выделено несколько определяющих факторов, которые формируют предпринимательскую среду в регионах (при этом следует отметить, что отдельные факторы имеют содержательные пересечения и не могут быть выделены как самостоятельные и обособленные):

- Первый фактор — Поддержка малого бизнеса.
- Второй фактор — Правовая защищенность.
- Третий фактор — Безопасность.
- Четвертый фактор — Политики властей.
- Пятый фактор — Доступность финансирования.
- Шестой фактор — Свобода конкуренции.
- Седьмой фактор — Доступность имущественных ресурсов.
- Восьмой фактор — Влияние крупного бизнеса.

Данный набор факторов, как отмечается в исследовании, объясняет 62% дисперсии, что означает наличие других значимых факторов, оказывающих влияние на развитие малых предприятий. За рамками указанного исследования остались такие факторы, как экономико-географическое положение региона, природные условия и ресурсы, человеческий потенциал, покупательная способность и уровень потребительской активности населения, так как все они являются фундаментальными, трудно изменяемыми либо не изменяемыми в принципе, а также фундаментальные политические, экономические и социальные факторы. Они определяются такими широкими понятиями как экономическая и политическая конъюнктура, инвестиционный и социальный климат, культура и ценности населения. Эти условия чрезвычайно важны

для понимания проблем и перспектив предпринимательства, но они очень часто не могут иметь непосредственного влияния на региональном уровне или же существенно преломляются через призму местных особенностей.

Второе совместное исследование ОПОРА — ВЦИОМ, имеющее аналогичное название и проведенное в 2005 году при поддержке Центра предпринимательства Россия—США, имело целью изучение развития инновационного малого предпринимательства в России. В рамках исследования были рассмотрены следующие его аспекты:

- вопросы доступа к ресурсам, в том числе финансовым, информационным, инфраструктурным, кадровым;
- планы предприятий в краткосрочной перспективе, основные стоящие перед ними задачи;
- основные проблемы и сложности, в том числе в сфере защиты прав интеллектуальной собственности, взаимодействия с государственными службами и агентствами.

В рамках Глобального мониторинга предпринимательства (GEM) Государственным университетом — Высшей школой экономики в 2009 году был подготовлен доклад «Раннее предпринимательство в России в условиях глобального кризиса: формы и механизмы адаптации». В числе прочих исследовательских задач в рамках проекта анализировались причины и последствия прекращения предпринимателями бизнеса, то есть «смертности» предприятий. За несколько лет мониторинга получена информация, позволяющая оценить динамику изменения интенсивности различных оснований закрытия бизнеса (см. таблицу 13).

Таблица 13. Основные причины закрытия бизнеса

| | 2006 г. | % |
|---|---|----------|
| 1 | Проблемы с привлечением финансирования | 26,3 |
| 2 | Появилась возможность продать бизнес | 26,3 |
| 3 | Появилась возможность другой работы или другого бизнеса | 15,8 |
| | 2007г. | % |
| 1 | Бизнес не был прибыльным | 25 |
| 2 | Проблемы с привлечением финансирования | 25 |
| 3 | Непредвиденные обстоятельства | 16,7 |
| | 2008 г. | % |
| 1 | Проблемы с привлечением финансирования | 28,6 |
| 2 | Бизнес не был прибыльным | 16,3 |
| 3 | Появилась возможность другой работы или другого бизнеса | 14,3 |
| | 2009 г. | % |
| 1 | Бизнес не был прибыльным | 37,6 |
| 2 | Появилась возможность другой работы или другого бизнеса | 27 |
| 3 | Личные причины | 11,7 |

Центром экономических и финансовых исследований и разработок в 2007 году были подведены итоги шестого раунда мониторинга административных барьеров развития малого предпринимательства, направленного на достижение следующих целей:

- Отследить уровень административного регулирования малого бизнеса,
- Проследить влияние реформы по деbüroкратизации на барьеры для бизнеса в области регистрации, инспекций, лицензирования, сертификации, налогового администрирования.

В результате была получена оценка негативного влияния отдельных факторов на развитие предпринимательства (см. таблицу 14).

Таблица 14. Общая оценка предпринимательского климата³⁰

| | 2001-II | 2004-II | 2006-I |
|---------------------------------------|---------|---------|--------|
| Частые изменения законодательства | | 2,99 | 2,79 |
| Конкуренция | 2,62 | 2,86 | 2,73 |
| Уровень налогообложения | 3,52 | 2,78 | 2,56 |
| Экономическая нестабильность в стране | 3,28 | 2,89 | 2,54 |
| Неравные условия конкуренции | 2,26 | 2,30 | 2,39 |
| Госрегулирование | 2,90 | 2,45 | 2,35 |
| Налоговое администрирование | 3,10 | 2,59 | 2,34 |
| Коррупция | 2,10 | 2,03 | 2,26 |
| Сложности привлечения капитала | 2,63 | 2,42 | 2,25 |
| Риск | 1,34 | 1,21 | 1,19 |

1 – не является проблемой вовсе; 2 – незначительная проблема; 3 – значительная проблема; 4 – очень значительная проблема; 5 – ставит под угрозу существование бизнеса.

Среди зарубежных исследований, посвященных развитию малого и среднего предпринимательства и факторов, оказывающих влияние на это развитие стоит отметить «Enterprise Development Strategy Small- and Medium-Sized Enterprises».

Данное исследование содержит классификацию ограничений развития предпринимательства, в соответствии с которой выделяются следующие группы ограничений:

- 1) Ресурсные ограничения (ограничения, с которыми сталкиваются СМП на рынке факторов производства):
 - а. Финансы и собственность,

³⁰ «Мониторинг административных барьеров развития малого предпринимательства. Раунд 6», ЦЭФИР.

- b. Рынок труда,
- c. Сырьевые ресурсы;
- 2) Ограничения выпуска (доступ на внутренний и внешний рынок может ограничиваться факторами, связанными с размером предприятий):
 - a. Отечественные рынки,
 - b. Международные рынки;
- 3) Регуляторные ограничения:
 - a. Налогообложение и тарифное регулирование,
 - b. Законодательство,
 - c. Перемещение капитала,
 - d. Регулирование рынка труда;
- 4) Управленческие ограничения (отсутствие экономии на масштабе и конкуренция за ноу-хау в менеджменте накладывают существенные ограничения на развитие СМП):
 - a. Управленческие навыки и опыт,
 - b. Консалтинговые услуги;
- 5) Институциональные ограничения (отсутствие стремления к взаимодействию и различия интересов СМП ограничивают их возможности защищать общие интересы и эффективно отстаивать гражданскую позицию):
 - a. Ассоциации и коллективное действие.

Под факторами развития малых предприятий в настоящем исследовании понимались внешние и внутренние (по отношению к предприятию) условия, обстоятельства, оказывающие влияние на различные аспекты ведения предпринимательской деятельности на различных стадиях жизненного цикла малых предприятий и определяющие параметры траектории их развития на этих стадиях.

При этом факторы развития малого предпринимательства были разделены на внутренние и внешние (относительно границ предприятия).

- Внутренние факторы — факторы, связанные с корпоративным управлением малым предприятием (условно-эндогенные факторы, на которые сам предприниматель может оказывать влияние).
- Внешние факторы — факторы, относящиеся к внешней среде малого предприятия (условно-экзогенные факторы, которые воспринимаются предпринимателем как заданные).

Основная причина того, что в качестве основы данной классификации лежит граница организации (деление на внутренние и внешние), а не значимость влияния предпринимателя (деление на экзогенные и эндогенные), заключается в том, что последняя может находиться в рамках объекта исследования, а не являться его предпосылкой. Особенно актуальное отражение данного утверждения можно наблюдать на взаимодействии с органами влас-

ти: в соответствии с классификацией относительно границ организации более очевидно, что данный фактор является внешним по отношению к конкретному предприятию, однако с точки зрения возможности предпринимателя влиять на параметры процесса и результата взаимодействия с властью возникает неопределенность фактического, этического и, следовательно, методологического характера.

В рамках опроса малых предприятий, проводившегося при исследовании жизненного цикла предприятий, изучались (посредством оценок предпринимателей или оценок на основе косвенных характеристик) следующие факторы:

1. Внешние факторы:

1.1. Доступ к ресурсам:

- Финансовые средства;
- Кадровые ресурсы;
- Производственные площади.

1.2. Внешнее вмешательство в деятельность:

- Государственная поддержка;
- Административные барьеры;
- Неформальное вмешательство.

1.3. Рыночные характеристики:

- Наличие монопольной власти;
- Динамика спроса;
- Степень конкуренции;
- Рождаемость/смертность малых предприятий.

1.4. Институциональные соглашения:

- Вертикальные ограничения (единственный поставщик, единственный заказчик, использование торговой марки, технологии);
- Горизонтальные ограничения (профсоюзы, предпринимательские объединения).

1.5. Прочие факторы:

- Макроэкономическая стабильность;
- Использование специальных режимов налогообложения.

2. Внутренние факторы:

1.1. Стратегия развития:

- Наличие;
- Надежность.

1.2. Предпринимательский опыт:

- Потребности в опыте предпринимательства;
- Потребности в опыте работы в определенной бизнес-сфере.

1.3. Мотивация:

- Собственная оценка возможностей роста;
- Желание к расширению.

Данный перечень факторов не является закрытым с точки зрения полноты набора условий, влияющих на сегмент малого предпринимательства, однако, по мнению авторов, указанные факторы являются наиболее значимыми и актуальными в общероссийском исследовательском контексте. Набор исследуемых факторов также был намеренно ограничен в силу изначально определенных возможностей по масштабам выборки.

ГЛАВА 2. ОФИЦИАЛЬНАЯ СТАТИСТИКА СЕКТОРА МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Одним из основных источников информации о деятельности малых предприятий являются официальные статистические данные, регистрируемые Федеральной службой государственной статистики. Эти данные могут предоставить достаточно полную картину развития сектора в целом. В то же время официальные данные фиксируют только отдельные агрегированные показатели малого предпринимательства и не отражают особенности функционирования малых предприятий на различных этапах жизненного цикла.

Тем не менее, для достижения полноты и самодостаточности исследования авторы считают необходимым в краткой форме привести ключевые показатели развития сектора малого предпринимательства, фиксируемые в статистических сводках Росстата, а также ставшие с недавнего времени доступными данные по сектору среднего бизнеса. Это позволит представить общие тенденции в сегменте малого и среднего бизнеса, их взаимосвязь с макроэкономическими процессами в стране.

Для целей характеристики состояния и динамики развития малых предприятий наиболее важными являются показатели количества малых предприятий, численности сотрудников, а также характеристики оборота и инвестиционной активности. Рассмотрим далее динамику основных показателей развития субъектов малого предпринимательства в 2006–2008 гг.

С 1 января 2008 года вступил в силу Федеральный закон от 24 июня 2007 года № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». Одним из нововведений, установленных Федеральным законом, является принципиально новый подход к определению границ секторов предпринимательства. Так, с 1 января 2008 года критериями отнесения предприятий к соответствующей категории являются средняя численность работников, независимо от вида деятельности, и предельные значения выручки от реализации или балансовой стоимости активов. Кроме того, с 2008 года среди малых предприятий стали выделяться также микропредприятия. Также подвергся изменениям порядок ведения статистических наблюдений за деятельностью малых предприятий: в настоящий момент статистические данные в сфере малого предпринимательства формируются без учета микропредприятий. Статистические наблюдения за деятельностью микропредприятий проводятся один раз в год.

Принимая во внимание указанные обстоятельства, с целью сопоставления динамики развития малого предпринимательства за 2007 и 2008 годы официальные статистические данные о результатах деятельности малых предприятий и микропредприятий за 2008 год были агрегированы.

Официальная статистика сектора малого предпринимательства свидетельствует о положительной динамике основных показателей этого сегмента экономики в 2006–2008 годах.

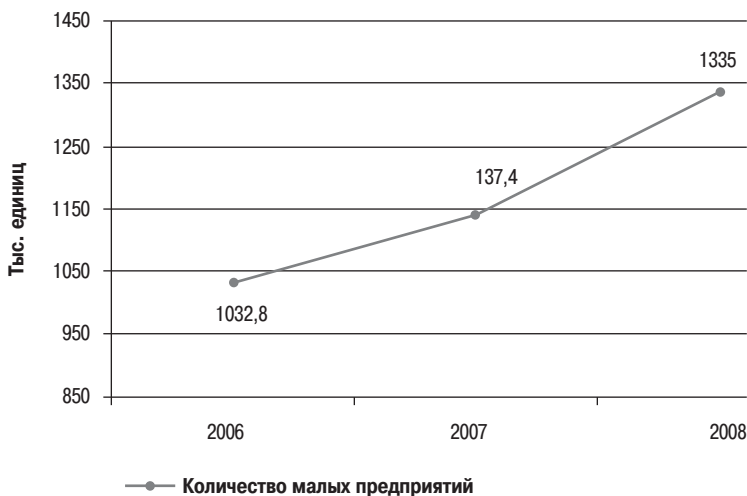


Рис. 9. Динамика количества малых предприятий в 2006–2008 гг.

Динамика изменения количества малых предприятий в разрезе федеральных округов в целом не сильно различается. За рассматриваемый период был зафиксирован стабильный рост данного показателя. Различались лишь темпы данного роста. Наибольшие темпы прироста (свыше 20%) количества малых предприятий наблюдались в Сибирском, Приволжском и Южном федеральных округах. Сравнительно низкие темпы роста характерны для Дальневосточного и Северо-Западного федеральных округов.

По количеству малых предприятий на 1000 человек населения лидерами являются Северо-Западный и Центральный федеральные округа — лишь в этих двух федеральных округах показатель в 2008 году составил величину, превышающую среднюю по Российской Федерации. На протяжении 2006–2008 гг. указанный параметр в целом по России рос довольно высокими темпами.

Структура малого предпринимательства в разрезе видов экономической деятельности характеризуется значительным уклоном в сферу торговли (около 45% от всех малых предприятий). За рассматриваемый период доля торговых предприятий фактически не изменилась. Стагнацией в сравнении с прочими видами деятельности при этом характеризовалась активность малого

бизнеса в обрабатывающих производствах (падение доли с 12% до 11,3% в течение 2006–2007 гг.). Определенно положительно можно охарактеризовать рост числа малых предприятий в сфере гостиничного и ресторанного бизнеса, что выразилось не только в росте количества предприятий, но и в заметном увеличении их доли в общей структуре занятости малых компаний.

Из остальных видов деятельности следует выделить положительную динамику численности малых предприятий в сфере транспорта и связи, особенно явно выразившуюся в 2007 году (рост почти на 14% к 2006 году). В остальных видах экономической деятельности сложно говорить о значимых изменениях веса в общей структуре сектора малого бизнеса.

Наряду с количеством малых предприятий одним из основных индикаторов развития сектора малого предпринимательства является численность сотрудников малых предприятий. Согласно данным официальной статистики численность работников списочного состава малых предприятий (без внешних совместителей) в 2006–2008 годах неуклонно возрастала, тогда как численность занятых на одно малое предприятие постепенно снижалась. Во многом это связано с тем, что темпы роста количества малых предприятий значительно превышали темпы роста среднесписочной численности занятых на малых предприятиях. Одним из объяснений данного факта является увеличение в рассматриваемый период количества так называемых «фирм-однодневок» и числа компаний, не осуществляющих деятельность и не имеющих сотрудников, но не прошедших процедуру ликвидации.

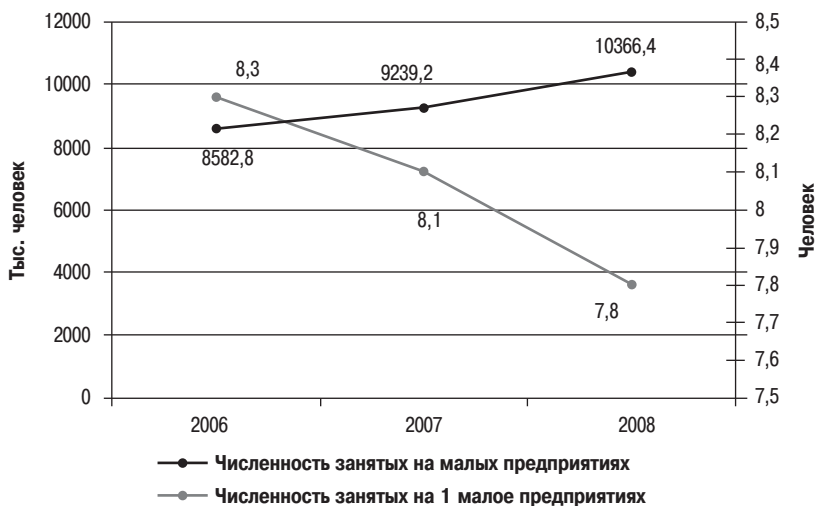


Рис. 10. Динамика численности занятых на малых предприятиях в 2006–2008 гг.

Численность сотрудников малых предприятий по федеральным округам не представляет существенного интереса для настоящего исследования, поскольку легко видеть, что основным фактором, определяющим распределение совокупной численности сотрудников малых предприятий между федеральными округами, является количество малых предприятий в каждом из федеральных округов. При этом относительно большее (в среднем на одно предприятие) количество трудовых ресурсов задействуют малые предприятия Центрального, Приволжского и Южного федеральных округов, наименее обеспечены трудовыми ресурсами малые предприятия Северо-Западного и Сибирского федеральных округов.

Показатели динамики численности сотрудников малых предприятий существенно различаются по федеральным округам. Наиболее высокие темпы прироста численности сотрудников малых предприятий зафиксированы в Сибирском и Южном федеральных округах. Самые низкие темпы роста показателя характерны для Северо-Западного федерального округа.

Большая часть занятых на малых предприятиях в 2007 году работали в сферах оптовой и розничной торговли, ремонта автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования (доля занятых в организациях указанной специализации в общем числе занятых на малых предприятиях в 2007 году составляла 32,5%), обрабатывающих производств (доля в 2007 году — 19,6%), строительства (доля в 2007 году — 17,6%), операций с недвижимым имуществом, аренды и предоставления услуг (доля в 2007 году — 13,1%). Сравнительно меньшая численность сотрудников наблюдается в сегментах малого бизнеса, специализирующихся на здравоохранении и предоставлении социальных услуг (доля в 2007 году — 1,1%), рыболовстве и рыбоводстве (доля в 2007 году — 0,3%), а также образовании (доля в 2007 году — 0,1%).

Лидерами с точки зрения удельной численности сотрудников являются малые предприятия в сферах обрабатывающих производств, производства и распределения электроэнергии, газа и воды, строительства и добычи полезных ископаемых. Наименьшее удельное число сотрудников характерно для малых предприятий, основными видами деятельности которых являются финансовая деятельность, операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг, а также оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования.

Значительный интерес представляют не только количественные показатели, в том числе скорректированные на масштабы рынков регионов, но и качественные показатели, характеризующие эффективность деятельности предприятий и организаций. В частности, эффективность функционирования малых предприятий в определенной мере может быть оценена на основе данных

о финансовых результатах их деятельности. Эффективным в данном случае можно считать предприятие с положительными финансовыми результатами (наличием ненулевой прибыли), а показателем эффективности сегмента экономики в целом может служить показатель доли занятых в нем прибыльных предприятий. При этом, однако, следует учитывать, что официально регистрируемый показатель не учитывает масштабов «теневой» активности, которые могут существенно различаться в различных сегментах экономики.

На протяжении 2006–2007 гг. доля убыточных малых предприятий продолжала снижаться (с 28,3% до 21,8%). В 2007 г. в отношении к 2006 г. можно говорить о снижении указанного показателя применительно ко всем видам экономической деятельности. Отдельные случаи увеличения доли убыточных предприятий наблюдались в сфере предоставления коммунальных, социальных и персональных услуг.

Следует особо отметить, что доля убыточных предприятий в целом по сегменту малого предпринимательства на всем рассматриваемом временном промежутке была ниже аналогичной доли в сегментах среднего и крупного бизнеса, что может свидетельствовать о сравнительно более высокой эффективности малых предприятий (естественно, с поправкой на разницу в масштабах «теневой» активности). Выше, чем в сегментах среднего и крупного бизнеса, доля убыточных малых предприятий оказалась в сферах сельского хозяйства, охоты и лесного хозяйства, рыболовства и рыбоводства, добычи полезных ископаемых, строительства, гостиничном и ресторанном бизнесе, финансовой деятельности, образовании, а также в сфере предоставления прочих коммунальных, социальных и персональных услуг.

Положительная динамика качественного развития малого бизнеса отражается и в росте вклада малых предприятий в основные агрегированные экономические показатели. Так, доля произведенной малыми предприятиями добавленной стоимости (доля в ВВП) составила в 2008 году 21%³¹. Доля оборота малых предприятий в общем обороте организаций³² составила в 2008 году 25,6%. Динамика оборота малых предприятий представлена на следующем рисунке (рис. 11).

Из представленного рисунка видно, что оборот малых предприятий на рассматриваемом промежутке времени достаточно динамично рос. Однако в 2008 году темпы роста показателя заметно замедлились и оказались меньше темпов прироста количества малых предприятий. Во многом это обуславливается снижением деловой активности малых предприятий в третьем и четвертом кварталах 2008 года, связанным с расширением влияния финансово-экономического кризиса в ноябре–декабре 2008 года.

³¹ По данным Минэкономразвития России.

³² Данный показатель рассчитывается ФСГС вместо показателя доли в общем выпуске товаров и услуг с 2005 года.



Рис. 11. Динамика оборота малых предприятий в 2006–2008 годах (с учетом индекса потребительских цен)

Одним из наиболее существенных факторов, определяющих конкурентоспособность отдельных секторов и сегментов, а также экономики в целом, является воспроизводство и обновление основных средств, выражающееся в объеме осуществляемых предприятиями инвестиций в основной капитал (см. рис. 13).



Рис. 12. Динамика инвестиций в основной капитал на малых предприятиях в 2006–2008 гг. (с учетом индекса потребительских цен)

В рассматриваемый период была зафиксирована значительная инвестиционная активность малого бизнеса: в 2008 году объем инвестиций в основной капитал вырос на 60,9% в сравнении с предыдущим годом. Возросла также доля инвестиций в основной капитал на малых предприятиях в общем объеме таких инвестиций в экономике: на 1 января 2009 года данный показатель составил 5,4%.

Таким образом, резюмируя обзор данных макроэкономической статистики, тенденции развития малого предпринимательства в 2006–2008 годах можно охарактеризовать как в целом благоприятные.

Новая система статистического учета охватывает также и категорию средних предприятий. Ранее статистические данные о средних предприятиях в общем массиве официальной статистической информации не выделялись. Как правило, результаты деятельности средних предприятий рассматривались вместе с результатами деятельности крупных предприятий. С 2008 года Федеральная служба государственной статистики начала вести отдельный учет деятельности средних предприятий, что в большей мере соответствует устоявшейся в развитых странах практике и позволяет выделять обобщенно сектор МСП (SME).

К настоящему моменту накопленный массив информации о средних предприятиях позволяет рассмотреть отдельные их характеристики за период с 1 квартала 2008 года по 3 квартал 2009 года (рис. 13).

Динамика изменения количества средних предприятий в разрезе федеральных округов в рассматриваемый период значительно различается. В це-



Рис. 13. Динамика количества средних предприятий в 2008 году и I–III кв. 2009 г.

лом по России был зафиксирован небольшой рост числа средних компаний, при этом темпы данного роста сокращались. Наибольшие темпы роста показателя характерны для Уральского, Северо-Западного и Южного федеральных округов. При этом, в Дальневосточном и Сибирском федеральных округах произошло заметное сокращение количества средних предприятий.

Структура среднего предпринимательства в разрезе видов экономической деятельности характеризуется значительным уклоном в сферу трех видов деятельности: 1) сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство; 2) оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования; 3) обрабатывающие производства. Указанными видами деятельности в 3 квартале 2009 года занимались более 60% средних предприятий, причем доля средних предприятий в сфере сельского хозяйства, охоты и лесного хозяйства в 1–3 кварталах 2009 года неуклонно снижалась, а в сфере ремонта автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования — росла (с 17,9% до 23,1% в течение 2008–2009 гг.).

Стагнацией в сравнении с прочими видами деятельности характеризовалась активность среднего бизнеса в сфере образования (падение доли с 3% до 0,2% в течение 2008–2009 гг.). Также за рассматриваемый период значительно сократилась доля средних предприятий в сфере государственного управления и обеспечения военной безопасности, социального страхования (падение доли с 1,4% до 0,1%), здравоохранения и предоставления социальных услуг (с 2,3% до 0,9%), а также в сфере предоставления прочих коммунальных, социальных и персональных услуг (с 2,3% до 1,2%).

С другой стороны, при анализе структуры среднего предпринимательства с точки зрения объема оборота картина немного меняется. Так, основная часть оборота средних предприятий (более 80%) сконцентрирована в трех видах деятельности: оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования (43%), обрабатывающие производства (23,3%) и строительство (12,6%). Несмотря на то что сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство, как было указано ранее, является преобладающим видом деятельности среди средних предприятий (более 20% из них осуществляют указанный вид деятельности), по объемам оборота такие средние предприятия не находятся среди лидеров.

Наибольший вклад в оборот средних предприятий в целом по стране вносят средние предприятия Центрального федерального округа (33,1%) и Приволжского федерального округа (18,7%). Наименьшая доля оборота приходится на средние предприятия Дальневосточного федерального округа (4,1%).

Таблица 15. Оборот средних предприятий по федеральным округам в 2008 году

| | 2008 год, млрд. руб. | 2008 год, % |
|-----------------------------------|---------------------------------|------------------------|
| Российская Федерация | 3099,8 | 100 |
| Центральный федеральный округ | 1025,4 | 33,1 |
| Северо-Западный федеральный округ | 457,3 | 14,8 |
| Южный федеральный округ | 326,2 | 10,5 |
| Приволжский федеральный округ | 578,5 | 18,7 |
| Уральский федеральный округ | 244,8 | 7,9 |
| Сибирский федеральный округ | 341,3 | 11,0 |
| Дальневосточный федеральный округ | 126,2 | 4,1 |

Таблица 16. Оборот средних предприятий по видам экономической деятельности в 2008 году

| | 2008 год, млрд. руб. | 2008 год, % |
|--|---------------------------------|------------------------|
| Всего | 3099,8 | 100 |
| Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство | 173,1 | 5,6 |
| Рыболовство, рыбоводство | 10,1 | 0,3 |
| Добыча полезных ископаемых | 42,0 | 1,4 |
| Обрабатывающие производства | 721,8 | 23,3 |
| Производство и распределение электроэнергии, газа и воды | 55,7 | 1,8 |
| Строительство | 390,4 | 12,6 |
| Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования | 1332,3 | 43,0 |
| Гостиницы и рестораны | 24,6 | 0,8 |
| Транспорт и связь | 125,2 | 4,0 |
| Финансовая деятельность | – | – |
| Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг | 194,5 | 6,3 |
| Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное страхование | – | – |
| Образование | 1,8 | 0,1 |
| Здравоохранение и предоставление социальных услуг | 10,7 | 0,3 |
| Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг | 16,6 | 0,5 |

ГЛАВА 3. ВЫБОРОЧНОЕ ОБСЛЕДОВАНИЕ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

3.1. Методика выборочного обследования и характеристика выборки

В рамках проекта было проведено анкетирование 300 руководителей малых предприятий в 4 субъектах Российской Федерации: Москве, Новгородской, Томской и Ростовской областях. Опрос проходил в мае—июле 2009 года. Выбор указанных регионов для проведения опроса был обусловлен наличием значимых различий между ними в отраслевой специализации малых предприятий и проведением в них предыдущего раунда исследования жизненного цикла малых предприятий.³³ Приблизительно 40% респондентов участвовали в первом раунде исследования в середине 2007 года. Небольшой процент предприятий, участвовавших в обоих опросах, объясняется как выбытием предприятий (ликвидация, перерегистрация или смена адреса и контактных данных), так и довольно высокой сложностью анкеты. По результатам исследования 2007 года 28% респондентов не выразили желания участвовать в последующих опросах.

Таким образом, выборки двух раундов опросов не являются независимыми в силу наличия в них круга повторяющихся респондентов. Указанный факт позволяет рассчитывать на более адекватные результаты анализа в сравнительной статике (чем если бы выборки не пересекались), так как снижает вероятность сильной смещенности выборок относительно друг друга. Такая ситуация позволяет более точно отследить изменения ситуации во втором раунде в сравнении с первым, касающиеся, например, смены предпринимательского климата с наступлением финансово-экономического кризиса.

Для снижения вероятности смещения выборочной совокупности к выборке, формировавшейся региональными координаторами опросов, предъявлялись требования в виде квот по количеству предприятий в выборочной совокупности в разрезе четырех критериев. Эти критерии приведены в таблице 17.

Отраслевые выборочные квоты (квоты по видам деятельности) устанавливались индивидуально для каждого из субъектов Российской Федерации, принимавших участие в опросе, в зависимости от особенностей отраслевой структуры и других специфических характеристик сегмента малого предпринимательства в регионе. В частности, основной целью установления выборочных квот являлось достижение отраслевой репрезентативности. Таким образом,

³³ Жизненный цикл малого предприятия. М.: Фонд «Либеральная миссия»; Новое литературное обозрение, 2009.

Таблица 17. Критерии квотирования выборки предприятий при проведении опросов в регионах

| Критерий | Возможные значения критерия |
|--|--|
| Вид деятельности Основной вид деятельности предприятия | <ul style="list-style-type: none"> • производство потребительских товаров • производство продукции промышленного назначения • строительство • оптовая торговля • розничная торговля • предоставление транспортных услуг • предоставление услуг связи • предоставление прочих видов услуг • операции с недвижимым имуществом, аренда • деятельность, связанная с использованием вычислительной техники и информационных технологий • научные исследования и разработки • сельское хозяйство • прочие виды деятельности |
| География деятельности Географическая область осуществления деятельности | <ul style="list-style-type: none"> • областной центр • область |
| Возраст Срок осуществления деятельности | <ul style="list-style-type: none"> • менее 2 лет • более 2 лет |
| Размер предприятия Численность сотрудников предприятия | <ul style="list-style-type: none"> • индивидуальный предприниматель • микропредприятие • малое предприятие |

выборка не отражает реальной структуры сектора малого предпринимательства, однако позволяет получать значимые результаты в отношении сравнительно узких сегментов малого бизнеса. Квоты по географии осуществления деятельности, возрасту предприятий и их размеру устанавливались также с целью повышения репрезентативности выборки и попадания в нее сравнительно разнородных предприятий сегмента малого бизнеса. Опрос проводился среди непосредственных руководителей предприятий на условиях анонимности и использования полученной информации исключительно в обобщенном виде.

Следует сразу отметить, что в рамках анализа данных, полученных в результате проведения опросного исследования, возможно применение двух альтернативных и в определенной мере дополняющих друг друга подходов. Различие в подходах заключается в выборе отправной точки анализа с точки зрения классификации предприятий по различным стадиям жизненного цикла. Первый подход заключается в ориентации на субъективное мнение (или самоидентификацию) предпринимателей, второй — в разработке статистической модели классификации. В рамках настоящей работы предпочтение от-

дается первому из изложенных подходов. Тем не менее, подход модельной классификации используется в исследовании, ее основные результаты приведены в конце настоящей главы.

В выборку обследования попали как только что созданные предприятия, так и достаточно возрастные компании. Максимальный возраст составил 21 год. В среднем по выборке длительность функционирования предприятий на момент опроса составила 7,1 лет с разбросом (стандартным отклонением) в 5 лет. Этот возраст несколько превышает результат первого раунда, который составил 6,7 лет.

Сравнительно «молодым», как и по результатам первого раунда обследования, оказался малый бизнес в Томской области — средний возраст предприятий выборки составил 5,3 лет (стандартное отклонение составило 4 года). Самым большим средним возрастом предприятий-респондентов характеризовалась Москва, где он составил 8,2 лет при стандартном отклонении в 4,9 лет. В Ростовской и Новгородской областях этот показатель составил 6,8 и 8 лет соответственно.

В разрезе видов деятельности в выборке были представлены все основные сферы активности малого бизнеса с некоторым смещением в производственную сферу. Так, больше всего в выборке предприятий, занимающихся в основном розничной торговлей (13,7%), производством продукции промышленного назначения (13,3%) и потребительских товаров (13,3%), строительством (10,3%). В меньшей мере в выборке представлены организации, предоставляющие услуги связи, а также занятые в сельском хозяйстве. В целом структура выборки по видам деятельности соответствует структуре первого раунда обследования.

Таблица 18. Основной вид деятельности предприятий, попавших в выборку

| Основной вид деятельности | Доля, % |
|---|---------|
| Розничная торговля | 13,7 |
| Производство продукции промышленного назначения | 13,3 |
| Производство потребительских товаров | 13,3 |
| Строительство | 10,3 |
| Предоставление прочих видов услуг | 9,7 |
| Оптовая торговля | 7,3 |
| Операции с недвижимым имуществом, аренда | 6,7 |
| Использование вычислительной техники и ИТ | 5,7 |
| Предоставление транспортных услуг | 5,3 |
| Научные исследования и разработки | 5,3 |
| Сельское хозяйство | 4,3 |
| Предоставление услуг связи | 4 |
| Другое | 1 |

Преобладающей организационно-правовой формой предприятий, попавших в выборочное обследование, была форма общества с ограниченной ответственностью (75,7% предприятий). Также в выборке были представлены индивидуальные предприниматели (19,7%) и закрытые (3%) и открытые (0,7%) акционерные общества.

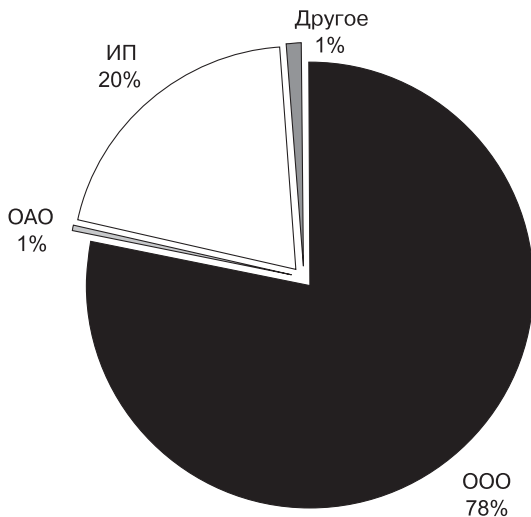


Рис. 14. Организационно-правовые формы предприятий, попавших в выборку

В части предпосылок организации предприятий, попавших в выборку структура ответов не сильно отличается от результатов первого раунда. «С нуля» начинали свой бизнес 62% респондентов. Со сложившейся командой стартовали 17% опрошенных предприятий. Кроме того, 17,7% компаний организовывались на основе активов другой компании или предыдущего бизнеса респондента. Также в выборке оказалось несколько предприятий (2%), которые были куплены как уже функционирующие хозяйствующие субъекты.

3.2. Характеристика стадий жизненного цикла малых предприятий

На рисунке представлено распределение предприятий, попавших в выборку, по стадиям жизненного цикла в соответствии с тем, как сами предприни-

матели идентифицируют этап развития своего предприятия. Максимальное количество респондентов в рамках второго раунда обследования отнесло свои предприятия к зрелым. Наименее представленными оказались в выборке компании на стадии возрождения. На стадиях с положительной динамикой развития в совокупности находятся 62% предприятий.

Во втором раунде также в отличие от первого появились предприятия, принадлежность которых к одной из предложенных стадий жизненного цикла не была оценена респондентами — 6 из них затруднились с соответствующим ответом. В дальнейшем анализ по этим предприятиям проводится только применительно к вопросам, относящимся к выборке в целом (без разреза по стадиям развития).

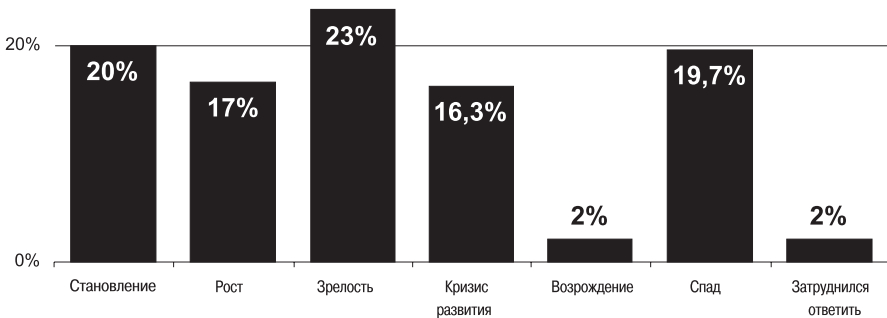


Рис. 15. Распределение предприятий выборочной совокупности по стадиям жизненного цикла: раунд 2

Сразу следует отметить очень существенные отличия результатов распределения предприятий по стадиям жизненного цикла от полученных в первом раунде исследования. Сравнительно стабильными в выборке оказались только доли предприятий на стадиях становления и зрелости. Более чем в два раза уменьшилось число компаний, относящих себя к стадии роста. При этом произошло существенное увеличение групп предприятий, испытывающих кризис и спад (рис. 16).

Общая численность предприятий на стадиях с положительной динамикой заметно снизилась — с 83% в 2007 году до 62% в 2009.

Распределение по стадиям жизненного цикла в региональном разрезе приведено в таблице 19.

Если во время первого раунда исследования в Москве была зафиксирована максимальная доля предприятий на стадии становления (30,8%), то в 2009 го-

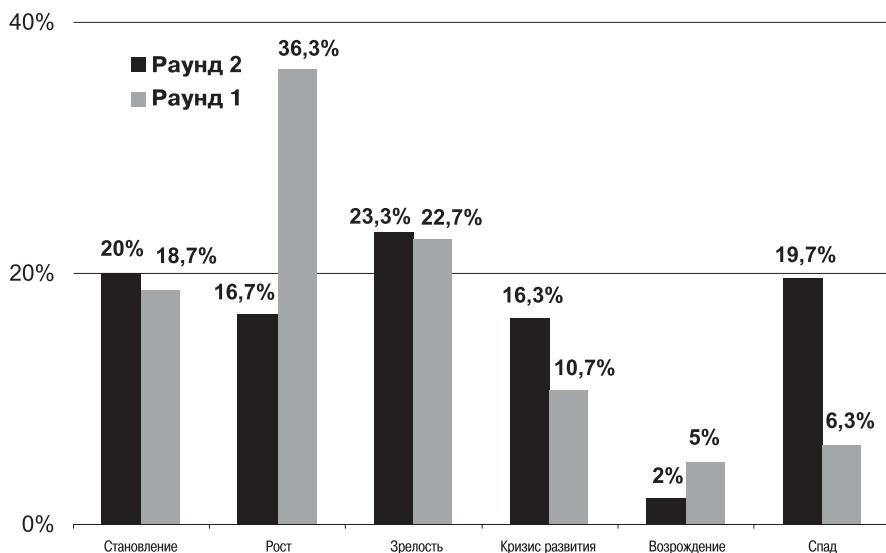


Рис. 16. Распределение предприятий выборочной совокупности по стадиям жизненного цикла — сравнение двух раундов исследования

ду эта доля снизилась до 5,3% и большая часть опросной выборки оказалась на стадии спада (42,1%). В Новгородской области, как и в рамках первого раунда, довольно большая доля предприятий находится на стадии кризиса развития, но эта доля заметно поднялась — с 16% до 28,4%. В этом регионе немного больше чем в среднем по выборке группа растущих предприятий — 23%, однако и она испытала серьезное сокращение в сравнении с предыдущим раундом.

Таблица 19. Распределение предприятий выборочной совокупности по стадиям жизненного цикла в региональном разрезе

| | Москва | Новгородская область | Томская область | Ростовская область |
|----------------------|--------|----------------------|-----------------|--------------------|
| Становление | 5,3% | 10,8% | 45,3% | 18,7% |
| Рост | 10,5% | 23% | 16% | 17,3% |
| Зрелость | 25% | 17,6% | 21,3% | 29,3% |
| Кризис развития | 9,2% | 28,4% | 8% | 20% |
| Возрождение | 2,6% | 4,1% | 1,3% | 0% |
| Спад | 42,1% | 16,2% | 8% | 12% |
| Затруднился ответить | 5,3% | 0% | 0% | 2,7% |

В Томской области во втором раунде оказалась большая доля предприятий, находящихся на стадии становления — 45,3% выборки. В первом раунде большинство составляли растущие и зрелые компании, доли которых составляли 44,6% и 31,1% соответственно.

Примечательной особенностью предприятий Ростовской области является значительная доля предприятий, руководители которых охарактеризовали свои компании как зрелые.

Доля предприятий в стадии роста снизилась по отношению к первому раунду во всех исследуемых регионах, также во всех субъектах увеличилась доля предприятий в стадии спада.

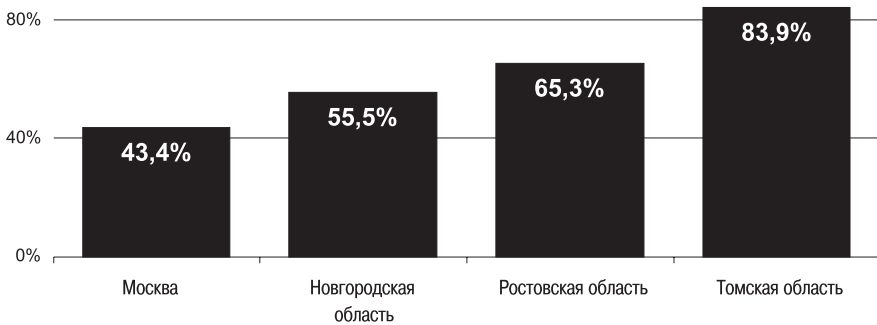


Рис. 17. Доли предприятий, находящихся на стадиях с положительной динамикой

В целом наименее благоприятной представляется картина в Москве — на стадиях стагнации здесь оказалось более половины предприятий. Томская область, хотя и испытала определенное ухудшение, осталась лидером по доле предприятий с положительной динамикой. В 2007 году на негативных стадиях в Томской области находилось около 3% опрошенных компаний, в 2009 — около 16%. В Москве увеличение доли таких предприятий выглядит значительно более внушительно — с 15,3% до 56,6%.

Отдельные количественные характеристики стадий жизненного цикла

Рассмотрим далее количественные характеристики деятельности предприятий на различных стадиях жизненного цикла. В первую очередь интерес представляют показатели возраста компаний, длительности прохождения ими отдельных этапов развития и жизненного цикла в целом. Оценки длительности прохождения стадий строятся посредством усреднения мнений

респондентов о сроке прохождения их предприятиями в прошлом тех или иных этапов.

Стадия становления

В общей сложности принадлежность своего предприятия к стадии становления отметили 60 респондентов. Самое молодое предприятие на этом этапе развития образовалось менее чем за месяц до момента опроса, самому старому на момент интервью было 17,5 лет. Средний возраст предприятий на стадии становления составил 3,5 года (в первом раунде исследования он составлял 3,3 года).

Длительность нахождения на стадии становления применительно к предприятиям, еще не прошедшим этот этап развития, в среднем составила 26,2 месяца. Примечательным является тот факт, что предприятия, уже завершившие этап становления, оценили его длительность в среднем в 21 месяц.

Стадия роста

Предприятий на стадии роста в выборке опроса оказалось 50. Средний их возраст составил 4,5 года, максимальный — 16 лет. Одно предприятие, охарактеризовавшее себя как растущее, было создано менее чем за месяц до проведения обследования.

Предприятия, находящиеся на стадии роста, оценили ее длительность к текущему моменту в среднем в 37,6 месяцев. Как и в случае стадии становления, оценка проходивших стадию респондентов в отношении ее длительности оказалась меньше и составила 32,4 месяца.

Стадия зрелости

К стадии зрелости отнесли свои предприятия 70 респондентов. Средний возраст таких предприятий составил 8,9 лет. Возраст самого молодого предприятия на этой стадии оказался равным 2 годам, созданного раньше остальных компаний этой группы — 19 годам.

Стадия зрелости, что является вполне логичным, оказалась наиболее длительной. Так, предприятия, находящиеся на этой стадии, в среднем оценили ее длительность в 32,9 месяца. Полная длительность прохождения стадии предприятиями, завершившими ее в прошлом, составила в среднем 45,3 месяца.

Стадия кризиса развития

Предприятий, находящихся на стадии кризиса, в выборке оказалось 49. Средний возраст таких предприятий составил 9,8 лет. При этом минимальный возраст составил 10 месяцев, максимальный — 18 лет и 5 месяцев.

Продолжительность кризиса у предприятий, в настоящий момент его испытывающих, в среднем составила 11 месяцев. Компании, проходившие этап кризиса развития в прошлом, в среднем миновали его за 14,5 месяцев.

Стадия возрождения

Стадия возрождения, как и в рамках первого раунда, оказалась наименее представленной в выборке — всего 6 респондентов отнесли свои предприятия к этому этапу развития. Самой молодой компании в стадии возрождения было 10 месяцев, максимальный возраст составил 8 лет и 3 месяца.

Возрождение также оказалось самой краткосрочной стадией жизненного цикла. Так, 6 предприятий этой стадии в среднем находятся на ней лишь 4,4 месяца. Компании, в прошлом уже завершившие этап возрождения, проходили его в среднем 10 месяцев.

Стадия спада

На стадии спада из числа предприятий, попавших в выборочную совокупность, на момент опроса находилось 59 компаний. Средний их возраст составлял 8,7 лет. Минимальный возраст оказался равным 8 месяцам, максимальный — 21 году.

Один из респондентов указал, что его предприятие находится на стадии спада уже 92 месяца. С учетом этого ответа средняя продолжительность нахождения на стадии составила 11 месяцев. Есть, однако, основания полагать, что ответ указанного респондента стал следствием недостаточно полного понимания вопроса. Исключение этого ответа из рассмотрения дает оценку средней длительности нахождения на стадии в 9,3 месяца (табл. 20).

Далее на рисунке представлено распределение предприятий различного возраста по стадиям жизненного цикла. Как видно из рисунка по мере взросления предприятия расширяется спектр этапов жизненного цикла, на которых может

Таблица 20. Количественные характеристики стадий жизненного цикла

| | Средний возраст предприятий, находящихся на стадии, лет | Средняя длительность нахождения на стадии,³⁴ месяцев | Средняя длительность завершённой (пройденной) стадии,³⁵ месяцев |
|-----------------|--|--|---|
| Становление | 3,5 | 26,2 | 21 |
| Рост | 4,5 | 37,6 | 32,4 |
| Зрелость | 8,9 | 32,9 | 45,3 |
| Кризис развития | 9,8 | 11 | 14,5 |
| Возрождение | 4,1 | 4,4 | 10 |
| Спад | 8,7 | 9,3 | — |

³⁴ Применительно к предприятиям, в данный момент находящимся на данной стадии.

³⁵ Применительно к предприятиям, прошедшим стадию и оценившим длительность ее прохождения.

находиться компания. Примечательным является, что если до возраста 3–5 лет распределение становится более равномерным, то после оно начинает смещаться к преобладанию более поздних стадий, в частности, стадий стагнации. Эта тенденция наглядно демонстрирует один из наиболее важных выводов теории жизненного цикла компаний: более старые компании по мере утраты мотивации более подвержены риску потери потенциала роста. Кроме того, указанная особенность подчеркивает более высокие адаптивные способности сравнительно молодых предприятий — так, лишь 16% компаний в возрасте 1–2 лет испытывают в настоящее время стагнацию, несмотря на кризисные явления в экономике.

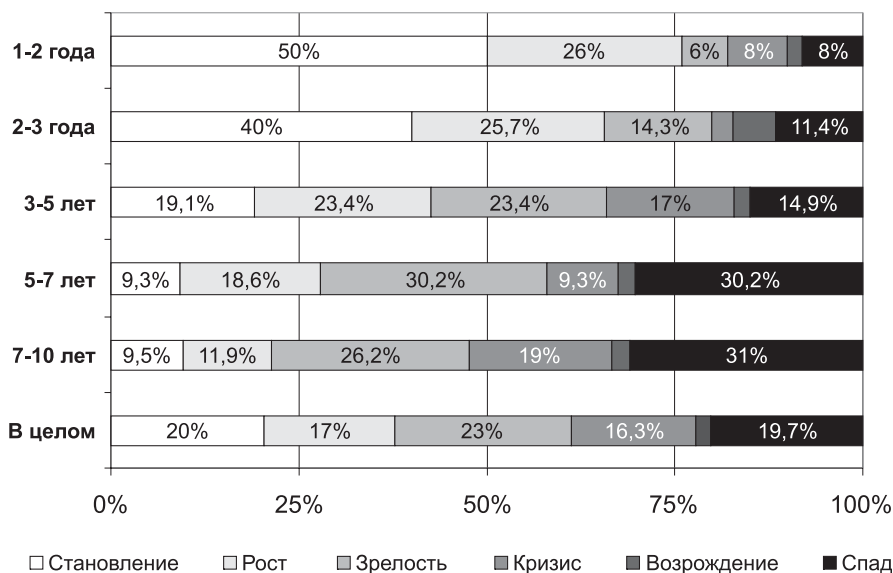


Рис. 18. Распределение предприятий различного возраста по стадиям

Довольно примечательным является также значимое отличие приведенного распределения от аналогичного распределения, выявленного в первом раунде исследования. Так, уже в возрасте 1–2 лет появляется заметное число предприятий в кризисном состоянии или в состоянии спада (опрос первого раунда не выявил таких предприятий в этом возрасте). Представляется вполне очевидным, что этот факт связан с существенным изменением внешней среды развития предпринимательства за рассматриваемый период, в первую очередь с началом финансово-экономического кризиса.

Приведем далее отдельные сравнения количественных характеристик стадий жизненного цикла с использованием исследований, в которых в том или ином контексте приводятся подобные оценки. Так, в исследовании «Антикризисные стратегии в условиях изменения внешней среды в переходной экономике» (Крюков А.Ф., Егорычев И.Г., Сибирская финансовая школа, №2, 1999) по результатам анализа деятельности предприятий в условиях переходного периода приводятся оценочные длительности отдельных стадий жизненного цикла. В частности, в указанном исследовании выделяются три основные фазы:

- Рост — соответствует стадиям становления и роста в настоящем исследовании;
- Стагнация — соответствует стадиям зрелости и кризиса развития;
- Кризис — спад.

Оценочная длительность стадии роста для малых предприятий составляет в указанном исследовании 4 года. В настоящем исследовании было выяснено, что в среднем сумма длительностей прохождения стадий становления и роста составляет 4,5 года (в первом раунде — 4,1 года). Стадия стагнации в работе «Антикризисные стратегии в условиях изменения внешней среды в переходной экономике» оценена исследователями в 5 лет. В рамках настоящей работы оценка средней длительности соответствующего ей периода зрелости и кризиса также составила 5 лет (в первом раунде — 3,7 лет).

Таблица 21. Оценка длительности стадий жизненного цикла малых предприятий

| | Рост | Стагнация | Спад |
|---------------------------|-------------|------------------|-------------|
| Оценка ³⁶ | 4 года | 5 лет | 5 лет |
| Настоящее исследование | 4,5 года | 5 лет | — |
| Первый раунд исследования | 4,1 года | 3,7 года | — |

Учитывая специфику опросного исследования, авторам не представляется возможным давать оценки длительности стадии спада (так как опрос действующих предприятий не позволяет отследить момент ее окончания — ликвидации предприятия). В исследовании «Антикризисные стратегии в условиях изменения внешней среды в переходной экономике» приводится оценка средней продолжительности указанной стадии в 5 лет (рис. 19).

³⁶ Крюков А.Ф., Егорычев И.Г. Антикризисные стратегии в условиях изменения внешней среды в переходной экономике // Сибирская финансовая школа, 1999, №2.

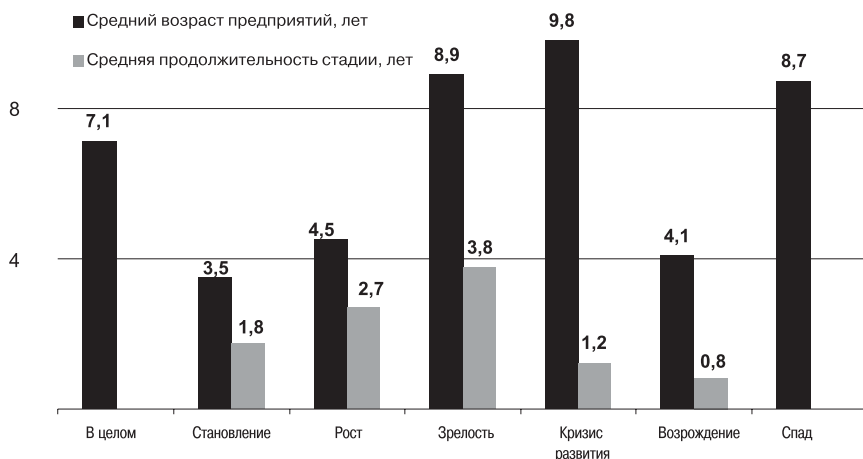


Рис. 19. Средний возраст предприятий и средняя продолжительность пройденных стадий жизненного цикла

Аналогичная оценка длительности стадии спада (5 лет) приводится в работе «Теория и практика антикризисного управления» (под ред. С.Г. Беляева и В.И. Кошкина, 1996) применительно к американским малым и средним предприятиям. Оценки длительности других стадий из указанного исследования приведены в таблице 22.

В приведенных работах оценка общей длительности жизненного цикла предприятия производится посредством суммирования средних длительностей отдельных стадий. Учитывая различные сценарии развития предприятий в

Таблица 22. Оценка длительности стадий жизненного цикла малых и средних предприятий в США

| Стадия ЖЦ | Соответствующие стадии в настоящем исследовании | Длительность стадии | Длительность соответствующих стадий в настоящем исследовании | Раунд 1 |
|---------------------|---|---------------------|--|------------|
| Подъем | Становление | 4 года | 4,5 года | 4,1 года |
| | Рост | | | |
| Постоянство прибыли | Зрелость | 5 лет | 3,8 года | 2,6 года |
| Падение | Кризис развития | 5 лет | 1,2 + спад | 1,1 + спад |
| | Спад | | | |

рамках методологии настоящего исследования оценка общей длительности жизненного цикла не может быть инвариантной. Приведем далее сценарные оценки общей длительности жизненного цикла, полученные на основе данных опросного исследования малых предприятий, лежащего в основе настоящей брошюры:

- Жизненный цикл «становление — рост — зрелость — кризис» (с последующим возрождением и переходом на новый цикл):
 $1,8 + 2,7 + 3,8 + 1,2 = 9,5$ лет.
- Жизненный цикл «становление — рост — зрелость — кризис — спад» (с последующей ликвидацией предприятия):
 $1,8 + 2,7 + 3,8 + 1,2 + \text{спад} (4-5) = 13,5-14,5$ лет.

Таким образом, можно оценить, что длительность жизненного цикла малых предприятий, которые в конечном счете ликвидируются по естественным (экономически обусловленным) причинам, составляет в среднем 14 лет. Цикл предприятий, которым удастся переломить стагнационные тенденции и перейти на стадию возрождения, составляет в совокупности 9,5 лет.

Таблица 23. Продолжительность жизненного цикла

| Сценарий | Раунд 1, лет | Раунд 2, лет |
|---|-------------------------|--------------|
| Становление – рост – зрелость – кризис => возрождение | 7,8 | 9,5 |
| Становление – рост – зрелость – кризис – спад => ликвидация | 11,8–12,8 ³⁷ | 13,5–14,5 |

Отдельные показатели хозяйственной деятельности предприятий на различных стадиях жизненного цикла

Далее рассмотрены отдельные характеристики хозяйственной деятельности предприятий-респондентов и их вариация в зависимости от текущего этапа развития компании.

Средняя численность персонала опрошенных предприятий составила 18,5. Распределение компаний по группам с различной численностью занятых представлено в таблице 24.

В сравнении с первым раундом исследования средняя численность работников сохранилась практически на прежнем уровне. При этом, однако, можно отметить слабую тенденцию к сокращению численности занятых. Так, несколько увеличилась доля предприятий с персоналом менее 15 человек.

³⁷ Исходя из оценочной длительности спада в 4 и 5 лет.

Кроме того, заметно уменьшилось число сравнительно крупных работодателей с штатом, превышающим 30 работников (табл. 25).

Таблица 24. Средняя численность работников

| Численность, чел. | Доля, % | | |
|----------------------|----------|----------|----------|
| | Раунд 1 | Раунд 2 | |
| | 2007 год | 2008 год | 2009 год |
| До 5 | 20,7 | 19,8 | 21,3 |
| 6–15 | 33,7 | 37,9 | 38,3 |
| 16–30 | 24,7 | 28,3 | 26,3 |
| 31–50 | 13 | 8,2 | 7,7 |
| 51–99 | 7,3 | 5,1 | 4 |
| 100 или более | – | 0,7 | – |

Таблица 25. Средняя численность работников

| | Становление | Рост | Зрелость | Кризис | Возрождение | Спад |
|---|-------------|------|----------|--------|-------------|------|
| Средняя численность персонала в 2009 году | 12,7 | 20 | 23,9 | 23,3 | 14,7 | 12,4 |

В разрезе стадий жизненного цикла также почти по всем группам наблюдалось снижение средней численности занятых. Эта тенденция не затронула только предприятия в стадиях зрелости и кризиса. Применительно к первым объяснением может являться качественный сдвиг состава группы — к ней в рамках второго раунда себя отнесли сравнительно устойчивые предприятия, эффективно преодолевающие общую экономическую стагнацию (это частично предприятия, попавшие в группы становления и роста из первого раунда). Что касается предприятий в состоянии кризиса развития, то общее увеличение численности занятых на таких предприятиях может объясняться попаданием во втором раунде в эту группу сравнительно крупных предприятий с большим штатом.

В среднем по выборке оборот предприятий в 2009 году увеличился на 5,4%. При этом, однако, следует понимать, что реальный оборот, скорректированный на уровень инфляции, испытал снижение, составляющее приблизительно 5%. Группа предприятий, оборот которых не изменился или уменьшился, расширилась в сравнении с первым раундом в три раза (табл. 26).

В разрезе стадий жизненного цикла представляет интерес сравнительно низкая динамика оборота на стадии роста — она оказалась ниже, чем на стадиях зре-

Таблица 26. Динамика изменения оборота в 2009 году

| | Доля, % | | |
|---|----------|----------|----------|
| | Раунд 1 | Раунд 2 | |
| | 2007 год | 2008 год | 2009 год |
| Сокращение оборота или отсутствие изменений | 10 | 11,3 | 34 |
| 1–30 % прироста | 54,3 | 61 | 43,7 |
| 31–75 % прироста | 7,7 | 9,3 | 4,3 |
| 76–150 % прироста | 8,7 | 1,7 | 0,3 |
| Более 150 % прироста | 1,3 | 1,3 | – |
| Нет ответа | 18 | 15,4 | 17,7 |

Таблица 27. Оборот предприятий

| | До 1 млн. р. | 1–5 млн. р. | 5–20 млн. р. | 20–50 млн. р. | 50–100 млн. р. | 100–200 млн. р. | 200–400 млн. р. | Более 400 млн. р. | Отказ от ответа |
|--------------------|-----------------|----------------|-----------------|------------------|-------------------|--------------------|--------------------|-------------------------|--------------------|
| Становление | 35% | 43% | 17% | 3% | 0% | 2% | 0% | 0% | 0% |
| Рост | 8% | 34% | 32% | 12% | 2% | 0% | 0% | 0% | 12% |
| Зрелость | 10% | 27% | 33% | 14% | 7% | 3% | 0% | 0% | 6% |
| Кризис развития | 27% | 18% | 31% | 16% | 2% | 4% | 0% | 0% | 2% |
| Возрождение | 33% | 50% | 17% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Спад | 20% | 31% | 20% | 14% | 2% | 2% | 2% | 0% | 10% |
| В целом | 20% | 31% | 26% | 12% | 3% | 2% | 0% | 0% | 6% |

лости и возрождения. Возможно, это является следствием того, что зрелые и возрождающиеся предприятия в выборке — это компании, в условиях кризиса по тем или иным причинам получившие конкурентные преимущества, сумевшие укрепить свои рыночные позиции и расширить объемы деятельности.

Таблица 28. Динамика изменения оборота в 2009 году

| | Становление | Рост | Зрелость | Кризис | Возрождение | Спад |
|---|-------------|-------|----------|--------|-------------|--------|
| Изменение оборота в 2009 году к 2008 году | 12% | 14,9% | 23,6% | –14,6% | 21% | –16,9% |

Отрицательная динамика оборота наблюдалась у предприятий в стадиях спада и кризиса, что очевидно является как причиной, так и следствием отнесения их к этим этапам жизненного цикла.

Повышение неопределенности в экономике наложило значимый отпечаток на возможности предприятий по прогнозированию и планированию своей деятельности. Среднее значение горизонта планирования у компаний, попавших в выборку, составило 8,8 месяцев. Это соответствует значительному сокращению показателя в сравнении с 2007 годом. Почти половина малых предприятий вынуждена в условиях кризиса планировать свою деятельность не более чем на 6 месяцев.

Таблица 29. Средние значения горизонта планирования принятия управленческих решений

| | Доля, % | |
|--------------|---------|---------|
| | Раунд 1 | Раунд 2 |
| До 6 месяцев | 15,7 | 49,3 |
| 6–12 месяцев | 20,7 | 35 |
| 1–2 года | 40,7 | 5 |
| 2–3 года | 1,7 | 1,7 |
| 3–5 лет | 3,7 | 1 |

Не превышает год горизонт планирования 84,3% опрошенных компаний (в первом раунде таковых было лишь 36,4%).

Таблица 30. Средние значения горизонта планирования принятия управленческих решений на различных стадиях жизненного цикла

| | Средний горизонт планирования, месяцев | | |
|-----------------|--|---------|----------------------|
| | Раунд 1 | Раунд 2 | Направление динамики |
| Становление | 11,1 | 6,8 | ↓ |
| Рост | 10,5 | 13,5 | ↑ |
| Зрелость | 12,1 | 10,3 | ↓ |
| Кризис развития | 11,1 | 6,9 | ↓ |
| Возрождение | 10,5 | 8 | ↓ |
| Спад | 12,1 | 7 | ↓ |

В разрезе стадий жизненного цикла видно значимое снижение срока планирования хозяйственной деятельности на всех этапах за исключением роста. Таким образом, этап роста, в рамках первого раунда характеризовавшийся самым маленьким горизонтом планирования, оказался во втором раунде на первом месте по абсолютному значению этого показателя.

Наиболее существенно снизился показатель применительно к стадиям становления, кризиса и спада. Таким образом, степень определенности оказалась самой низкой на стадиях становления и кризиса развития.

Таблица 31. Реинвестирование прибыли в собственное развитие

| Доля прибыли, направленная на реинвестирование, % | Доля, % | | |
|---|----------|----------|----------|
| | Раунд 1 | Раунд 2 | |
| | 2007 год | 2008 год | 2009 год |
| До 10 | 3,3 | 16 | 15,7 |
| 10–20 | 12,3 | 10,7 | 4 |
| 21–35 | 7 | 6 | 3,7 |
| 36–60 | 5 | 8 | 4 |
| 61–100 | 13 | 13,7 | 8 |
| Нет ответа | 59,3 | 45,7 | 65 |

Показатель доли реинвестируемой прибыли представляет интерес не только сам по себе, но и как информативный индикатор степени определенности для предпринимателя в отношении перспектив его предприятия и рынка в целом. В 2009 году можно отметить общее сокращение объема реинвестируемой предприятиями прибыли, что подтверждает скачок неопределенности в отношении будущих условий деятельности.

Наряду с этим уменьшилось и число предприятий, которые в принципе занимаются реинвестированием прибыли: по результатам 1 раунда реинвестировали прибыль в развитие 48% респондентов, в 2009 году доля таких предприятий составила лишь 35%.

В разрезе стадий жизненного цикла наиболее ярко выделяется высокая интенсивность инвестиций, характерная для стадии возрождения. Этот факт не является удивительным, так как обладающие достаточной финансовой устойчивостью возрождающиеся предприятия склонны к активному стимулированию

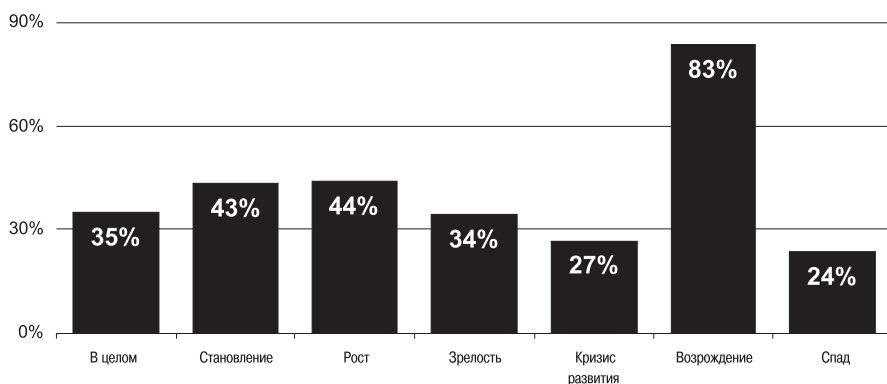


Рис. 20. Доля предприятий, осуществляющих реинвестирование прибыли в собственное развитие

нию сохранения и закрепления положительных тенденций посредством инвестиционных вливаний.

Вполне закономерными также являются и низкие показатели доли предприятий, осуществляющих инвестиции, на стадиях спада и кризиса. Высокая степень неопределенности в отношении будущего компании оказывает дестимулирующее влияние на собственника в отношении осуществления вложений, тем более носящих инвестиционный характер.

Сравнительно высоки показатели на стадиях становления и роста, что обусловлено необходимостью формирования конкурентных преимуществ и закрепления на рынке для предприятий на этих стадиях. Стадия зрелости характеризуется умеренной инвестиционной политикой. Инвестиции на этом этапе осуществляются в той мере, в какой они необходимы для поддержания статус-кво на рынке и сохранения конкурентных позиций.

Перерастание малых предприятий в категорию среднего бизнеса

Прежде чем приступить к оценке возможностей перерастания малых предприятий в категорию средних следует оговориться об отличиях подхода к определению границ сектора малого бизнеса в рамках настоящего исследования в сравнении с первым раундом. Так, в рамках первого раунда обследования соответствующая оценка давалась исходя из критерия численности сотрудников в 50 человек. В настоящем раунде критерий численности составил в соответствии с обновленным законодательством 100 человек и порог по обороту в 400 млн. рублей.

Перерастание малых предприятий в категорию средних является одним из наиболее интересных вопросов в рамках изучения жизненного цикла малых предприятий. Данные опроса предпринимателей, проведенного в рамках настоящего исследования, не могут в явном виде дать оценку доли малых предприятий, перерастающих в средние, однако позволяют оценить долю малых предприятий, обладающих наибольшими шансами к указанному перерастанию и наиболее вероятно способных его осуществить — так называемую «группу роста». Указанную группу составляют малые предприятия, обладающие высокими оценками по ряду характеристик, соответствующих определенным вопросам анкеты. В таблице приведены характеристики предприятий группы роста, соответствующие им вопросы анкеты и варианты ответов, соответствующие растущим предприятиям (табл. 32).

Кроме указанных параметров в расчет при оценке принимались количественные показатели численности сотрудников и роста оборота за последние годы (динамика указанных показателей позволила в определенной мере верифицировать качественные оценки респондентов в отношении темпов развития их предприятий).

В результате среди всех малых предприятий, обследованных в 2009 году, достаточно высокими шансами перерастания в категорию средних обладают

Таблица 32. Характеристики малых предприятий, обладающих наиболее высокими шансами перерастания в категорию средних

| | Характеристика | Вопрос анкеты | Варианты ответов |
|---|-------------------------|---|--|
| 1 | Успешность | Считаете ли Вы свой бизнес успешным? | Да |
| 2 | Желание расширяться | Хотели бы Вы при условиях хорошей инфраструктуры и благоприятной бизнес-среды в ближайшей перспективе существенно расширить масштабы деятельности предприятия? | Да |
| 3 | Возможности расширяться | Как Вы оцениваете возможности Вашего предприятия в ближайшей перспективе существенно расширить масштабы деятельности и вырасти из малого предпринимательства в среднее? | Очень высокие, Высокие |
| 4 | Темпы развития | К какой категории предприятий Вы бы скорее отнесли свой бизнес с точки зрения темпов его развития? | Стремительно развивающийся бизнес, Достаточно быстро развивающийся бизнес |

лишь около 1,3% (соответствующая доля в 2007 году составляла около 2%); при этом такие предприятия находятся на стадиях становления или зрелости (в 2007 году — становления и роста).

В группу роста входят предприятия, занимающиеся производством потребительских товаров, промышленным производством, предоставлением транспортных услуг, а также деятельностью, связанной с использованием вычислительной техники и информационных технологий, при этом около половины из них являются группами предприятий.

Если средний рост численности таких предприятий в 2007 году составлял 9–12 человек в год, а средний прирост оборота — 30–50%, то по данным, полученным в 2009 году, рост численности персонала практически прекратился, а средний прирост оборота составил 20–30%. Основываясь на данных исследования 2007 года была дана оценка возраста, в котором происходит перерастание предприятий группы роста — в среднем они имели шансы перерасти в категорию средних через 4,5–6,5 лет после начала осуществления деятельности. По данным 2009 года дать такую оценку практически невозможно из-за высокой степени неопределенности относительно ближайшего экономического будущего. Следует также отметить, что шансы к перерастанию в настоящее время в большей мере связаны не с ростом численности занятых на предприятии сотрудников, а с возможностью превышения пороговых значений по обороту.

Отдельные качественные характеристики стадий жизненного цикла

Рассмотрим далее некоторые качественные характеристики деятельности малых предприятий и их особенности на различных стадиях жизненного цикла. В первую очередь обратим внимание на оценки предпринимателей в отношении размера их бизнеса в сравнении с общим объемом рынка, на котором он функционирует (см. рисунок). Вполне ожидаемо подавляющее большинство респондентов оценило свои предприятия как малые.

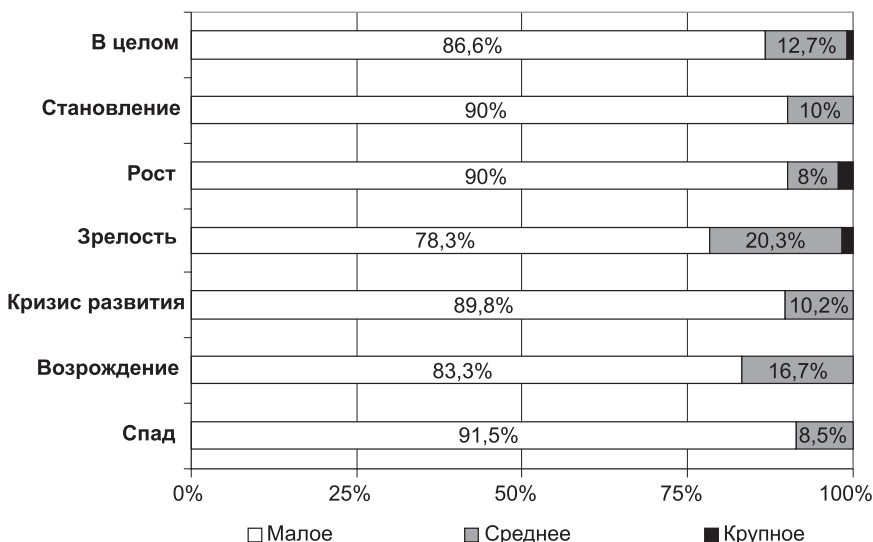


Рис. 21. Размер предприятия в отношении рынка

Сравнительно больше таких компаний на стадиях спада, становления и роста. Самое большое значение рыночной доли наблюдается у предприятий в стадии зрелости — в общей сложности 21,7% таких компаний оценили себя как средних или крупных участников рынка. В рамках первого раунда максимальной долей крупных и средних предприятий в масштабах рынка характеризовалась стадия возрождения (27%).

Оценка степени успешности предприятия заметно коррелирует со стадией жизненного цикла, на которой оно находится. Так, как наименее успешные оценивают свои компании респонденты на стадиях спада и кризиса развития. Следует также отметить, что в сравнении с первым раундом исследования в

целом по выборке несколько снизилась доля опрошенных предпринимателей, оценивших свой бизнес как успешный — с 71,3% до 70,7%. Так или иначе, такое изменение не следует считать значимым и имеющим фундаментальные предпосылки.

Таблица 33. Степень успешности бизнеса и финансовые результаты деятельности

| Стадии | Успешный бизнес, доля, % | Финансово-экономическое состояние бизнеса по итогам работы за 2008 год, доля, % | | |
|-----------------|--------------------------|---|-------------------------|--------------|
| | | Устойчивое | Относительно устойчивое | Неустойчивое |
| Становление | 75 | 28,3 | 58,3 | 13,3 |
| Рост | 88 | 34 | 58 | 6 |
| Зрелость | 95,7 | 50 | 45,7 | 1,4 |
| Кризис развития | 46,9 | 28,6 | 42,9 | 28,6 |
| Возрождение | 66,7 | 33,3 | 33,3 | 33,3 |
| Спад | 44,1 | 13,6 | 64,4 | 22 |
| В целом | 70,7 | 31,3 | 53,7 | 14 |
| Раунд 1 | 71,3 | | | |

Максимально оптимистично оценивают финансовую устойчивость своего бизнеса респонденты на стадиях роста, возрождения и зрелости. Если применительно к стадиям роста и возрождения это объясняется в первую очередь увеличением оборота бизнеса, то для зрелых предприятий подобная оценка в большей мере основана на наличии у предприятий финансовых резервов. Среди предприятий на стадии зрелости лишь 1,4% респондентов отметили неустойчивость своего финансового состояния. В целом по выборке более половины (53,7%) предприятий не испытывали существенного недостатка в оборотных средствах, но в то же время не имели финансовых возможностей для развития.

Позиции предприятий в сравнении с ситуацией годичной давности в условиях кризиса заметно ухудшились. Так, в целом по выборке 70% респондентов отметили ослабление рыночных позиций за последний год (табл. 34).

В сравнительно меньшей степени это коснулось компаний на стадиях возрождения, зрелости и роста. Из числа предприятий в стадии кризиса почти 90% отметили ухудшение ситуации, у компаний на этапе спада эта доля достигла 96,6%.

Подавляющее число предпринимателей на стадиях с положительной динамикой оценили темпы роста своих компаний как умеренные. Доля стремительно развивающихся предприятий ни на одной из стадий жизненного цикла не превысила 5%.

Таблица 34. Позиции предприятия в сравнении с ситуацией годичной давности

| | Ослабли | Несколько ослабли | Остались теми же | Несколько усилились | Усилились |
|-----------------|---------|-------------------|------------------|---------------------|-----------|
| Становление | 23,3% | 38,3% | 33,3% | 5% | 0% |
| Рост | 20% | 34% | 34% | 6% | 4% |
| Зрелость | 22,9% | 31,4% | 40% | 4,3% | 0% |
| Кризис развития | 67,3% | 22,4% | 10,2% | 0% | 0% |
| Возрождение | 33,3% | 0% | 33,3% | 16,7% | 16,7% |
| Спад | 59,3% | 37,3% | 3,4% | 0% | 0% |
| В целом | 37,3% | 32,7% | 25% | 3,3% | 1% |

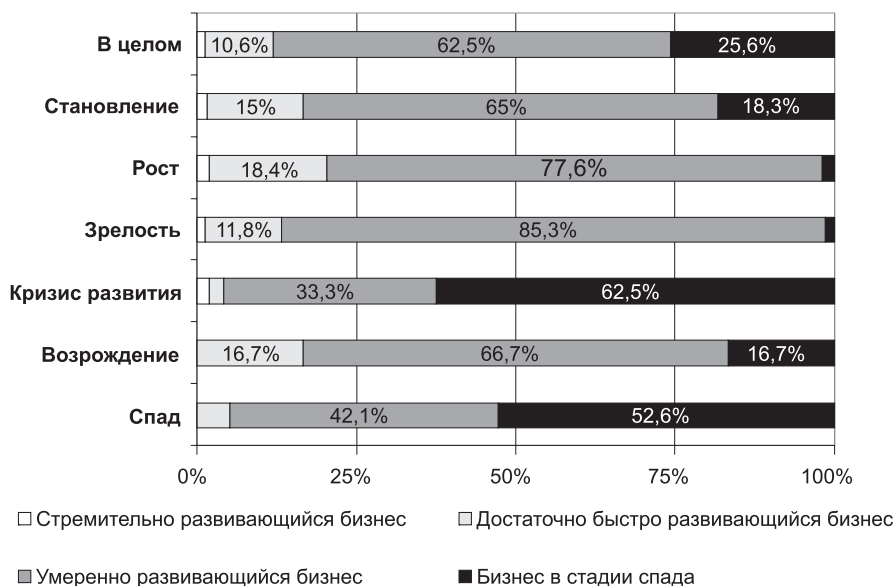


Рис. 22. Оценка динамики развития предприятия

В то же время значительная доля компаний отметила негативную динамику развития бизнеса. По понятным причинам это в большей степени относится к стагнирующим предприятиям. Настораживающим является факт довольно высокой доли (18,3%) предприятий, испытывающих стагнацию, на стадии становления.

Весьма информативной качественной характеристикой функционирования предприятия является наличие в его штате наемного персонала, которому

делегированы управленческие функции. Это отражает подход к руководству компанией, готовность собственника разделять ответственность. В среднем по выборке 42% опрошенных предприятий обладали наемным персоналом с управленческими функциями. В меньшей степени прибегают к услугам наемных менеджеров стартовые предприятия (см. рисунок 23).

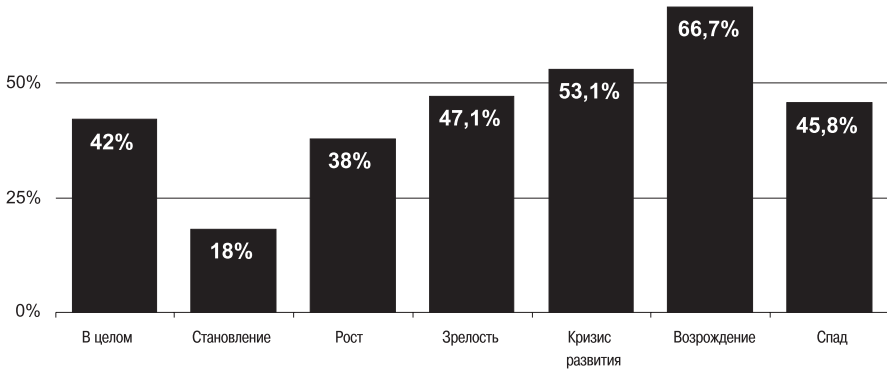


Рис. 23. Наличие на предприятиях персонала с управленческими функциями

Самая высокая доля компаний с наемными управленческими кадрами наблюдалась на стадии возрождения — два таких предприятия из трех имеют в штате менеджеров.

Корреляция наличия наемных менеджеров с планами по их найму носит скорее отрицательный характер. Исключением из этого правила является только стадия возрождения, что, очевидно, связано с оптимизмом владельцев таких предприятий в отношении перспектив роста объемов деятельности. Применительно к остальным стадиям прослеживается обратная зависимость — чем большая доля предприятий имеет в штате менеджеров, тем меньшая доля компаний имеет планы по найму такого персонала (рис. 23-1).

Лишь каждое десятое кризисное предприятие собирается привлекать в штат наемных управленцев. Несколько выше доля таких предприятий на стадии спада. Помимо возрождающихся предприятий сравнительно высокой является доля предприятий, имеющих планы по найму менеджеров, на стадиях становления и роста.

В целом по выборке значительно снизилась в сравнении с первым раундом доля предприятий, имеющих в штате наемных управляющих и планирующих их дополнительный найм. В дополнение к этому доля предприятий, не прибега-

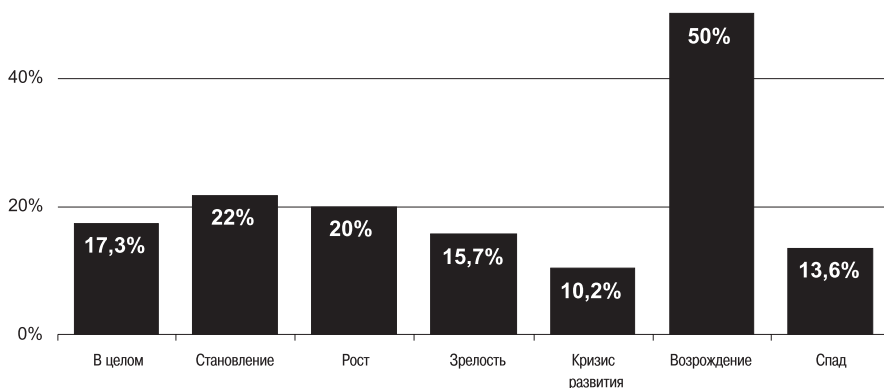


Рис. 23-1. Предприятия, планирующие наем персонала с управленческими функциями

ющих к услугам таких менеджеров и не планирующих этого в обозримой перспективе, заметно увеличилась. Очевидно, на формирование такой ситуации значимым образом повлиял кризис — в условиях макроэкономической нестабильности и неопределенности собственники в большей мере склонны концентрировать полномочия по принятию хозяйственных решений в своих руках.

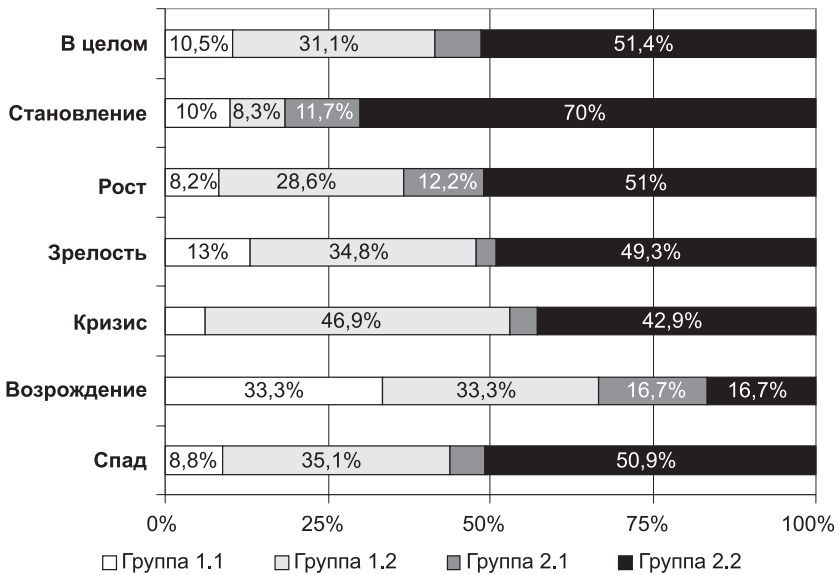
Таблица 34. Позиции предприятия в сравнении с ситуацией годичной давности

| | | Планы по найму управленческого персонала, % | | | |
|--------------------------------------|------|---|---------|---------|---------|
| | | Есть | | Нет | |
| | | Раунд 1 | Раунд 2 | Раунд 1 | Раунд 2 |
| Наличие управленческого персонала, % | Есть | 22 | 10,5 | 28,7 | 31,1 |
| | Нет | 9,1 | 7 | 40,2 | 51,4 |

В разрезе стадий жизненного цикла выделяется этап возрождения — явным преобладанием предприятий с наличием планов по найму управленческих кадров, причем как первых, так и дополнительных (рис. 24).

Негативно характеризуется стадия становления — 70% респондентов указали, что не привлекают наемных менеджеров и в обозримой перспективе не планируют это делать.

Степень регламентации действий сотрудников с одной стороны может отражать возможности компании для расширения, то есть ее координационный потенциал, с другой стороны в ряде случаев может свидетельствовать об ис-



Группа 1.1 – такой персонал есть и имеются планы по найму дополнительного.
 Группа 1.2 – такой персонал есть, планов по найму дополнительного нет.
 Группа 2.1 – такого персонала нет, но есть планы по найму.
 Группа 2.2 – такого персонала нет, планов по найму также нет.

Рис. 24. Типология предприятий по критериям наличия и планов по найму персонала с управленческими функциями

кусственной бюрократичности, характерной для предприятий, близких к спаду или уже находящихся в нем.

Данные опроса в целом подтверждают это предположение. Так, наиболее высокой степенью регламентации деятельности сотрудников характеризуются стадии зрелости и спада. Несколько снижается регламентация на стадии возрождения, что связано с предоставлением сотрудникам определенного творческого пространства в условиях роста (рис. 25).

Следует также отметить довольно высокую степень регламентации у предприятий в стадии становления. Это связано с концентрацией управленческих компетенций в руках собственника и сравнительно небольшом размере трудового коллектива, что позволяет в ручном режиме решать вопросы координации деятельности штата сотрудников (рис. 26).

В отношении контроля за трудовыми действиями сотрудников ситуация несколько отличается. Так, предприятия, находящиеся на стадии становле-

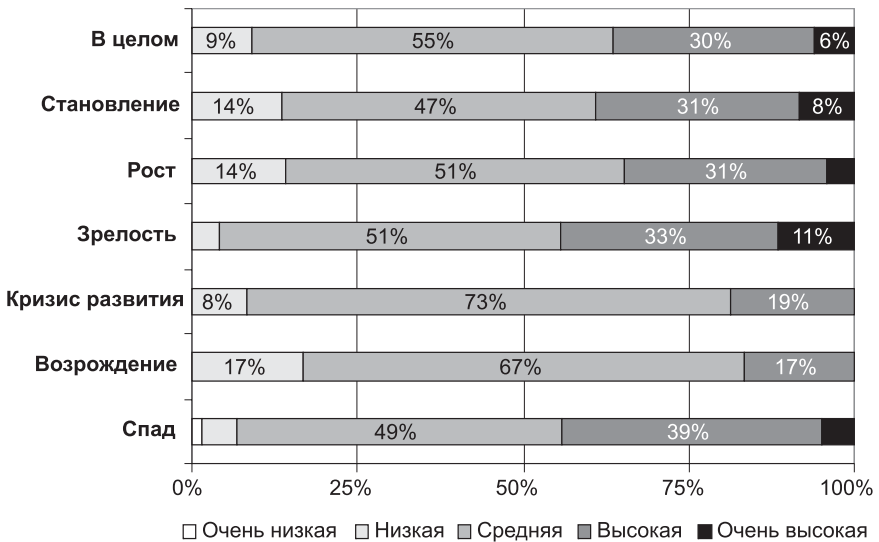


Рис. 25. Оценка степени регламентации деятельности сотрудников

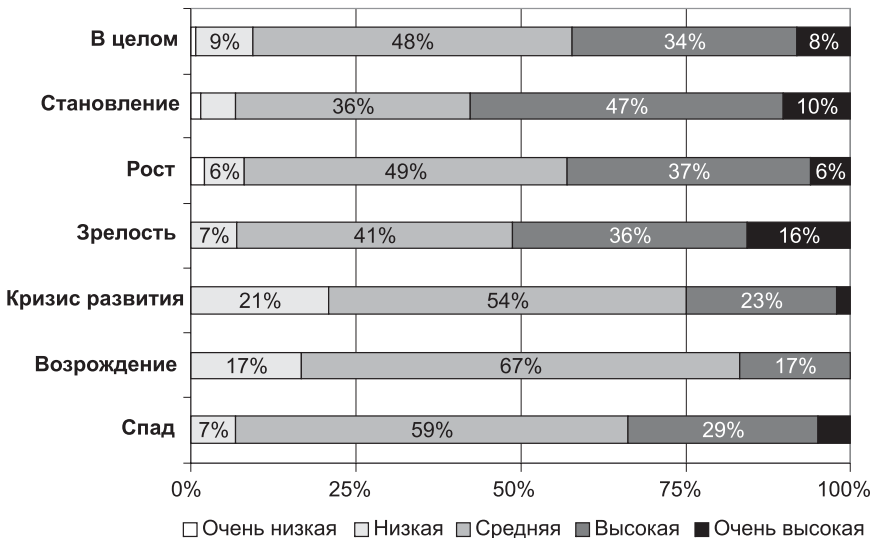


Рис. 26. Оценка степени контроля за деятельностью сотрудников

ния, характеризуются самой высокой степенью контроля. Заметно выделяются также зрелые и растущие предприятия.

Почти на всех стадиях жизненного цикла степень контроля оценивается выше, чем степень регламентации (исключение составляют лишь стадии спада и кризиса развития). В определенной мере это является следствием того, что контроль и регламентация являются субститутами с той точки зрения, что недостаток регламентации может компенсироваться большей интенсивностью надзора.

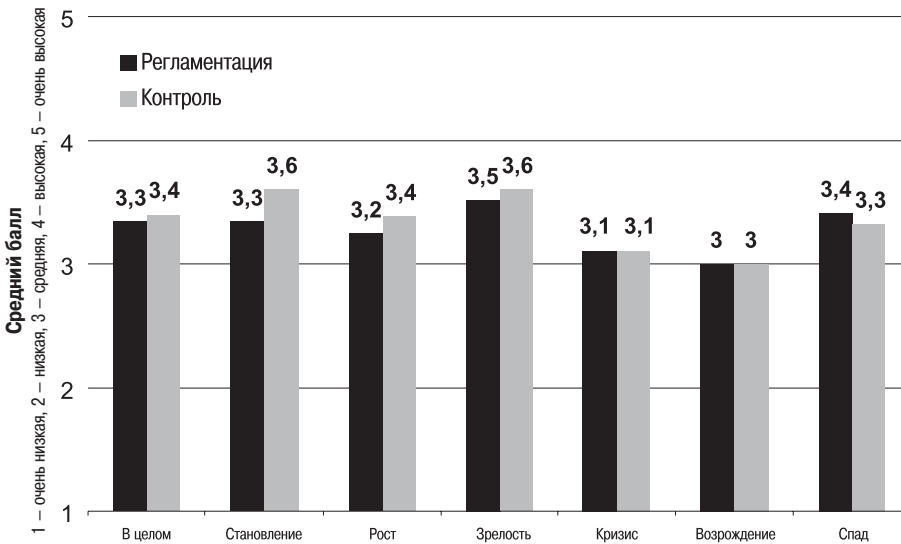


Рис. 27. Соотношение степени регламентации и степени контроля

Наиболее значимо контрольные действия заменяют регламентацию деятельности сотрудников на стадии становления, когда формальной регламентации еще нет, и она заменяется механизмами ручной координации со стороны собственника и, соответственно, надзора за выполнением управленческих решений.

На рисунке приведено распределение оценок предпринимателей в отношении их склонности к риску при принятии хозяйственных решений. Сравнительно высока склонность к рискованным операциям у предприятий на стадии зрелости, что, очевидно, связано с поиском путей стимулирования возрождения. На самой стадии возрождения приверженность рискованным стратегиям существенно снижается (рис. 28).

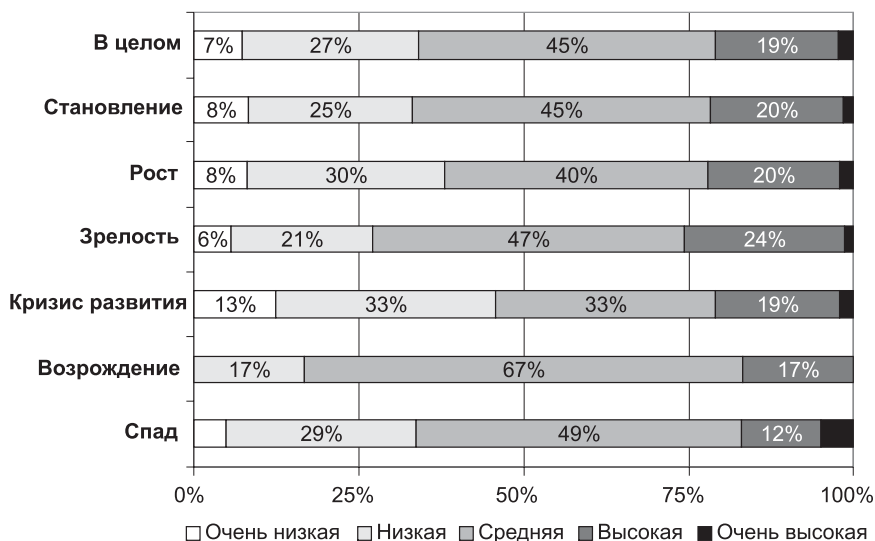


Рис. 28. Оценка степени склонности к риску

Наибольшей склонностью к уклонению от риска (большое количество ответов «очень низкая» и «низкая») характеризуются кризисные предприятия. Также сравнительно не склонны к рискованным решениям компании в стадии роста, что связано с установкой на использование ресурсов осваиваемого ими рынка и заполнение ниш, доступных на нем для предприятия.

Инновационной активностью предприятий в значительной мере определяется их положение на той или иной стадии жизненного цикла. Так, предприятия, осознанно проводящие политику периодического внедрения продуктовых и процессных инноваций, тем самым с высокой вероятностью провоцируют переход предприятия в стадию возрождения.

Данные опроса в целом подтверждают эту закономерность — большей инновационной активностью характеризуются именно возрождающиеся предприятия. Наиболее осторожными в отношении внедрения инноваций оказались предприятия в стадиях кризиса развития и спада (рис. 29).

Довольно активно внедряют продуктовые и процессные инновации также растущие предприятия и компании в стадии становления.

В сравнении с первым раундом следует выделить некоторое снижение склонности к внедрению инноваций в целом по выборке. Повышение этой склонности наблюдалось только применительно к стадиям спада, становления и роста. Наиболее явным такое повышение оказалось у растущих

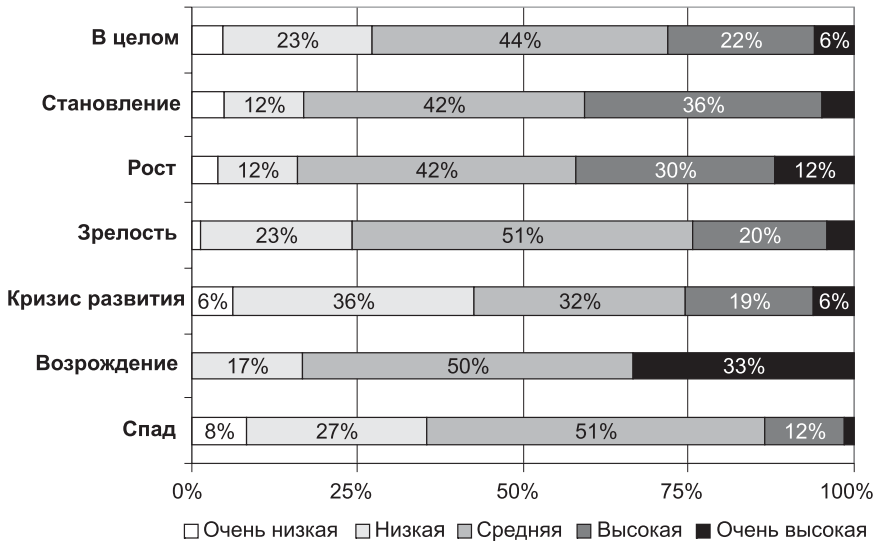


Рис. 29. Оценка степени инновационной активности

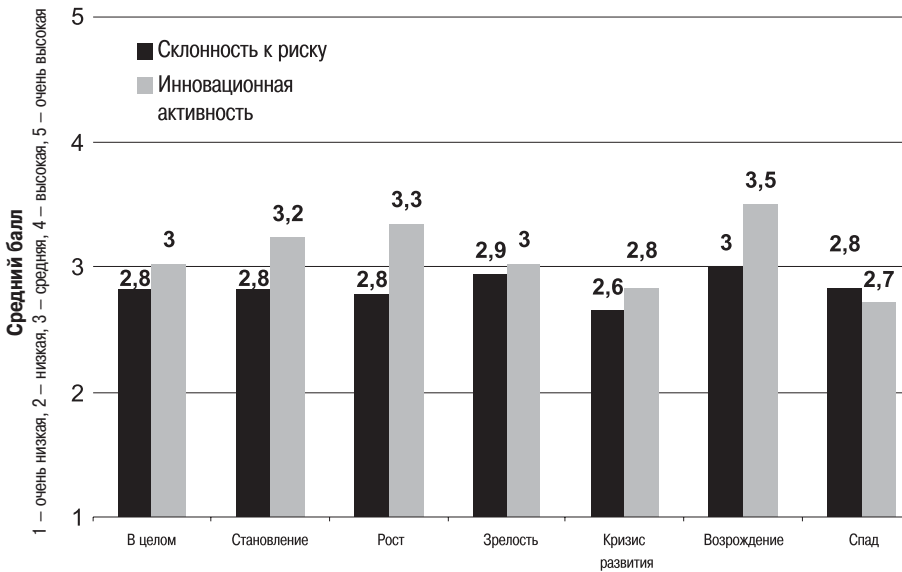


Рис. 30. Соотношение степени склонности к риску и степени инновационной активности

предприятий — как высокую или очень высокую инновационную активность своего предприятия оценили 42% респондентов против 36,5% в первом раунде.

На большинстве стадий жизненного цикла респонденты оценивают свою склонность к риску ниже, чем степень инновационной активности. Обратное верно только для стадии спада, что очевидно связано с восприятием такими предпринимателями в качестве единственной возможности изменения общего тренда на положительный за счет осуществления рискованных действий.

Применительно к остальным стадиям следует выделить сравнительно более значительные различия между показателями на стадиях роста, возрождения и становления. Предприниматели на этих стадиях наиболее явно предпочитают внедрение инноваций осуществлению рискованных хозяйственных операций (рис. 30).

Средние по выборке оценки в сравнении с первым раундом исследования несколько снизились: склонность к риску — с 2,9 до 2,8 баллов, инновационная активность — с 3,2 до 3. В разрезе стадий жизненного цикла можно выделить повышение обоих показателей у предприятий на стадии возрождения, что, однако, в большей мере связано с невысокой репрезентативностью таких предприятий в выборках как первого, так и второго раундов.

3.3. Ликвидация малых предприятий

Вопрос ликвидации малых предприятий представляет интерес как для расширения общего понимания условий институциональной среды, в которой действует бизнес, так и для формирования адекватной государственной политики, направленной на корректировку указанной среды и повышение ее благоприятности. В рамках настоящего исследования изучались причины ликвидации компаний и наиболее распространенные формы прекращения предпринимательской деятельности.

Согласно самостоятельной оценке предпринимателей в отношении стадии жизненного цикла их бизнеса 19,7% предприятий находятся на стадии структурного спада. Применительно к этим предприятиям можно говорить о достаточно высокой вероятности прекращения деятельности в обозримом периоде. По результатам первого раунда таких предприятий было лишь 6,3%, что очевидно является следствием значимого ухудшения макроэкономической ситуации и, как следствие, внешней среды развития предпринимательства в стране.

Опрос, как и в рамках первого раунда, выявил преобладание в числе причин ликвидации предприятий проблем, вызванных целевым окружением,

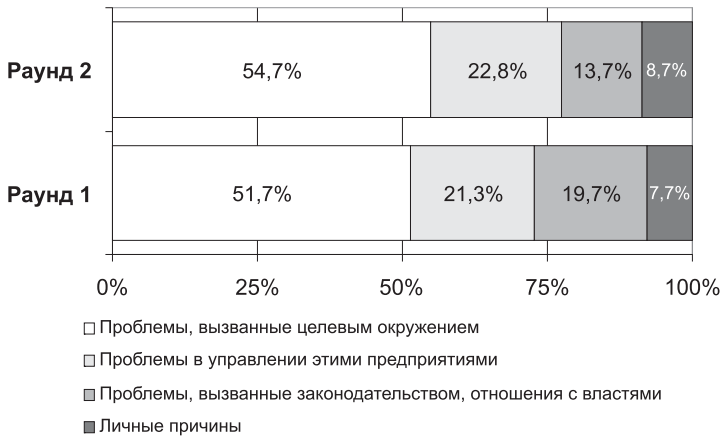


Рис. 31. Причины ликвидации малых предприятий

конкурентной средой. В сравнении с результатами первого раунда интенсивность влияния этого фактора несколько увеличилась.

Доля проблем, связанных с управлением предприятиями и личными причинами, как и ожидалось, осталась сравнительно стабильной, увеличившись незначительно. Следует отметить, что значительно уменьшилась доля респондентов, указывающих на проблемы, вызванные законодательством и административными барьерами, как на основные предпосылки закрытия предприятий. Представляется очевидным, что указанный факт связан не столько с реальным улучшением институциональной среды развития предпринимательства, сколько со сравнительным повышением значимости остальных факторов, актуальность которых в условиях кризиса заметно повысилась.

Наиболее распространенным сценарием ликвидации предприятия, как и в рамках первого раунда, оказалось прекращение деятельности без официальной процедуры закрытия бизнеса. Остальные сценарии оказались распространены приблизительно в равной мере с некоторым преобладанием ликвидации в официальном порядке (табл. 36).

По сравнению с первым раундом исследования следует отметить в целом учащение случаев прекращения деятельности предприятий. При этом респонденты второго раунда опроса выше оценили частоту применительно ко всем способам ликвидации кроме поглощений.

Представляет интерес рассмотрение вопроса частоты проявления различных случаев прекращения деятельности на сформировавшихся и несформировавшихся рынках (см. табл. 37 и 38). В части официальной ликвидации

Таблица 36. Способы ликвидации предприятий

| | Доля респондентов |
|---|-------------------|
| Фактическое прекращение деятельности без ликвидации | 54,7% |
| Ликвидация в официальном порядке | 40% |
| Поглощение другим предприятием | 38% |
| Банкротство | 37% |

Таблица 37. Распределение частот различных вариантов прекращения деятельности малых предприятий для сформировавшихся рынков

| | Очень часто | Часто | Периодически | Редко | Очень редко |
|------------------------|-------------|-------|--------------|-------|-------------|
| Официальная ликвидация | 6% | 31% | 30% | 28% | 6% |
| Без ликвидации | 7% | 26% | 43% | 18% | 5% |
| Банкротство | 3% | 21% | 43% | 28% | 5% |
| Поглощение | 9% | 26% | 36% | 26% | 3% |

Таблица 38. Распределение частот различных вариантов прекращения деятельности малых предприятий для несформировавшихся рынков

| | Очень часто | Часто | Периодически | Редко | Очень редко |
|------------------------|-------------|-------|--------------|-------|-------------|
| Официальная ликвидация | 0% | 27% | 33% | 40% | 0% |
| Без ликвидации | 8% | 24% | 36% | 24% | 8% |
| Банкротство | 0% | 0% | 43% | 57% | 0% |
| Поглощение | 7% | 40% | 27% | 27% | 0% |

предприятий и прекращения деятельности без ликвидации применительно к обоим типам рынков большинство респондентов отмечают среднюю частоту возникновения данных случаев.

На несформировавшихся рынках выделяется распределение ответов, носящее характер нормального, применительно к прекращению деятельности без официальной ликвидации. Также следует отметить заметное смещение в сторону оценок «часто» и «очень часто» применительно к поглощениям. Банкротство, по оценкам респондентов, встречается скорее редко.

В целом различия между этими типами рынков проявляются главным образом в степени распространенности банкротств и поглощений. Так, на несформировавшихся рынках в существенно большей мере распространены поглощения, тогда как на зрелых рынках заметно выше частота банкротств.

Также выявляются закономерности при сравнении основных причин прекращения бизнеса в разрезе сформированных и несформированных рынков. Так, на рынках с более устоявшейся структурой более актуальны факторы законодательного регулирования и административных барьеров, что связано с тенденцией увеличения масштабов государственного вмешательства, как формального, так и неформального (рентоориентированное поведение, проявляющееся в создании и эксплуатации административных барьеров), по мере «взросления» рынков.

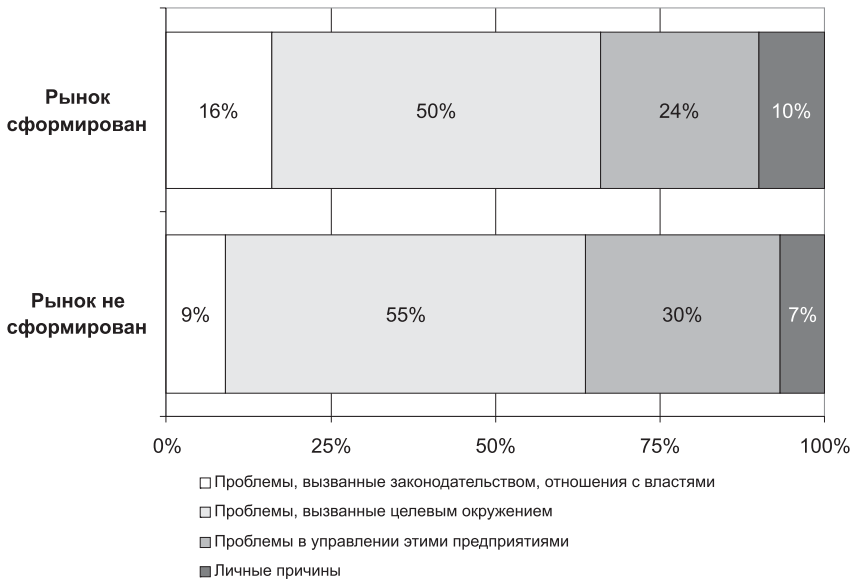


Рис. 32. Взаимосвязь между причинами прекращения деятельности малых предприятий и оценкой сформированности рыночной среды респондентами

На несформированных рынках заметно более значима проблема качества управления предприятиями, что очевидно связано с наличием на таких рынках недостаточно профессиональных хозяйствующих субъектов, вытесняемых более эффективными рыночными агентами по мере взросления и напол-

нения рынка. Также несколько большую важность на несформировавшихся рынках имеет влияние целевого окружения. Этот факт может объясняться состоянием конкурентной среды сравнительно молодых рынков, редкое наличие на таких рынках сговоров и, как следствие, достаточно острой конкурентной борьбой при невысокой концентрации.

В ответ на вопрос о среднем возрасте предприятий, прекративших деятельность за последний год на рынках предприятий респондентов, было получено 230 оценок. Самое молодое предприятие из числа закрывшихся к этому моменту функционировало не более 6 месяцев. Самая возрастная ликвидированная компания осуществляла деятельность уже 30 лет. Средний возраст ликвидации предприятий из числа конкурентного окружения респондентов составил 5,1 лет при стандартном отклонении в 44,2 месяца.

После закрытия предприятий их бывшие собственники в большинстве случаев меняют сферу деятельности, оставаясь при этом предпринимателями. Так, по оценкам респондентов около 42% собственников ликвидированных компаний начинают вести бизнес в другой отрасли.

Уходит из бизнеса приблизительно каждый четвертый бизнесмен, вынужденный закрыть предприятие. Почти каждый третий продолжает пытаться построить бизнес в той же сфере, в которой потерпел неудачу.

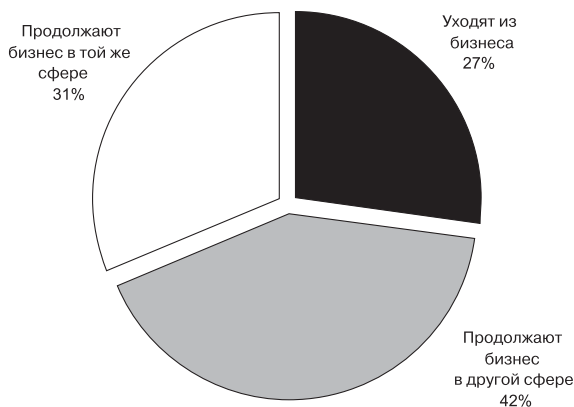


Рис. 33. Дальнейшие действия собственников предприятий, прекративших существование

3.4. Статистические методы классификации и самоидентификация предпринимателей

Во второй волне исследования, в дополнение к показателям первого раунда, изучалась динамика качества продукции (технологических сдвигов) по мере движения предприятий по стадиям жизненного цикла. Данный показатель был добавлен, исходя из анализа открытых ответов предпринимателей в первом раунде. Наиболее часто встречающиеся шаблоны изменения показателей по мере движения предприятий по стадиям жизненного цикла представлены в таблице 39.

Таблица 39. Шаблоны изменения показателей деятельности предприятия по стадиям жизненного цикла

| Шаблон (динамика изменения показателей) | | | | Стадия жизненного цикла | | | | | |
|--|----------|------------------------|------------|-------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| оборот | персонал | фин. ста- бильность | технология | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1 | 1 | 1 | 1 | 20,14 | 28,26 | 19,05 | | 10,53 | |
| 1 | 1 | 1 | 0 | | 7,39 | | | 5,26 | |
| 1 | 0 | 1 | 1 | | 5,22 | 5,44 | | 5,26 | |
| 1 | 0 | 1 | 0 | 6,36 | 6,09 | 6,8 | | 10,53 | |
| 1 | 0 | 0 | 0 | 23,32 | 21,74 | 8,84 | | 10,53 | |
| 0 | 1 | 0 | 0 | 6,01 | 5,22 | | | | |
| 0 | 0 | 1 | 0 | 7,07 | 7,39 | 19,05 | | 5,26 | |
| 0 | 0 | 0 | 1 | | | 5,44 | | | |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 9,54 | | 9,52 | 7,23 | 21,05 | |
| 0 | 0 | -1 | 0 | | | | 10,84 | | 12,5 |
| -1 | 0 | 0 | 0 | | | | 14,46 | | 20,45 |
| -1 | 0 | -1 | 0 | | | | 16,87 | | 12,5 |
| -1 | -1 | 0 | 0 | | | | | | 11,36 |
| -1 | -1 | -1 | 1 | | | | 10,84 | | |
| -1 | -1 | -1 | 0 | | | | 12,05 | | 19,32 |

Как и в первом раунде исследования, предприятия разделились на две группы. В первую группу вошли предприятия, находящиеся на стадиях 1, 2, 3, 5 (рост, становление, зрелость и возрождение). Для предприятий первой группы характерны более позитивные шаблоны, с ростом по одному или большему количеству показателей. Как правило, предприятия этой группы не отмечают отрицательной динамики ни по одному из факторов.

Во вторую группу вошли предприятия, находящиеся на стадиях 4 и 6 (кризис и спад). Для предприятий второй группы, напротив, характерны снижение

по одному или большему количеству показателей. Отдельные предприятия второй группы наряду с положительной динамикой по нескольким показателям могут отмечать положительную динамику одного из показателей. Например, для стадии 4 — кризис, 11% предприятий отметили шаблон $(-1, -1, -1, 1)$, что означает заметное снижение по обороту, численности персонала и финансовой стабильности, но положительные технологические сдвиги.

В целом введение дополнительного показателя — технологических сдвигов, оказалось оправданным, поскольку отмечена дисперсия по динамике этого показателя, в том числе и при условии, что шаблоны по другим показателям совпадают.

Отметим, что предприятия, отмечающие технологический рост, чаще отмечают также и рост по всем остальным показателям. Например, среди предприятий, отметивших рост по обороту, персоналу и повышению финансовой стабильности (шаблоны $1, 1, 1, 0$ и $1, 1, 1, 1$), значительно большая часть отмечает также и технологический рост, т.е. шаблон $(1, 1, 1, 1)$ выбирается значительно чаще, чем шаблон $(1, 1, 1, 0)$. Среди других шаблонов преобладает отсутствие технологических изменений — например, $(1, 0, 1, 1)$ и $(1, 0, 1, 0)$ большинство предприятий выбирает отсутствие технологических изменений. Еще больший перевес шаблона с отсутствием технологических изменений для шаблонов $(0, 0, 0, 1)$ и $(0, 0, 0, 0)$ (т.е. отсутствие положительной динамики по первым трем показателям). Таким образом, чем более положительна динамика по остальным показателям, тем более высока вероятность того, что у предприятия будет также и положительная динамика по технологическим изменениям.

Также в значительной мере зависит от остальных показателей финансовая стабильность предприятия — чем более положительна динамика по остальным показателям, тем более высока вероятность, что у предприятия будет также положительная динамика и по финансовой стабильности.

Как и в первом раунде, по указанному шаблону нельзя уверенно отнести предприятие к одной из стадий жизненного цикла, но можно уверенно отнести предприятие к группе положительной или отрицательной динамики.

Интересно также провести сопоставление шаблонов динамики изменения показателей предприятий, полученных в 1-м и 2-м раундах исследования. Очевидно, что экономический кризис наложил свой отпечаток на результаты второго раунда. Результаты сравнения приведены в таблице 40.

Тем не менее, существенные различия в количестве предприятий, выбирающих, к примеру шаблон $(1, 1, 1, -)$ то есть положительные изменения по трем показателям — оборот, персонал и финансовая стабильность, что соответствует двум шаблонам во втором раунде — $(1, 1, 1, 0)$ и $(1, 1, 1, 1)$, не может быть объяснена ни за счет кризиса, ни за счет смены выборки — в основном, предприятия проходили, например, стадию становления, несколько лет назад, когда кризиса еще не было, то есть условия, в которых находились предприя-

Таблица 40. Сравнение шаблонов изменения показателей в первом и втором раундах

| Оборот | Персонал | Фин. уст. | Раунд 1 | | | | | | Раунд 2 | | | | | |
|--------|----------|-----------|---------|------|------|------|------|--|---------|------|------|------|------|------|
| | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | 1 | 1 | 39,2 | 44,3 | 39,0 | | 27,3 | | 23,7 | 36,1 | 23,8 | | 15,8 | |
| 1 | 1 | 0 | | 5,2 | 5,3 | | | | | | | | | |
| 1 | 0 | 1 | 10,4 | 12,3 | 9,5 | | | | 7,8 | 11,3 | 12,2 | | 15,8 | |
| 1 | 0 | 0 | 15,0 | 16,5 | 10,5 | | | | 24,4 | 22,6 | 8,8 | | 26,3 | |
| 1 | -1 | 1 | | 6,1 | 6,3 | | | | | | | | | |
| 0 | 1 | 0 | | | 6,3 | | | | 6,4 | 5,2 | | | | |
| 0 | 0 | 1 | 5,8 | | 8,4 | | | | 10,6 | 8,7 | 21,8 | | | |
| 0 | 0 | 0 | | | | | | | 12,4 | 6,1 | 15,0 | 10,8 | 21,1 | |
| 0 | 0 | -1 | | | | | | | | | | 12,1 | | 12,5 |
| -1 | 0 | 0 | | | | | | | | | | 14,5 | | 21,6 |
| -1 | 0 | -1 | | | | 27,1 | 24,2 | | | | | 18,1 | | 12,5 |
| -1 | -1 | 0 | | | | | | | | | | | | 12,5 |
| -1 | 0 | 0 | | | | 16,7 | 24,2 | | | | | | | |
| -1 | -1 | -1 | | | | 22,9 | 27,3 | | | | | 24,1 | | 26,1 |

тия, опрошенные в 1-м и 2-м раундах, когда они были на стадии становления, были примерно одинаковыми. Возможно, субъективизм в оценке предыдущего опыта вызван сложными условиями, в которых оказалось предприятие (и его руководитель) во время проведения опроса во 2-м раунде. Результаты данного исследования еще один раз подчеркивают, что при проведении опроса субъективизм отвечающих играет существенную роль и может повлиять на выводы по результатам исследования. Во втором раунде имеет место систематический сдвиг субъективных оценок динамики изменения отдельных показателей предприятий в отрицательный сектор.

По оценке продолжительности стадий жизненного цикла предприятий получены следующие показатели (табл. 41).

Отметим, что данные обоих раундов по продолжительности стадий жизненного цикла достаточно близки. Различие в средних значениях достаточно велико только для стадии возрождения, однако, учитывая небольшое количество предприятий в каждом раунде и, соответственно, большие стандартные ошибки среднего, гипотеза о совпадении средних в двух рассматриваемых выборках не может быть отвергнута. Данные по медианам также достаточно близки. На основании двух проведенных раундов можно утверждать, что при первоначальном развитии предприятия (стадии становления — роста — зрелости), на стадию становления приходится для большинства предприятий 1–1,5 года, но отдельные предприятия задерживаются на этой стадии очень долго, что приводит к более длинным показателям в среднем. На прохождение стадий роста и зрелости большинство предприятий затрачивает 2 года или

Таблица 41. Продолжительность стадий жизненного цикла³⁸

| | Стадия жизненного цикла | | | | | |
|--------------------|-------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Среднее | 21.98 | 32.44 | 38.64 | 11.48 | 13.29 | 10.1 |
| Медиана | 18 | 24 | 24 | 8 | 8 | 8 |
| Кол-во наблюдений | 258 | 203 | 124 | 71 | 14 | 78 |
| ст.ошибка среднего | 1.12 | 1.8 | 3.2 | 1.08 | 5.52 | 1.22 |
| Справочно: раунд 1 | | | | | | |
| Среднее | 20,29 | 31,24 | 39,98 | 15,21 | 3.1 | 13,28 |
| Медиана | 12 | 24 | 26 | 12 | 3 | 6.5 |
| Кол-во наблюдений | 251 | 208 | 97 | 53 | 20 | 36 |

меньше, однако так же, как и для стадии становления, некоторые предприятия задерживаются на этих стадиях дольше, в результате средняя продолжительность оказывается больше. Стадии кризиса, возрождения и спада существенно короче — не более 8 месяцев — года для большинства предприятий.

Для проведения классификации предприятий по стадиям жизненного цикла на основании наблюдаемых показателей деятельности предприятий, также как и в 1-м раунде, использовались два подхода: мультиномиальная логистическая регрессия и последовательный дискриминантный анализ. Классификация основывается на анализе комплекса наблюдаемых показателей. Предварительный анализ характеристик предприятий позволяет выделить характеристики, существенно различающиеся для предприятий, находящихся на различных стадиях жизненного цикла. Кроме того, используемые статистические методы дают наилучшие результаты при использовании характеристик с наибольшей межгрупповой дисперсией и наименьшей внутригрупповой дисперсией. Предварительный анализ данных направлен на выявление характеристик с упомянутыми выше свойствами. Результаты такого предварительного анализа представлены в таблице 42.

⁶ С учетом «маргинальных» значений.

Таблица 42. Предварительный анализ характеристик предприятий

| | | Возраст | Успешность бизнеса | Численность сотрудников | Оборот | Стагнирующее предприятие | Ренивестирование прибыли – доля предприятия | Доля ренивестированной прибыли (если есть) | Горизонт планирования | Финансовые риски | Наемные управленцы | Планируется найм управленцев | Степень регламентации | Степень контроля | Склонность к риску | Склонность к инновациям |
|-----------------|---|---------|--------------------|-------------------------|--------|--------------------------|---|--|-----------------------|------------------|--------------------|------------------------------|-----------------------|------------------|--------------------|-------------------------|
| | 1 | Min, s | | Min, s | | | | | min max | min s | Min, s | | | max | | |
| Становление | 2 | | max | s | | s | max | | min max | s | | | | min | | |
| Рост | 3 | max | Max, s | max | s | s | | | | s | | | max | max | s | s |
| Зрелость | 4 | max | min | max | min | max | min | | min | max | | Min, s | Min, s | Min, s | min | min |
| Кризис развития | 5 | s | | s | Max, s | max | Max, s | Max, s | s | min | max | max | min | Min, s | max | max |
| Возрождение | 6 | | min | Min, s | min | max | Min, s | min | s | | | | | s | Min, s | Min, s |
| Спад | | | | | | | | | | | | | | | | |

Мультиномиальная логистическая регрессия

При оценке мультиномиальной логистической регрессии одна категория данных рассматривается как «базовая». В данном исследовании в качестве базовой рассматривалась категория предприятий, находящихся на стадии роста. Для всех остальных категорий оцениваются относительные вероятности отнесения предприятия к каждой из категорий. Для базовой категории относительная вероятность принимается равной 1. Для остальных категорий относительные вероятности определяются по формуле:

$$F_j(X_i) = \exp(\beta_0^j + \beta_1^j X_{i1} + \beta_2^j X_{i2} + \dots), \text{ где}$$

F_j — функция относительной вероятности отнесения предприятий к стадии j ;

X_i — набор характеристик предприятия i ;

X_{i1} — первая характеристика предприятия i ;

β_k^j — коэффициенты функции относительной вероятности для стадии j ; определяются в процессе оценки мультиномиальной логистической регрессии.

Абсолютные вероятности отнесения предприятия к определенной стадии жизненного цикла определяются по формуле:

$$\text{Pr}_j(X_i) = \frac{F_j(X_i)}{1 + \sum F_j(X_i)}, \text{ где}$$

Pr_j — абсолютная вероятность того, что предприятие находится на стадии j жизненного цикла;

X_i — набор характеристик предприятия i ;

$F_j(X_i)$ — относительная вероятность того, что предприятие i находится на стадии j жизненного цикла;

$\sum F_j(X_i)$ — сумма всех относительных вероятностей для предприятия i (включая базовую категорию).

Коэффициенты функций относительной вероятности, полученные в результате оценки мультиномиальной логистической регрессии на данных

опроса приведены в приложении. Результаты предсказания полученной модели представлены в таблице 43.

Таблица 43. Результаты предсказания мультиномиальной регрессии, %

| | Предсказание | | | | | | Всего |
|--------------------|--------------|-------|-------|-------|------|-------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | |
| 1. Становление | 75,51 | 4,08 | 14,29 | 0 | 2,04 | 4,08 | 100 |
| 2. Рост | 33,33 | 45,45 | 9,09 | 0 | 3,03 | 9,09 | 100 |
| 3. Зрелость | 8,89 | 8,89 | 73,33 | 2,22 | 0 | 6,67 | 100 |
| 4. Кризис развития | 13,33 | 0 | 16,67 | 40 | 0 | 30 | 100 |
| 5. Возрождение | 20 | 0 | 0 | 0 | 80 | 0 | 100 |
| 6. Спад | 7,89 | 0 | 18,42 | 15,79 | 0 | 57,89 | 100 |

Всего правильно классифицированы 123 предприятия из 200, т.е. 61.5%. Точность предсказания сравнима с результатами полученными в первом раунде.

Последовательный дискриминантный анализ

Целью проведения дискриминантного анализа является проведение классификации. Классический дискриминантный анализ разделяет выборку на две группы. В процессе последовательного дискриминантного анализа каждая из полученных групп разделяется в дальнейшем на подгруппы и т.д. В результате достигается классификация анализируемой выборки на необходимое количество категорий.

Полученная в результате опроса база данных рассматривается как обучающая выборка. На основе ее анализа на каждом шаге дискриминантного анализа вырабатывается решающее правило, позволяющее разделять предприятия, рассматриваемые на текущем шаге анализа на подгруппы. В основе решающего правила лежит построение дискриминантной функции, которая является линейной функцией наблюдаемых (полученных в результате опроса) характеристик предприятия.

Как было указано выше, различия между группами предприятий характеризуются различными наборами параметров. Например, между предприятиями, находящимися на стадиях роста и зрелости есть существенные различия по возрасту предприятий, в то время как между предприятиями на стадиях спада и зрелости отличия по возрасту несут существенны. Как следствие, при проведении дискриминантного анализа, цель которого — разделить предприятия, находящиеся на стадиях роста и зрелости, использование возраста

предприятия является оправданным, и характеристика «возраст предприятия» должна быть включена в дискриминантную функцию. С другой стороны, использование возраста предприятия при проведении дискриминантного анализа для разделения предприятий, находящихся на стадиях спада и зрелости, ничего не даст, поэтому возраст предприятия не следует включать в дискриминантную функцию.

Классификация предприятий по стадиям жизненного цикла на основании последовательного дискриминационного анализа состоит из последовательности шагов. Каждый шаг является дихотомическим дискриминантным анализом, то есть предприятия, участвующие в анализе, разделяются на две группы.

Шаг 1. Разделение «стагнирующих» и «развивающихся» предприятий.

Группа 1 — предприятия на стадиях «кризис» и «спад».

Группа 2 — предприятия на стадиях «становление», «рост», «зрелость», «возрождение».

Шаг 2. Разделение «стагнирующих» предприятий на предприятия, находящиеся на стадии «кризис» и на стадии «спад».

Группа 1 — предприятия на стадии «кризис».

Группа 2 — предприятия на стадии «спад».

Шаг 3. Выделение среди «развивающихся» предприятий тех, которые находятся на стадии «зрелость».

Группа 1 — предприятия на стадии «зрелость».

Группа 2 — предприятия на стадиях «становление», «рост», «возрождение».

Шаг 4. Отделение предприятий, находящихся на стадии «возрождение».

Группа 1 — предприятия на стадии «возрождение».

Группа 2 — предприятия на стадиях «рост», «становление».

Шаг 5. Разделение предприятий, находящихся на стадиях «рост», «становление».

Группа 1 — предприятия на стадии «становление».

Группа 2 — предприятия на стадии «рост».

Для каждого шага использовался свой набор характеристик предприятий, включенных в дискриминантную функцию. Отбор параметров проводился по наибольшей вариативности между группами и возможно минимальной дисперсии внутри групп. Дискриминантная функция является линейной функцией от характеристик предприятий.

$$D_s(X_i) = b_0^s + b_1^s X_{i1}^s + b_2^s X_{i2}^s + \dots, \text{ где}$$

X_i — набор характеристик предприятия i ;

X_{i1}^s — первая характеристика предприятия i , включенная в дискриминантную функцию на шаге s ;

X_{k1}^s — k -ая характеристика предприятия i , включенная в дискриминантную функцию на шаге s ;

b_k^s — коэффициенты дискриминантной функции на шаге s ; определяются в процессе проведения дискриминантного анализа.

Набор характеристик предприятий, включаемых в дискриминантную функцию на каждом шаге, и соответствующие коэффициенты представлены в следующей таблице.

Таблица 44. Последовательный дискриминантный анализ: переменные и коэффициенты дискриминантных функций

| Вопрос анкеты | Шаг | | | | |
|-----------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Возраст | -0,25 | | -0,43 | | 0,17 |
| Успешность бизнеса | 2,77 | | -2,05 | 1,06 | |
| Численность сотрудников | | -0,06 | -0,01 | | 0,03 |
| Оборот | 0,03 | | | -0,04 | -0,01 |
| Реинвестирование прибыли | 1,24 | 0,02 | | -2,1 | -0,2 |
| Горизонт планирования | | -0,01 | | | 0,11 |
| Финансовые риски | | 0,39 | 0,12 | | |
| Наемные менеджеры | | -0,84 | | -2,57 | 1,09 |
| Планируется наем менеджеров | 0,09 | 1,31 | 0,49 | -0,59 | |
| Степень регламентации сотрудников | | -1,07 | 0,49 | -0,33 | -0,65 |
| Степень контроля за сотрудниками | | -0,14 | -0,05 | -0,32 | 0,49 |
| Склонность к риску | | -0,18 | 0,39 | | 0,21 |
| Склонность к инновациям | -0,41 | | -0,75 | -0,51 | |

Решающее правило: если значение дискриминантной функции (дискриминантный индекс) больше 0 — предприятие следует отнести к группе 1, иначе — к группе 2.

После получения дискриминантных функций был проведен численный эксперимент. А именно, имеющаяся выборка предприятий была подвергнута процедуре классификации с помощью описанной выше основной и альтернативной процедур последовательного дискриминантного анализа (табл. 45).

Всего правильно предсказана принадлежность к стадии жизненного цикла для 112 из 202 предприятий, т.е. 55%.

В рамках первого раунда обследования более точные результаты дал последовательный дискриминантный анализ. В настоящем исследовании, напротив, модель мультиномиальной логистической регрессии показала более высокую прогностическую силу. Ограниченность точности предсказания моде-

Таблица 45. Результаты предсказаний модели, основанной на последовательном дискриминантном анализе, %

| | Предсказание | | | | | | Всего |
|--------------------|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | |
| 1. Становление | 57.14 | 6.12 | 12.24 | 4.08 | 10.2 | 10.2 | 100 |
| 2. Рост | 25 | 30.56 | 27.78 | 2.78 | 13.89 | 0 | 100 |
| 3. Зрелость | 6.98 | 6.98 | 76.74 | 2.33 | 4.65 | 2.33 | 100 |
| 4. Кризис развития | 3.23 | 3.23 | 12.9 | 61.29 | 3.23 | 16.13 | 100 |
| 5. Возрождение | 0 | 0 | 40 | 0 | 40 | 20 | 100 |
| 6. Спад | 7.89 | 2.63 | 18.42 | 13.16 | 7.89 | 50 | 100 |
| Всего | 21.78 | 9.41 | 30.69 | 13.86 | 8.91 | 15.35 | 100 |

ли в первую очередь обусловлена сложным характером самой изучаемой категории. Так, стадия жизненного цикла предприятия, являясь синтетической характеристикой, слабо поддается полноценному описанию в рамках операционных статистических моделей. В данном случае точность модели в 61,5% следует оценить как достаточно высокую. Такая точность обусловлена отражением в рамках модели большей части релевантных характеристик, описывающих синтетическую категорию.

ГЛАВА 4. ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ДИНАМИКУ РАЗВИТИЯ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ОТДЕЛЬНЫХ СТАДИЯХ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА

Состав факторов, влияющих на развитие малых предприятий, а также интенсивность их влияния может довольно значительно меняться в течение жизни предприятия. В настоящей главе приводится обзор внутренних и внешних условий, определяющих состояние и динамику компаний на различных стадиях жизненного цикла.

В первую очередь следует привести распределение ответов предпринимателей на вопрос о том, какой фактор мог бы придать существенное ускорение развитию их компании на текущем этапе. В целом по выборке наиболее популярным таким фактором оказалось повышение спроса на рынке, что очевидно связано с сокращением потребительского спроса в условиях кризиса — 65% респондентов указали его как существенный (при множественных ответах), 45,7% — как наиболее существенный (единственный ответ). В отношении других факторов ситуация не столь однозначная: по частоте упоминаний в качестве существенного условия второе место заняло уменьшение государственного вмешательства. При этом в качестве наиболее существенного фактора респон-

Таблица 46. Условия ускорения развития предприятия

| Формулировка условия | Существенные | | Наиболее существенное | |
|--|---------------|------|-----------------------|------|
| | Упоминания, % | Ранг | Доля, % | Ранг |
| Повышение спроса на рынке или появление крупного заказа | 65 | 1 | 45,7 | 1 |
| Уменьшение государственного вмешательства | 35 | 2 | 5,3 | 5-6 |
| Государственное регулирование, препятствующее появлению недобросовестных конкурентов | 28,3 | 3 | 9 | 3 |
| Облегчение доступа к квалифицированному персоналу | 17 | 4 | 3,7 | 8 |
| Облегчение доступа к заемным финансовым средствам | 16,7 | 5 | 15 | 2 |
| Облегчение доступа к производственным помещениям | 15,7 | 6 | 5,3 | 5-6 |
| Снижение влияния властей или криминала | 13 | 7 | 4 | 7 |
| Продажа предприятия другому предпринимателю | 2,3 | 9 | 1,3 | 9 |
| Другое | 11 | 8 | 7 | 4 |

денты поставили на второе место облегчение доступа к заемным финансовым ресурсам (пятое место по частоте упоминаний при множественных ответах).

Третьим по значимости условием ускорения развития предприятия назвали ограничение недобросовестной конкуренции на рынке. Как наименее значимый фактор по вполне понятным причинам респонденты отметили продажу бизнеса другому предпринимателю.

Следует также отметить, что распределение ответов не претерпело значимых структурных изменений в сравнении с результатами первого раунда исследования.

В разрезе стадий жизненного цикла выделяется ряд представляющих интерес особенностей. Так, применительно к существенным условиям (множественные ответы) необходимо отметить подавляющее преобладание фактора спроса на стадиях возрождения и кризиса развития и достаточно высокую значимость привлечения финансовых ресурсов на стадиях становления, роста и возрождения. Также для стадии возрождения несколько более характерно негативное восприятие государственного вмешательства.

Сравнение с результатами первого раунда обследования свидетельствует о следующих произошедших структурных изменениях:

- в целом по выборке во втором раунде несколько повысилась важность условия «облегчение доступа к заемным финансовым средствам», при этом порядок рангов по степени важности условий сохранился;
- на стадии становления занимавший в предыдущем раунде второй ранг фактор государственного регулирования, препятствующего появлению недобросовестных конкурентов, во втором раунде поменялся местами по степени важности с условием облегчения доступа к заемным финансовым средствам;
- применительно к стадии роста снизилась важность фактора облегчения доступа к квалифицированному персоналу, вместо него на третьей по важности позиции оказалось условие введения государственного регулирования, препятствующего появлению недобросовестных конкурентов;
- для предприятий на стадии зрелости снизилась абсолютная важность фактора повышения спроса на рынке или появления крупного заказа, структура важности условий стала более разнообразной. Кроме того, применительно к этой стадии во втором раунде наблюдалось повышение значимости факторов облегчения доступа к производственным помещениям и уменьшения государственного вмешательства;
- для предприятий на стадии кризиса развития повысилась абсолютная важность повышения спроса на рынке или появления крупного заказа, также более существенными стали условия облегчения доступа к заемным финансовым средствам и ограничения недобросовестной конкуренции на рынке;

Таблица 47. Существенные условия ускорения развития предприятия (множественные ответы)

| Формулировка условия | Стадия жизненного цикла | | | | | |
|--|-------------------------|------|----------|--------|-------------|------|
| | Становление | Рост | Зрелость | Кризис | Возрождение | Спад |
| Существенное повышение спроса | 62% | 60% | 54% | 82% | 100% | 66% |
| Ограничение недобросовестной конкуренции | 33% | 28% | 29% | 27% | 0% | 29% |
| Уменьшение государственного вмешательства | 23% | 18% | 17% | 12% | 33% | 12% |
| Облегчение доступа к производственным помещениям | 25% | 18% | 21% | 6% | 0% | 14% |
| Облегчение доступа к заемным финансовым средствам | 48% | 42% | 27% | 31% | 50% | 27% |
| Облегчение доступа к квалифицированному персоналу | 13% | 22% | 13% | 27% | 17% | 8% |
| Снижение неформального влияния властей или криминала | 12% | 14% | 14% | 6% | 17% | 17% |
| Продажа предприятия другому предпринимателю | 3% | 2% | 3% | 0% | 0% | 3% |

— предприятия, находящиеся на стадии спада, во втором раунде сравнительно ниже оценили значимость противодействия недобросовестной конкуренции и облегчения доступа к квалифицированному персоналу.

При этом несколько повысилась важность для них доступности заемных средств и неформального влияния властей или криминала.

Что касается наиболее существенных условий (единственный ответ), особо выделяется исключительно высокая значимость фактора спроса для предприятий, находящихся на стадиях возрождения и кризиса развития. Предприятия других стадий важность роста спроса оценили, хоть и высоко (первый ранг на всех стадиях цикла), но заметно ниже указанных предприятий. Сравнительно меньшее значение повышению спроса придают компании на стадии зрелости.

Кроме того, выделяется сравнительно высокая значимость фактора привлечения заемных ресурсов для предприятий в стадии становления.

Не менее, а в ряде случаев и более, важным фактором являются ограничения, накладываемые рыночной структурой, субъектами, участвующими или вмешивающимися в функционирование этого рынка. В рамках опроса предпринимателям задавался вопрос о том, какие ограничивающие факторы оказывают наиболее значительное негативное влияние на возможности их компаний на текущем этапе жизненного цикла.

Таблица 48. Наиболее существенное условие ускорения развития предприятия
(единственный ответ)

| Формулировка условия | Стадия жизненного цикла | | | | | |
|--|-------------------------|------|----------|--------|-------------|------|
| | Становление | Рост | Зрелость | Кризис | Возрождение | Спад |
| Существенное повышение спроса | 43% | 44% | 34% | 59% | 83% | 47% |
| Ограничение недобросовестной конкуренции | 12% | 12% | 11% | 4% | 0% | 5% |
| Уменьшение государственного вмешательства | 3% | 4% | 10% | 6% | 0% | 3% |
| Облегчение доступа к произв. помещениям | 7% | 2% | 11% | 0% | 0% | 3% |
| Облегчение доступа к заемным финансовым средствам | 22% | 18% | 10% | 16% | 17% | 12% |
| Облегчение доступа к квалифицированному персоналу | 2% | 8% | 1% | 8% | 0% | 2% |
| Снижение неформального влияния властей или криминала | 2% | 2% | 9% | 0% | 0% | 7% |
| Продажа предприятия другому предпринимателю | 2% | 0% | 3% | 0% | 0% | 2% |

Таблица 49. Наиболее существенный фактор, ограничивающий развитие предприятия на текущей стадии жизненного цикла, в целом по выборке (единственный ответ)

| Ограничивающий фактор | Доля, % | Ранг |
|--|---------|------|
| Макроэкономическая нестабильность | 29,6 | 1 |
| Ограниченные возможности доступа к заемным финансовым средствам | 16 | 2 |
| Наличие сильных конкурентов | 11,2 | 3 |
| Насыщенность спроса на рынке вашей продукции | 10 | 4 |
| Нехватка ответственных, квалифицированных кадров | 7,2 | 5-6 |
| Неэффективная государственная политика поддержки предпринимательства | 7,2 | 5-6 |
| Жесткая налоговая система | 5,2 | 7 |
| Высокие административные барьеры | 4,4 | 8 |
| Недостаточное развитие рыночной инфраструктуры | 3,2 | 9 |
| Ограниченные возможности доступа к площадям, оборудованию | 2,8 | 10 |
| Неформальное давление со стороны местных властей/криминала | 2,4 | 11 |
| Отсутствие личной мотивации к развитию собственного бизнеса | 0,8 | 12 |

В целом по выборке в качестве наиболее существенного фактора была выделена макроэкономическая нестабильность. При этом следует отметить значимый скачок ее значимости в сравнении с первым раундом — число респон-

дентов, отмечающих фактор как наиболее существенный, выросло в несколько раз на всех стадиях жизненного цикла.

Вторым по значимости сдерживающим условием закономерно оказалась низкая доступность заемных средств — 16% респондентов в целом по выборке оценили проблему как наиболее актуальную для их предприятий. Также заметно выделяются факторы наличия сильных конкурентов (11,2% в целом по выборке) и насыщенности спроса (10%).

Следует отметить, что все наиболее значимые для респондентов факторы прямо или косвенно являются следствиями или симптомами финансово-экономического кризиса (сокращение спроса, острые проблемы в кредитной сфере и нестабильность макроэкономических параметров).

В части наиболее существенных факторов выделяется особо высокая значимость фактора макроэкономической нестабильности для предприятий на

Таблица 50. Наиболее существенный фактор, ограничивающий развитие предприятия на текущей стадии жизненного цикла (единственный ответ)

| Ограничивающий фактор | Стадия жизненного цикла | | | | | |
|--|-------------------------|------|----------|--------|-------------|------|
| | Становление | Рост | Зрелость | Кризис | Возрождение | Спад |
| Ограниченные возможности доступа к заемным финансовым средствам | 19% | 23% | 13% | 12% | 67% | 11% |
| Ограниченные возможности доступа к площадям, оборудованию | 8% | 2% | 3% | 0% | 0% | 0% |
| Нехватка ответственных, квалифицированных кадров | 15% | 16% | 2% | 5% | 0% | 0% |
| Жесткая налоговая система | 6% | 2% | 8% | 7% | 0% | 2% |
| Высокие административные барьеры | 6% | 5% | 3% | 5% | 0% | 4% |
| Макроэкономическая нестабильность | 13% | 18% | 35% | 29% | 0% | 53% |
| Неэффективная государственная политика поддержки предпринимательства | 2% | 7% | 5% | 12% | 0% | 13% |
| Насыщенность спроса на рынке вашей продукции | 8% | 11% | 6% | 17% | 0% | 11% |
| Недостаточное развитие рыночной инфраструктуры | 9% | 0% | 5% | 0% | 0% | 0% |
| Наличие сильных конкурентов | 11% | 11% | 15% | 10% | 33% | 6% |
| Неформальное давление со стороны местных властей/криминала | 4% | 5% | 2% | 2% | 0% | 0% |
| Отсутствие личной мотивации к развитию собственного бизнеса | 0% | 0% | 3% | 0% | 0% | 0% |

стадиях спада и кризиса, а также для зрелых компаний. Так, более половины опрошенных респондентов, чьи фирмы находятся в состоянии спада, отметили нестабильность как наиболее значимое ограничение. Следует отметить, что это частично может являться следствием желания собственников обосновать стагнацию компании чем-либо отличным от низкой эффективности руководства. Применительно к стадиям зрелости и кризиса доли таких респондентов составили 35% и 29% соответственно.

Ограниченность возможностей для привлечения заемных ресурсов, в целом по выборке оказавшаяся второй по степени важности проблемой предприятий, особо актуальна для компаний на стадиях возрождения (2/3 респондентов), роста (23%) и становления (19%), что объясняется их потребностями в расширении финансовой базы роста. В условиях сокращения потребительского спроса такое расширение за счет внутренних ресурсов является весьма затруднительным, что может повлечь преждевременный переход предприятия на стадию зрелости. На стадии возрождения также выделяется значимость конкуренции на рынке (33% респондентов), остальные факторы не были отмечены респондентами этой группы в качестве наиболее существенных. Важность воздействия конкурентной среды также была выделена предприятиями на стадии зрелости (15%).

Применительно к проблеме нехватки квалифицированных кадров выделяются стадии становления и роста, на которых предприятия особо остро сталкиваются с трудностями формирования профессиональной команды (15% и 16% респондентов соответственно).

Неэффективность государственной политики в сфере поддержки предпринимательства особенно выделяется респондентами, предприятия которых находятся на стадиях стагнации (кризис — 12% респондентов, спад — 13%). Также этими респондентами в качестве ограничивающего фактора особо выделяется насыщенность спроса на рынке (17% кризисных предприятий, 11% компаний на стадии спада).

В несколько большей мере, чем на других стадиях, неформальное негативное воздействие (со стороны властей или криминала) ощущается на стадии роста, что связано с появлением к таким предприятиям соответствующего интереса и недостатка у собственников опыта адаптации и решения подобных проблем. Также следует отметить, что фактор отсутствия личной мотивации к развитию бизнеса был отмечен лишь на стадии зрелости (3%).

Отдельного упоминания требует сравнительно низкая значимость на всех стадиях жизненного цикла факторов административных барьеров, ограниченности доступа к недвижимости и оборудованию, недостатков налоговой системы, а также недостаточной развитости рыночной инфраструктуры (эта проблема отмечена как актуальная только на стадиях становления и зрелости).

В сравнении с первым раундом исследования выделяются следующие примечательные изменения:

- заметно повысилась значимость наличия на рынке сильных конкурентов (кроме стадии спада) и макроэкономической нестабильности;
- влияние высоких административных барьеров снизилось на стадиях с положительной динамикой и — наоборот — увеличилось на стадиях стагнации;
- влияние фактора неэффективности государственной политики поддержки предпринимательства также повысилась на стадиях стагнации и стадии возрождения;
- ограниченность доступа к заемным финансовым средствам как фактор, ограничивающий развитие предприятия стала более важна для предприятий на стадиях роста, кризиса развития, возрождения и спада.

4.1. Внешние факторы, определяющие тенденции развития малых предприятий на отдельных стадиях жизненного цикла

Наличие эффективной структуры хозяйствования и управления, необходимых факторов производства далеко не всегда является достаточным условием для успешного функционирования малого предприятия. Зачастую гораздо более значимую роль играют внешние по отношению к предприятию факторы среды. К ним, в первую очередь, относятся: наличие доступа к ресурсам (финансовым, кадровым, производственным), внешнее вмешательство в деятельность (государственная политика и административные барьеры), рыночные характеристики (состояние спроса и конкурентной среды), институциональные соглашения и макроэкономические условия. Большинство из указанных внешних факторов поддается воздействию со стороны государства, и одной из его форм является политика поддержки малого и среднего предпринимательства.

Потребности и проблемы малых предприятий

Как выяснилось в рамках опросного исследования, основные потребности и проблемы с доступностью малые предприятия испытывают в области государственной поддержки малого предпринимательства (59,7% респондентов отметили наличие такой потребности, 49,5% — такой проблемы) и в доступе к заемным финансовым ресурсам (48,3% и 46,9%, соответственно). Наименее востребованной и одновременно наименее проблемной областью на настоящий момент является доступ к производственным площадям (рис. 34).

Результаты сравнения раундов 1 и 2 в отношении потребностей и проблем малых предприятий приведены в таблице. Во втором раунде исследования по

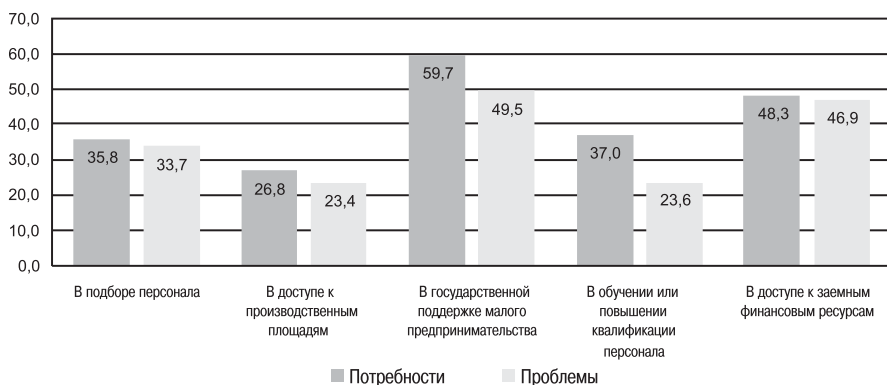


Рис. 34. Потребности и проблемы малых предприятий

сравнению с первым во всех изучаемых областях снизились как потребности, так и проблемы. Наибольшее сокращение характерно для сфер, связанных с трудовыми ресурсами (подбор и обучение персонала). Данная тенденция может являться отражением активно проводимой предприятиями в кризисные периоды политики по минимизации издержек, в том числе выражающейся в сокращении персонала, переходе на укороченную рабочую неделю и других мерах, а также смещением приоритетов руководства на решение других первоочередных задач. Среди таких задач в первую очередь выделяются стабили-

Таблица 51. Потребности и проблемы малых предприятий (сравнение раундов 1 и 2)

| Вариант ответа | | Есть | | Нет | |
|--|------------|---------|---------|---------|---------|
| | | Раунд 1 | Раунд 2 | Раунд 1 | Раунд 2 |
| В подборе персонала | Да | 53,7% | 35,8% | 47,7% | 33,7% |
| | Нет | 45,7% | 64,2% | 43,3% | 66% |
| | Нет ответа | 0,7% | — | 9% | 0,3% |
| В доступе к производственным площадям | Да | 27,7% | 26,8% | 24,3% | 23,4% |
| | Нет | 68,3% | 72,1% | 60,7% | 75,2% |
| | Нет ответа | 4,0% | 1% | 15% | 1,4% |
| В государственной поддержке малого предпринимательства | Да | 64,3% | 59,7% | 52% | 49,5% |
| | Нет | 31,3% | 38,3% | 37% | 49,5% |
| | Нет ответа | 4,3% | 2% | 11% | 1% |
| В обучении или повышении квалификации персонала | Да | 53% | 37% | 29,3% | 23,6% |
| | Нет | 44,3% | 63% | 61,7% | 76,4% |
| | Нет ответа | 2,7% | — | 9% | — |

зация финансового состояния и доступ к государственной поддержке, на что указывают и сохранившиеся высокие потребности в данных областях.

Заметное сокращение доли предприятий, испытывающих проблемы с подбором необходимого персонала, по всей видимости, связано со значительным высвобождением работников в результате сокращений на предприятиях, наиболее существенно пострадавших от кризиса.

Степень доступности заемных финансовых средств

Одним из важнейших для малого предприятия факторов внешней среды является степень доступности заемных финансовых средств. Согласно результатам опроса, потребность в привлечении финансовых ресурсов испытывают 48,3% предприятий. В то же время доступность указанных ресурсов предприятия оценивают достаточно пессимистично. Около 36,9% респондентов считают, что степень доступности для них заемных финансовых средств низкая, 16,1% — очень низкая. Лишь 9,4% характеризуют степень доступности как высокую или очень высокую.

По стадиям жизненного цикла максимальная потребность в заемных финансовых средствах отмечается у предприятий на стадии становления (66,7%), что является вполне понятным ввиду необходимости осуществления на данной стадии наибольших капитальных вложений. Наименьшая из всех доля респондентов, отметивших наличие потребностей в привлечении кредитных ресурсов, оказалась на стадии роста предприятия. По сравнению с раундом 1 произошло смещение в потребностях предприятий по стадиям жизненного цикла: рост доли утвердительно ответивших респондентов применительно к стадии становления и заметное ее сокращение на всех остальных стадиях.

Проблемы с доступностью заемных финансовых средств испытывают в среднем около 86,5% предприятий из числа компаний, испытывающих соответствующие потребности. Вполне оправданным является тот факт, что наиболее остро этот вопрос стоит у предприятий на стадиях спада и кризиса раз-

Таблица 52. Потребности предприятий в заемных финансовых средствах на различных стадиях жизненного цикла, %

| | Становление | Рост | Зрелость | Кризис | Возрождение | Спад |
|---------------------------------|-------------|------|----------|--------|-------------|------|
| Испытывают потребность, 1 раунд | 42,9 | 53,3 | 54,4 | 53,1 | 66,7 | 63,2 |
| Испытывают потребность, 2 раунд | 66,7 | 46 | 42 | 52,1 | 50 | 45,8 |
| Имеют проблемы, 2 раунд | 61 | 44 | 39,7 | 54,3 | 50 | 57,9 |

вития — 100% и 96% предприятий на этих стадиях соответственно имеют проблемы с доступом к заемным финансовым средствам, поскольку именно предприятиям, испытывающим финансовые затруднения, наиболее сложно получить кредит. Помимо этого проблемы с доступностью финансовых ресурсов характерны для предприятий на стадии становления, что объясняется частым отсутствием у них необходимой залоговой базы и кредитной истории.

Подтверждают обозначенную выше тенденцию результаты опроса в части оценки степени доступности финансовых средств предприятиями, испытывающими в них потребность. Так, наименее оптимистично оценивают степень доступности кредитных ресурсов предприятия, находящиеся на стадиях кризиса развития и спада — около 72% или 67% респондентов оценили соответственно доступность как низкую или очень низкую (см. рис. 35). Примечательными являются довольно низкие оценки доступности, характерные для предприятий на стадии роста, что может быть связано с их высокой потребностью в кредитных ресурсах для обеспечения расширения масштабов деятельности и фактическими сложностями с их привлечением по причине общего ухудшения макроэкономической ситуации.

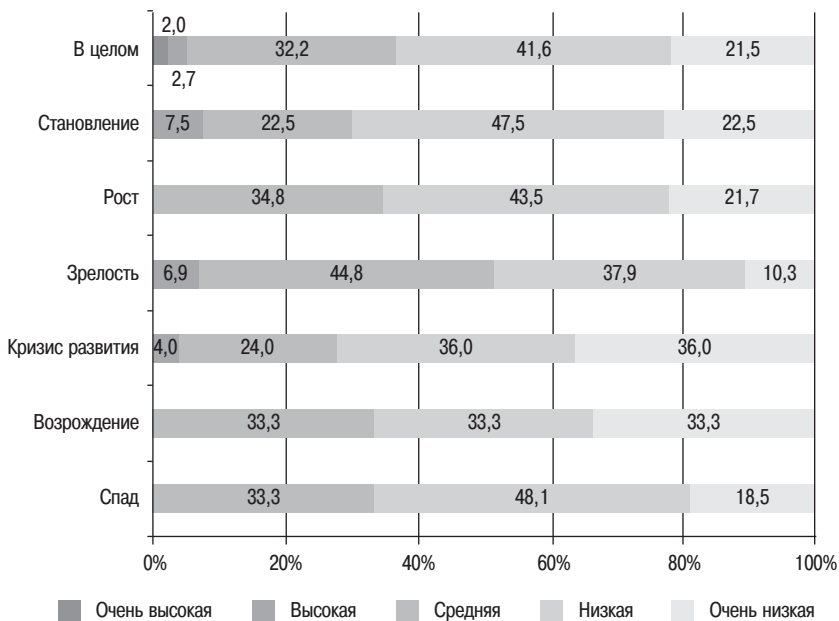


Рис. 35. Степень доступности заемных финансовых ресурсов для предприятий, испытывающих в них потребность

По результатам опроса можно сделать вывод о существенном снижении по сравнению с раундом 1 степени доступности заемных средств для малых предприятий, находящихся на всех стадиях жизненного цикла, что является отражением произошедших изменений макроэкономического положения страны под воздействием мирового финансово-экономического кризиса. Несмотря на этот факт, значительная часть респондентов оценивает финансово-экономическое состояние своих предприятий как устойчивое — 31,3%, а 53,7% — как относительно устойчивое, указывая при этом, что средств для поддержания бизнеса хватало, однако, планы по развитию пришлось ограничить или полностью свернуть.

Таблица 53. Степень доступности заемных средств в целом по выборке (сравнение аундов 1 и 2)

| Степень доступности | Раунд 1 | Раунд 2 | Направление изменения |
|---------------------|---------|---------|-----------------------|
| Очень высокая | 5% | 1,3% | ↓ |
| Высокая | 13,3% | 8,1% | ↓ |
| Средняя | 45% | 34,6% | ↓ |
| Низкая | 22% | 36,9% | ↓ |
| Очень низкая | 8,3% | 16,1% | ↑ |

Снижение объемов кредитования, общее удорожание кредитов и ужесточение требований к заемщикам — одни из главных проблем малого бизнеса,

Таблица 54. Степень доступности заемных средств в разрезе стадий жизненного цикла (сравнение раундов 1 и 2)

| Условия | Становление | | Рост | | Зрелость | |
|---------------|-----------------|---------|-------------|---------|----------|---------|
| | Раунд 1 | Раунд 2 | Раунд 1 | Раунд 1 | Раунд 2 | Раунд 2 |
| Очень высокая | 8% | — | 1% | — | 6% | 3% |
| Высокая | 13% | 8% | 13% | 10% | 19% | 9% |
| Средняя | 54% | 25% | 46% | 42% | 50% | 43% |
| Низкая | 25% | 48% | 27% | 30% | 14% | 30% |
| Очень низкая | 0% | 17% | 13% | 14% | 11% | 11% |
| Условия | Кризис развития | | Возрождение | | Спад | |
| | Раунд 1 | Раунд 2 | Раунд 1 | Раунд 1 | Раунд 2 | Раунд 2 |
| Очень высокая | 18% | 2% | 10% | — | —% | 2% |
| Высокая | — | 10% | 10% | 17% | 25% | 3% |
| Средняя | 41% | 27% | 30% | 50% | 17% | 28% |
| Низкая | 29% | 35% | 40% | 17% | 17% | 45% |
| Очень низкая | 12% | 25% | 10% | 17% | 42% | 17% |

порожденных кризисом. При этом наименьшее снижение доступности заемных средств отмечается для стадий роста и зрелости.

Степень финансовых рисков предприятий, по оценкам респондентов, за 2008 год незначительно возросла: до 34,4% увеличилась доля компаний с высокой и очень высокой степенью риска, по большей части за счет перехода из умеренного состояния (см. рис. 36). Прогнозируемо наибольшие потребности в доступе к заемным финансовым ресурсам испытывают предприятия с очень высокими и высокими рисками — 67,9% и 57,5% респондентов соответственно указали на данный факт. Повышенное значение данного показателя характерно также для предприятий с умеренными рисками — 50,8%. Ожидается также, что предприятия на данных стадиях испытывают и наибольшие проблемы с доступом к заемным финансовым ресурсам: это характерно для более чем 50% респондентов, отметивших наличие высоких и очень высоких рисков.

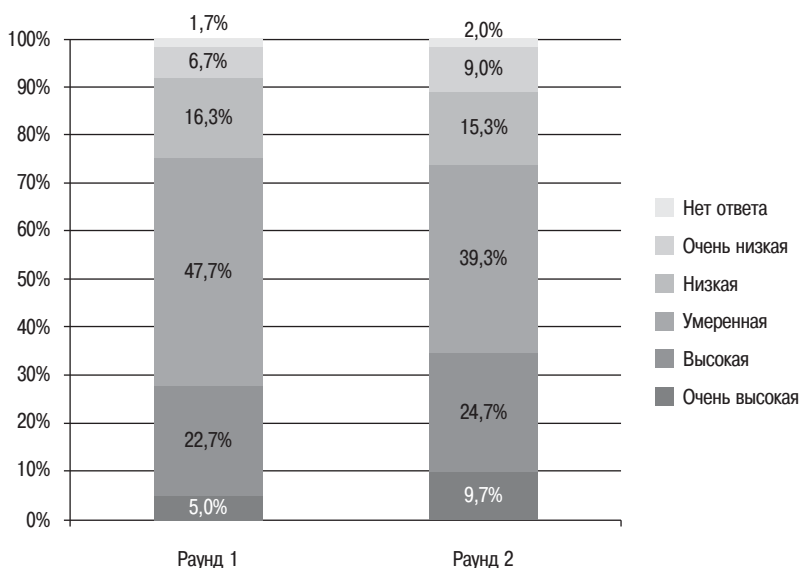


Рис. 36. Степень финансовых (кредитных) рисков предприятий

Потребности малых предприятий в государственной поддержке

Полученная в ходе проведения опросного исследования оценка потребностей и проблем предприятий в отношении государственной поддержки дает представление об эффективности сложившейся системы поддержки мало-

го и среднего предпринимательства как внешнего фактора предпринимательской среды. Так, 59,7% респондентов отметили, что испытывают потребность в получении государственной поддержки. Наибольшие ожидания относительно господдержки обозначили предприятия на стадиях роста и кризиса развития: 68% и 65,3%, соответственно.

Существенных изменений в отношении потребностей респондентов в сравнении с раундом 1 не произошло. При этом следует отметить, что в целом на различных стадиях жизненного цикла отклонение от среднего значения является сравнительно незначимым (за исключением стадии возрождения), что указывает на то, что потребность предприятий в государственной поддержке зависит в меньшей мере от текущего состояния и уровня развития компании, а является скорее результатом субъективных факторов и ожиданий руководителей относительно потенциальной помощи государства и их самостоятельности (см. таблицу).

Таблица 55. Потребности и проблемы малых предприятий в отношении государственной поддержки, %

| | Становление | Рост | Зрелость | Кризис развития | Возрождение | Спад |
|---------------------------------|-------------|------|----------|-----------------|-------------|------|
| Испытывают потребность, раунд 1 | 62,5 | 62,4 | 67,6 | 68,8 | 60 | 63,2 |
| Испытывают потребность, раунд 2 | 60 | 68 | 52,9 | 65,3 | 33,3 | 57,6 |
| Имеют проблемы, раунд 2 | 34,5 | 58,3 | 47,8 | 63,3 | 33,3 | 47,5 |

Проблемы с доступностью государственной поддержки испытывают в среднем около 79,2% предприятий из числа компаний, испытывающих соответствующие потребности, при этом наиболее остро этот вопрос стоит у предприятий на стадии кризиса развития (около 96,9% предприятий на этой стадии имеют существенные проблемы с получением государственной поддержки).

Потребности в области подбора, обучения персонала и повышения его квалификации

Несмотря на общее по стране снижение потребности предприятий в подборе и обучении персонала, а также рост безработицы, опросное исследование показало наличие проблем у малого бизнеса в данной сфере. Так, из 35,8% респондентов, имеющих потребности в найме персонала, 84,1% сталкиваются

с проблемами при его подборе, связанными с поиском специалистов необходимой квалификации. Самая высокая доля давших указанный ответ была зарегистрирована среди предприятий на стадиях кризиса и возрождения: 100% из имеющих соответствующие потребности. В целом по выборке наибольшая потребность в подборе персонала характерна для стадии становления, наименьшая — для стадии спада (см. таблицу 56).

Потребности в обучении и повышении квалификации персонала испытывают 37% опрошенных предпринимателей. Следует отметить, что данная область расценивается респондентами как наименее проблемная — 23,6% в целом по выборке не видят значимых факторов, ограничивающих возможности предприятий в организации обучения сотрудников.

По стадиям жизненного цикла наблюдается постепенное сокращение потребности в подборе и обучении персонала по мере перехода на более поздние стадии.

Таблица 56. Потребности и проблемы малых предприятий в отношении государственной поддержки, %

| | Становление | Рост | Зрелость | Кризис развития | Возрождение | Спад |
|---------------------------------------|-------------|-------|----------|-----------------|-------------|-------|
| В подборе персонала | | | | | | |
| Испытывают потребность | 48,3% | 38% | 37,1% | 31,3% | 33,3% | 23,7% |
| Имеют проблемы | 41,4% | 35,4% | 31,3% | 33,3% | 50% | 23,7% |
| В обучении или повышении квалификации | | | | | | |
| Испытывают потребность | 43,1% | 40% | 44,3% | 38,3% | 33,3% | 23,7% |
| Имеют проблемы | 21,4% | 33,3% | 25,4% | 25,5% | 16,7% | 15,5% |

Доступность производственных помещений

Наименее существенной, но тем не менее довольно значимой проблемой по мнению субъектов малого предпринимательства является доступность производственных помещений для осуществления деятельности. В целом по выборке 26,8% респондентов отметили, что нуждаются в доступе к дополнительным помещениям (см. таблицу 57). Наиболее острой потребностью в помещениях является у предприятий на стадии становления. Затем, по мере развития, предприятия частично удовлетворяют указанную потребность. При этом стоит отметить, что только 20,3% предприятий, нуждающихся в помещениях, считают, что их получение не представляет для них существенной проблемы. Предприятия, находящиеся на стадии становления, также испытывают наибольшие проблемы в данной сфере — 36,6% (в среднем по выборке 23,4% отметили наличие подобной проблемы).

Таблица 57. Потребности предприятий в помещениях для осуществления деятельности на различных стадиях жизненного цикла

| | Становление | Рост | Зрелость | Кризис развития | Возрождение | Спад |
|------------------------|-------------|-------|----------|-----------------|-------------|-------|
| Испытывают потребность | 45,8% | 26% | 27,1% | 18,8% | 16,7% | 15,3% |
| Имеют проблемы | 35,6% | 23,4% | 21,7% | 23,4% | 0% | 14,3% |

Влияние субъектов на бизнес

Принципиально важное значение имеет оценка предпринимателями характера влияния различных субъектов на их бизнес. Наиболее негативное воздействие, по мнению респондентов, оказывают действия контролирующих органов и конкурентов. Влияние же профсоюзов и предпринимательских объединений на малый бизнес практически отсутствует — на этот факт указали $\frac{3}{4}$ опрошенных респондентов.

В сравнении с предыдущим раундом исследования влияние контролирующих органов, конкурентов и крупного бизнеса респонденты стали воспринимать чуть более негативно. Однако данные изменения являются незначительными, что указывает на достаточно стабильное отношение представителей малого бизнеса к указанным внешним факторам развития. Влияние профсоюзов и предпринимательских объединений стало более заметно, но в целом все еще крайне незначительно.

Влияние контролирующих органов

Влияние контролирующих органов на развитие своего предприятия как негативное оценивает достаточно существенная доля опрошенных предпринимателей (в целом по выборке около 58%). В разрезе стадий жизненного цикла в отношении предприятий к контролирующим органам можно выделить отдельные представляющие интерес особенности.

Помимо этого прослеживается связь в отношении респондентов к контролирующим органам в зависимости от положения на рынке, которые они занимают. Так, из 38 предприятий, относящих свой бизнес к категории «средний» с точки зрения рынка, на котором он работает, 68,5% оценивают влияние контролирующих органов как негативное, что на 10 п.п. больше чем в среднем по выборке.

Так, наименее негативно относятся к влиянию контролирующих органов предприятия на стадии роста и зрелости, что может быть связано со сложившимися у них устойчивыми позициями на рынке и накопленным специфическим опытом взаимодействия с контролируемыми органами. Негативные

оценки в наибольшей степени характерны для предприятий, находящихся на стадиях становления и спада, т.е. наименее устойчивых к воздействиям внешней среды.

Таблица 58. Влияние контролирующих органов на бизнес (сравнение раундов 1 и 2)

| Варианты ответа | | Доля, % | |
|--------------------------------|----------------------------|---------|---------|
| | | Раунд 1 | Раунд 2 |
| Влияние контролирующих органов | Исключительно негативное | 13% | 11,3% |
| | Скорее негативное | 41,3% | 46,7% |
| | Скорее позитивное | 23,3% | 18% |
| | Исключительно позитивное | 2,7% | 3% |
| | Влияние вообще отсутствует | 15,3% | 18% |
| | Нет ответа | 4,3% | 3% |

Помимо этого прослеживается связь в отношении респондентов к контролирующим органам в зависимости от положения на рынке, которое они занимают. Так, из 38 предприятий, относящих свой бизнес к категории «средний» с точки зрения рынка, на котором оно в основном работает, 68,5% оценивают влияние контролирующих органов как негативное, что на 10 п.п. больше чем в среднем по выборке.

Таблица 59. Влияние контролирующих органов

| | Становление | Рост | Зрелость | Кризис развития | Возрождение | Спад |
|----------------------------|-------------|-------|----------|-----------------|-------------|-------|
| Исключительно негативное | 8,3% | 10,2% | 10,1% | 22,4% | 0% | 10,3% |
| Скорее негативное | 53,3% | 46,9% | 43,5% | 34,7% | 50% | 51,7% |
| Скорее позитивное | 16,7% | 24,5% | 20,3% | 12,2% | 50% | 15,5% |
| Исключительно позитивное | 1,7% | 2% | 7,2% | 0% | 0% | 3,4% |
| Влияние вообще отсутствует | 20% | 12,2% | 15,9% | 28,6% | 0% | 19% |

Влияние конкурентов

Влияние на развитие бизнеса конкурентов малых предприятий респонденты склонны оценивать скорее негативно — 51,7% указали на этот факт. Представители же крупного бизнеса, по мнению большей части опрошенных (46,3%), не оказывают никакого влияния на бизнес.

Таблица 60. Влияние конкурентов на бизнес (сравнение раундов 1 и 2)

| Варианты ответа | | Доля, % | |
|---------------------|----------------------------|---------|---------|
| | | Раунд 1 | Раунд 2 |
| Влияние конкурентов | Исключительно негативное | 12,7% | 10% |
| | Скорее негативное | 37,7% | 41,7% |
| | Скорее позитивное | 24,7% | 19% |
| | Исключительно позитивное | 1,7% | 2,7% |
| | Влияние вообще отсутствует | 19,7% | 22,3% |
| | Нет ответа | 3,7% | 4,3% |

Такая же тенденция, как отмечается с оценками влияния контролирующих органов, характерна и для мнений предпринимателей, относящих свой бизнес к категории «средний», в отношении к конкурентам: 65,8% негативно оценивают влияние конкурентов из числа малых предприятий и 50% — конкурентов из сектора крупного бизнеса.

Таблица 61. Влияние крупного бизнеса (сравнение раундов 1 и 2)

| Варианты ответа | | Доля, % | |
|--------------------------|----------------------------|---------|---------|
| | | Раунд 1 | Раунд 2 |
| Влияние крупного бизнеса | Исключительно негативное | 11,0% | 9,7% |
| | Скорее негативное | 23,3% | 26,7% |
| | Скорее позитивное | 16,3% | 11,7% |
| | Исключительно позитивное | 2,7% | 2,3% |
| | Влияние вообще отсутствует | 41,7% | 46,3% |
| | Нет ответа | 5,0% | 3,4% |

По стадиям жизненного цикла наиболее негативные оценки в отношении как конкурентов малых предприятий, так и крупного бизнеса отмечены для предприятий на стадиях становления и спада, имеющих наименее устойчивое положение на рынке. Позитивнее других относятся к влиянию конкурентной среды компании на стадии роста и зрелости. Если для стадии роста конкурентное окружение не является существенным ограничением в силу еще не достаточно больших объемов деятельности, то для стадии зрелости характерно позитивное восприятие конкурентов, обусловленное достаточно стабильными позициями на рынке и перемещении фокуса на совершенствование внутренних факторов развития компании.

Таблица 62. Влияние конкурентов

| | Становление | Рост | Зрелость | Кризис развития | Возрождение | Спад |
|---|-------------|------|----------|-----------------|-------------|-------|
| Конкуренты – представители малого бизнеса | | | | | | |
| Исключительно негативное | 3,3% | 12% | 15,9% | 12,5% | 0% | 8,5% |
| Скорее негативное | 51,7% | 28% | 34,8% | 35,4% | 33,3% | 55,9% |
| Скорее позитивное | 18,3% | 24% | 26,1% | 22,9% | 0% | 8,5% |
| Исключительно позитивное | 1,7% | 4% | 1,4% | 0% | 16,7% | 5,1% |
| Влияние вообще отсутствует | 23,3% | 26% | 17,4% | 25% | 50% | 20,3% |
| Представители крупного бизнеса | | | | | | |
| Исключительно негативное | 6,7% | 8% | 14,5% | 8,3% | 33,3% | 8,5% |
| Скорее негативное | 31,7% | 22% | 27,5% | 20,8% | 0% | 32,2% |
| Скорее позитивное | 15% | 12% | 13% | 12,5% | 33,3% | 5,1% |
| Исключительно позитивное | 0% | 2% | 2,9% | 4,2% | 0% | 3,4% |
| Влияние вообще отсутствует | 45% | 50% | 39,1% | 52,1% | 33,3% | 49,2% |

Влияние предпринимательских объединений и профсоюзов

Согласно результатам опросного исследования можно сделать вывод о том, что влияние предпринимательских объединений и профсоюзов на развитие предприятия в частности и предпринимательский климат в целом оценивается малыми предприятиями преимущественно как незначимое. В целом по выборке 71,3% и 82,3% респондентов соответственно отметили, что влияние объединений и профсоюзов отсутствует. По сравнению с раундом 1 регистрируется небольшое увеличение влияния данных субъектов, однако, на фоне других исследуемых субъектов оно остается несущественным.

Рассматривая распределение оценок по стадиям жизненного цикла предприятий, можно отметить, что наибольшую значимость влиянию предприни-

Таблица 63. Влияние профсоюзов (сравнение раундов 1 и 2)

| Варианты ответа | | Доля, % | |
|---------------------------|----------------------------|---------|---------|
| | | Раунд 1 | Раунд 2 |
| Влияние профсоюзов | Исключительно негативное | 1,0% | 0,3% |
| | Скорее негативное | 1,0% | 4,0% |
| | Скорее позитивное | 3,7% | 7,3% |
| | Исключительно позитивное | 1,0% | 3,3% |
| | Влияние вообще отсутствует | 89,0% | 82,3% |
| | Нет ответа | 4,3% | 2,6% |

Таблица 64. Влияние предпринимательских объединений (сравнение раундов 1 и 2)

| Варианты ответа | | Доля, % | |
|--|----------------------------|---------|---------|
| | | Раунд 1 | Раунд 2 |
| Влияние предпринимательских объединений | Исключительно негативное | 0,3% | 1,0% |
| | Скорее негативное | 1,7% | 5,3% |
| | Скорее позитивное | 10,7% | 13,3% |
| | Исключительно позитивное | 4,7% | 6,0% |
| | Влияние вообще отсутствует | 77,0% | 71,3% |
| | Нет ответа | 4,6% | 2,6% |

матерских объединений и профессиональных союзов придают предприятия на стадии становления (см. таблицу).

Таблица 65. Влияние конкурентов

| | Становление | Рост | Зрелость | Кризис развития | Возрождение | Спад |
|---------------------------------|-------------|-------|----------|-----------------|-------------|-------|
| Предпринимательские объединения | | | | | | |
| Исключительно негативное | 0% | 0% | 0% | 4,2% | 0% | 1,7% |
| Скорее негативное | 13,3% | 4,1% | 7,1% | 2,1% | 0% | 0% |
| Скорее позитивное | 25% | 10,2% | 15,7% | 8,3% | 16,7% | 6,8% |
| Исключительно позитивное | 3,3% | 14,3% | 5,7% | 4,2% | 16,7% | 3,4% |
| Влияние вообще отсутствует | 56,7% | 67,3% | 68,6% | 77,1% | 66,7% | 88,1% |
| Профсоюзы | | | | | | |
| Исключительно негативное | 0% | 0% | 0% | 2,1% | 0% | 0% |
| Скорее негативное | 8,3% | 0% | 7,1% | 2,1% | 16,7% | 0% |
| Скорее позитивное | 13,3% | 8% | 11,4% | 0% | 0% | 3,4% |
| Исключительно позитивное | 5% | 8% | 0% | 0% | 16,7% | 3,4% |
| Влияние вообще отсутствует | 71,7% | 80% | 78,6% | 91,7% | 66,7% | 93,2% |

Текущее состояние спроса

Оценки предпринимателей в отношении текущего состояния спроса в сравнении с результатами предыдущего раунда исследования позволяют получить данные о влиянии финансово-экономического кризиса на сектор малого бизнеса. В целом по выборке 28,8% опрошенных предпринимателей считают, что спрос на продукцию падает, 30,4% — что спрос растет различными темпами. В сопоставлении с раундом 1 картина состояния спроса существенно изменилась. Среди наиболее отчетливо проявляемых тенденций стоит от-

Таблица 66. Текущее состояние спроса на рынках (сравнение раундов 1 и 2)

| Варианты ответа | Доля, % | |
|---|---------|---------|
| | Раунд 1 | Раунд 2 |
| Спрос постоянно и быстро растет | 26% | 9% |
| Спрос растет с затухающими темпами | 18,7% | 21,4% |
| Спрос на продукцию стабильный и его увеличение в ближайшей перспективе не предвидится | 5,7% | 12,4% |
| Спрос на продукцию падает | 35,3% | 28,8% |
| Рост спроса возможен только за счет диверсификации предприятия или выхода на региональные рынки | 9% | 24,7% |
| Другое | 5,3% | 3% |

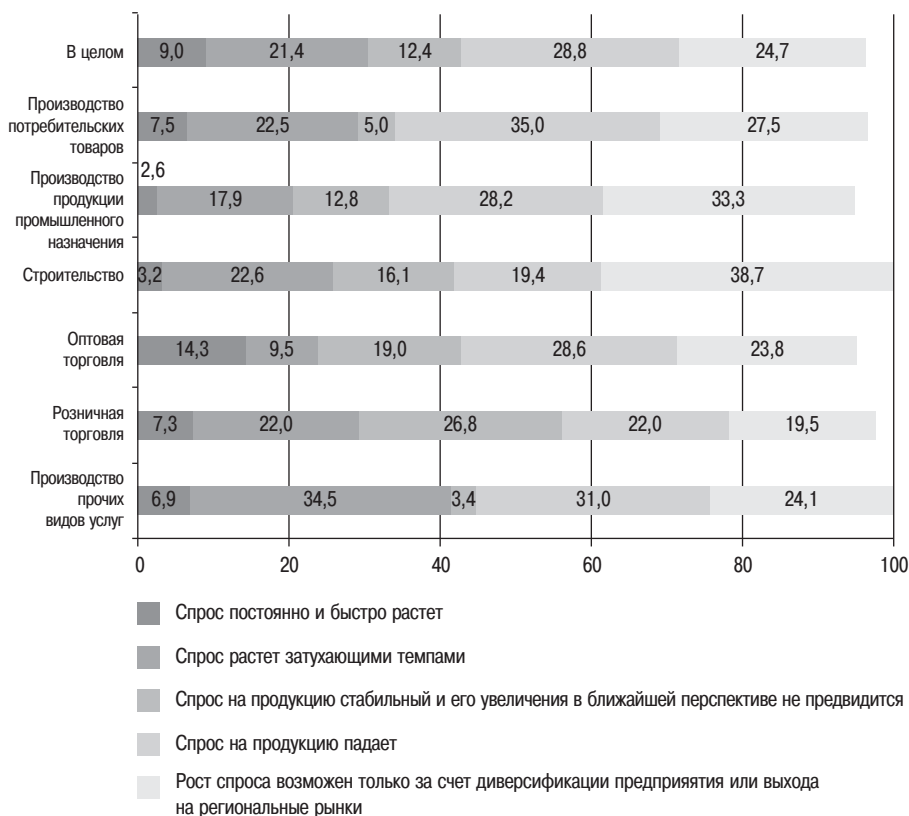


Рис. 37. Текущее состояние спроса на различных рынках

метить заметное сокращение доли респондентов, считающих, что спрос на их продукцию постоянно и быстро растет, а также увеличение доли предпринимателей, указывающих на определенное насыщение рынка либо его сужение, выходом из чего может являться только диверсификация деятельности предприятия (поиск новых ниш) или же расширение масштабов деятельности за счет региональных рынков. Также обращает на себя внимание сокращение доли респондентов, спрос на продукцию которых падает, и увеличение доли считающих, что спрос является стабильным (см. таблицу 66).

Отдельный интерес представляет рассмотрение оценок текущего состояния спроса на продукцию малых предприятий в разрезе различных сфер деятельности опрошенных респондентов (см. рисунок). Наиболее оптимистично оценивают состояние спроса представители компаний, предоставляющих прочие виды услуг (не относящихся к транспортным и услугам связи). Пессимистичны в своих оценках предприниматели, занимающиеся производством

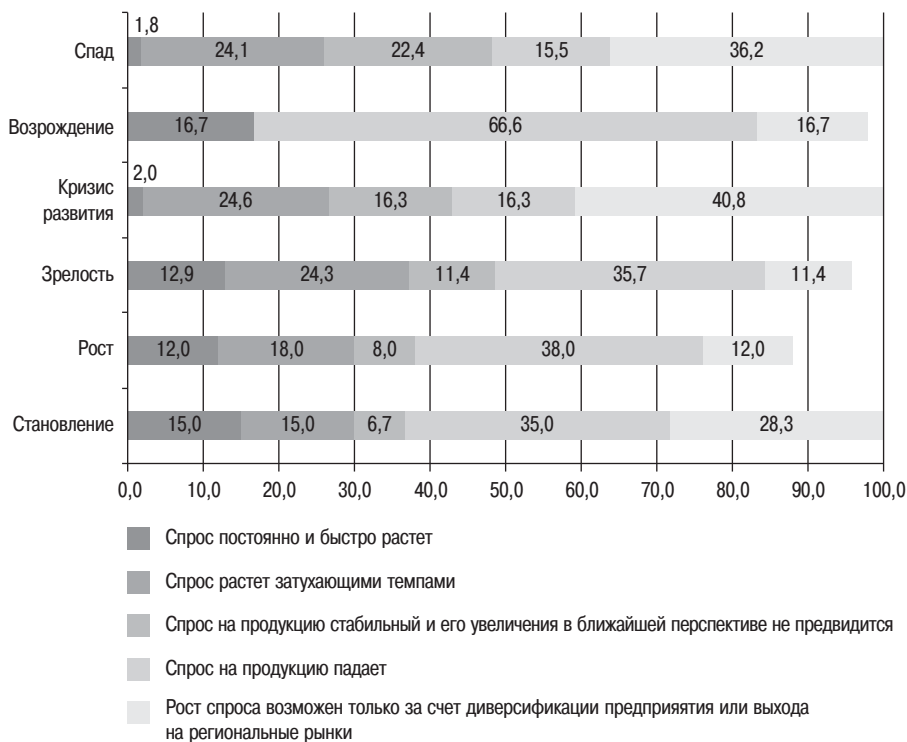


Рис. 38. Текущее состояние спроса на различных стадиях жизненного цикла

потребительских товаров и продукции промышленного назначения, а также представители сектора прочих видов услуг (за счет незначительной доли оценок спроса как стабильного) (рис. 37).

По стадиям жизненного цикла наиболее положительные оценки спроса характерны для малых предприятий, находящихся на стадиях зрелости, роста и становления, что в целом является характерным для этих стадий. При этом стоит отметить, что именно компании на данных стадиях также указывают на максимальное падение спроса (рис. 38).

Появление новых предприятий

Как показало опросное исследование, по оценкам респондентов, частота появления новых предприятий по сравнению с предыдущим годом изменилась незначительно. Так, 10% респондентов указывают, что предприятия на их рынках появляются очень часто, 21,3% — часто и 35% — периодически. По сравнению с результатами раунда 1 значимым является только увеличение доли респондентов отметивших очень частое появление предприятий. Возможно, это связано с тем, что предприниматели (как действующие, так и «начинающие») считают кризис благоприятным временем для открытия бизнеса, а также с приходом в предпринимательский сектор бывших наемных работников, попавших под сокращение — так называемых «вынужденных предпринимателей».

Таблица 67. Частота появления новых предприятий
(сравнение раундов 1 и 2)

| Частота появления | Доля, % | |
|-------------------|---------|---------|
| | Раунд 1 | Раунд 2 |
| Очень часто | 4,7% | 10% |
| Часто | 21% | 21,3% |
| Периодически | 36,3% | 35% |
| Редко | 18,7% | 22,3% |
| Очень редко | 12,3% | 8,3% |
| Нет ответа | 7% | 3% |

Наиболее часто по оценкам респондентов новые предприятия возникают в сфере оптовой и розничной торговли, а также в производстве потребительских товаров, т.е. наиболее массовых и устойчивых к изменению спроса видах деятельности (рис. 39).

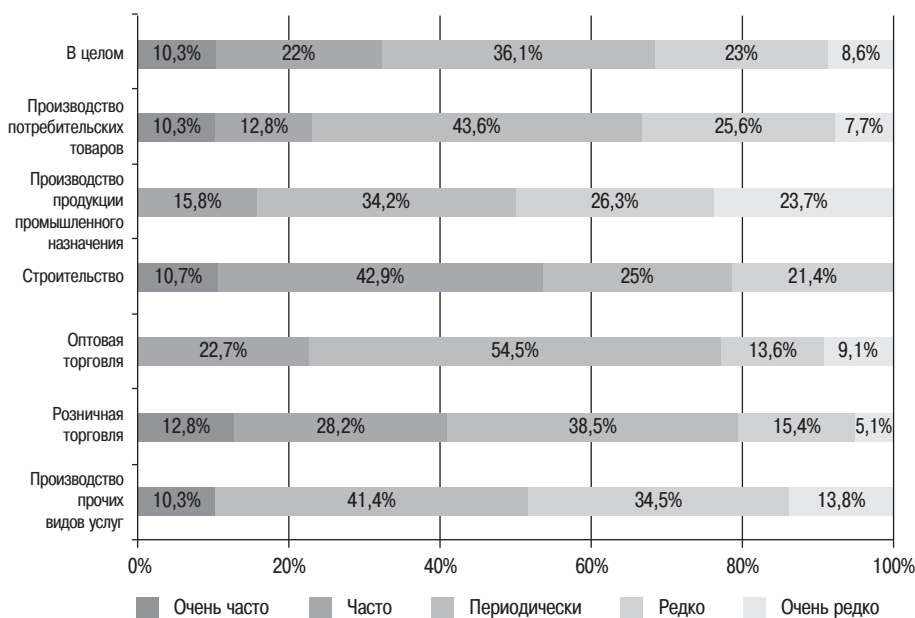


Рис. 39. Частота появления новых малых предприятий на различных рынках

Системы налогообложения

В качестве внешнего фактора развития малого предприятия могут также рассматриваться действующие льготные режимы налогообложения для малого бизнеса. Обобщение ответов на вопрос о применяемой системе налогообложения дало следующие результаты: большинство опрошенных малых предприятий (45%) используют общую систему налогообложения, 41% — упрощенную систему налогообложения (УСН) и 17,3% — платят единый налог на вмененный доход. Представляет интерес структура использования режимов налогообложения по стадиям жизненного цикла предприятий (в особенности УСН). Так, наибольшая доля предприятий, использующих упрощенную систему налогообложения, характерна для стадий становления, кризиса развития и возрождения, что в целом соотносится с наличием ограничений по обороту, накладываемых на плательщиков данного налога, и финансовым состоянием малых предприятий на данных стадиях (рис. 40).

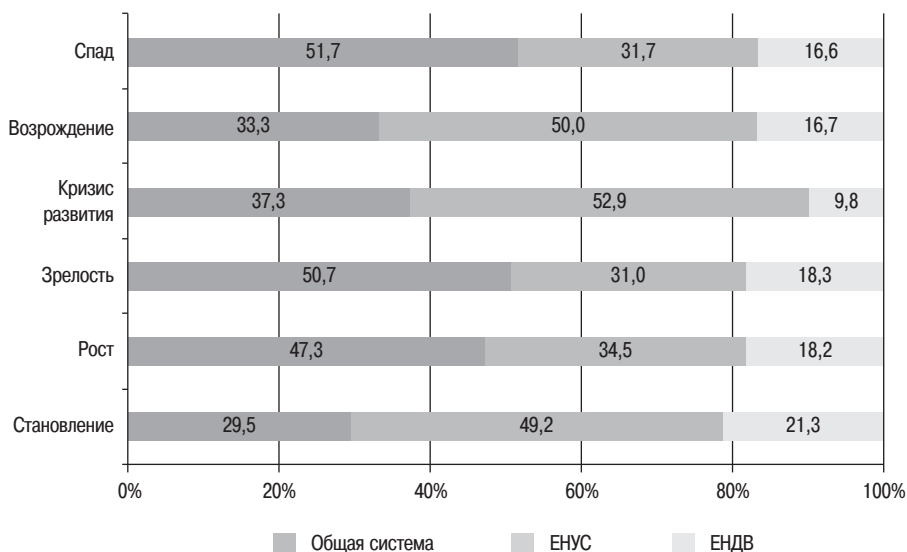


Рис. 40. Частота появления новых малых предприятий на различных рынках

4.2. Внутренние факторы развития малых предприятий

Глобальные конъюнктурные изменения, произошедшие за исследуемый период, оказали влияние не только на их субъективное восприятие предпринимателями, но и подвергли корректировке внутренние условия функционирования бизнеса, структуру и значимость определяющих его факторов. Далее приведены результаты анализа внутренних в отношении предприятия факторов развития и их динамики по сравнению с первым раундом исследования, проведенным в 2007 году.

Наличие стратегических планов развития и их зависимость от внешних (неконтролируемых) факторов

Одним из таких факторов является наличие у предпринимателей стратегических (долгосрочных) планов развития собственного бизнеса. В рамках опроса наличие таких планов выяснялось посредством субъективных оценок предпринимателей. На следующей диаграмме представлены данные о долях предприятий на различных стадиях жизненного цикла, имеющих стратегические планы развития, в 2007 и 2009 годах.

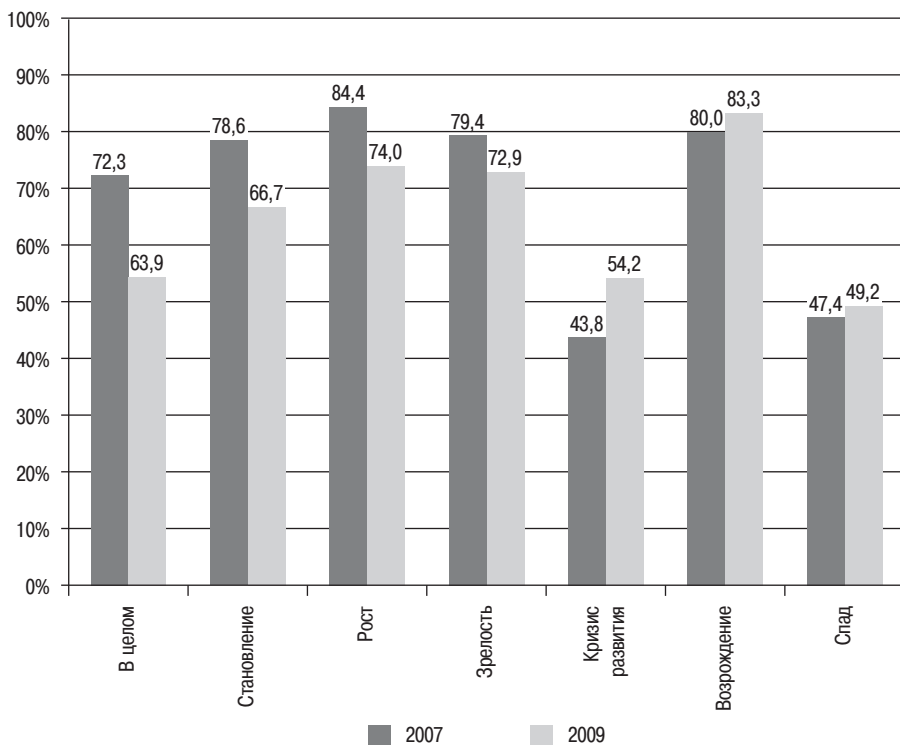


Рис. 41. Доли предприятий, имеющих стратегические планы развития на различных стадиях жизненного цикла

Необходимо сразу отметить, что доля предприятий со стратегическими планами развития в целом по выборке снизилась с 72,3% до 63,9%. Большинство предприятий, планирующих развитие стратегически, по-прежнему находятся на «восходящих» стадиях: становления (66,7%), роста (74%), зрелости (72,9%) и возрождения (83,3%). Наиболее рациональное тому объяснение, на наш взгляд, заключается в зависимости вероятности нахождения предприятия на «восходящей» стадии жизненного цикла от наличия стратегического планирования. Данная тенденция несколько ослабла в 2009 году, что отчасти укладывается в логику структурных изменений: выборка 2009 года относительно более гладкая по стадиям жизненного цикла. Другим объяснением данного явления может быть повысившаяся неопределенность внешней среды: планирование стало менее эффективным — что также объясняет и общую негативную динамику количества применяющих планирование предприятий.

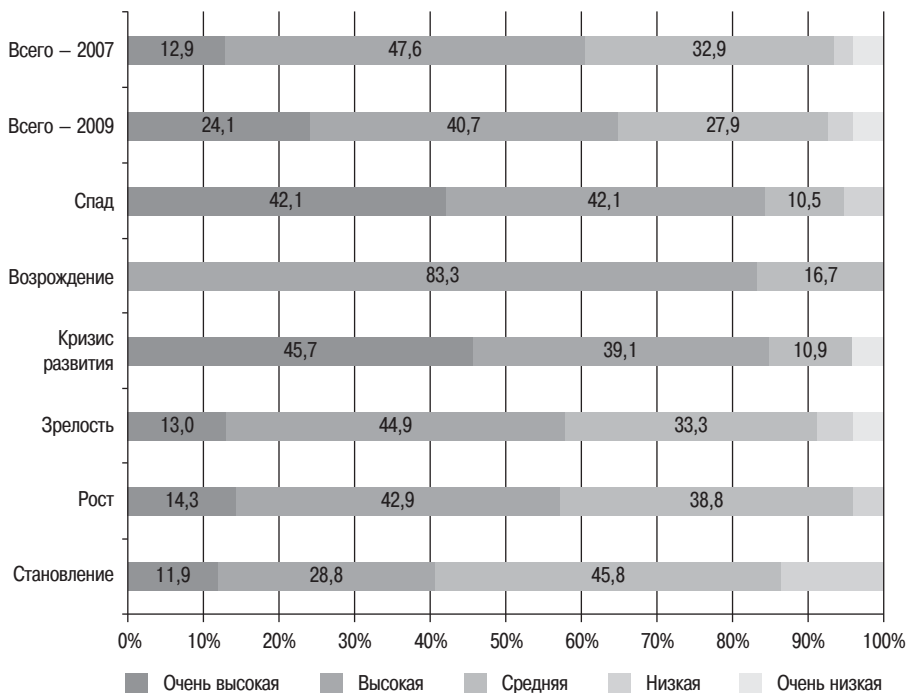


Рис. 42. Оценка предпринимателями степени зависимости их стратегических планов развития от внешних факторов³⁹

Подтверждением роста и так достаточно высокой неопределенности являются субъективные оценки предпринимателей зависимости их стратегических планов от внешних (неконтролируемых) условий (см. рисунок).

Доля предприятий с высокой либо очень высокой зависимостью от внешних условий возросла не очень значительно (с 60,5% до 64,8%), однако доля тех, кто оценил этот показатель как очень высокий, возросла почти вдвое. Наиболее уверенными в своих силах выглядит «успешная группа» предприятий, находящихся на одной из первых трех стадий жизненного цикла. Предприятия на стадиях кризиса развития, возрождения и спада более склонны оправдывать свои результаты стечением внешних обстоятельств.

³⁹ Распределение в разрезе отдельных стадий жизненного цикла приводится по данным обследования 2009 года

Потребности в получении дополнительного опыта

В рамках настоящего исследования подвергался изучению как общий предпринимательский опыт, то есть опыт осуществления собственно предпринимательской деятельности, так и специфический опыт осуществления бизнеса в конкретной области. Результаты опроса предпринимателей показывают, что в целом по выборке 2009 года распределение потребностей и в том, и в другом близко к нормальному, что соответствует их некоторому снижению. Несмотря на средний характер картины в целом, указанные потребности имеют существенные вариации в зависимости от стадий жизненного цикла.

Распределение долей предпринимателей с различными потребностями в получении общего предпринимательского опыта представлено на рисунке.

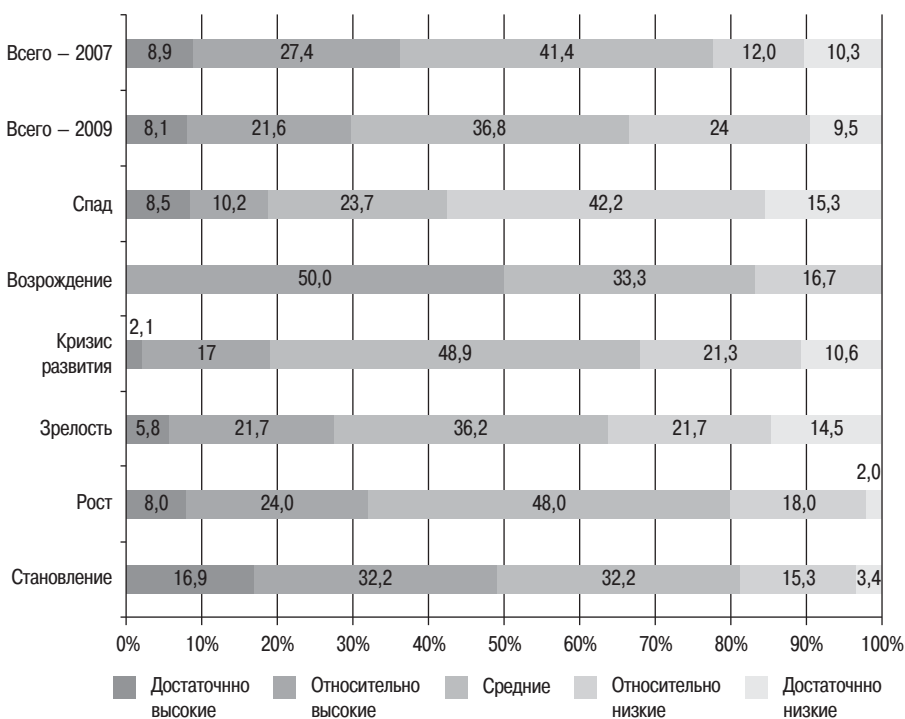


Рис. 43. Потребности в получении дополнительного предпринимательского опыта⁴⁰

⁴⁰ Распределение в разрезе отдельных стадий жизненного цикла приводится по данным обследования 2009 года.

Наибольшие потребности в получении общего предпринимательского опыта наблюдаются у предприятий, находящихся на стадии становления (достаточно высокие — у 16,9%, высокие — у 32,2%) . Затем, по мере приближения к стадии кризиса развития они снижаются до приблизительно среднего уровня у половины предприятий. Стадия возрождения, оправдывая свое название, характеризуется возрастанием потребностей в дополнительном предпринимательском опыте до высокого уровня у половины предприятий. На стадии спада низкий и очень низкий уровень потребностей наблюдается у 57,7% предприятий, что может быть объяснено актуализацией для них других потребностей.

Почти полностью аналогичная картина наблюдается в отношении получения опыта осуществления деятельности в конкретной области или отраслевых знаний (см. рисунок).

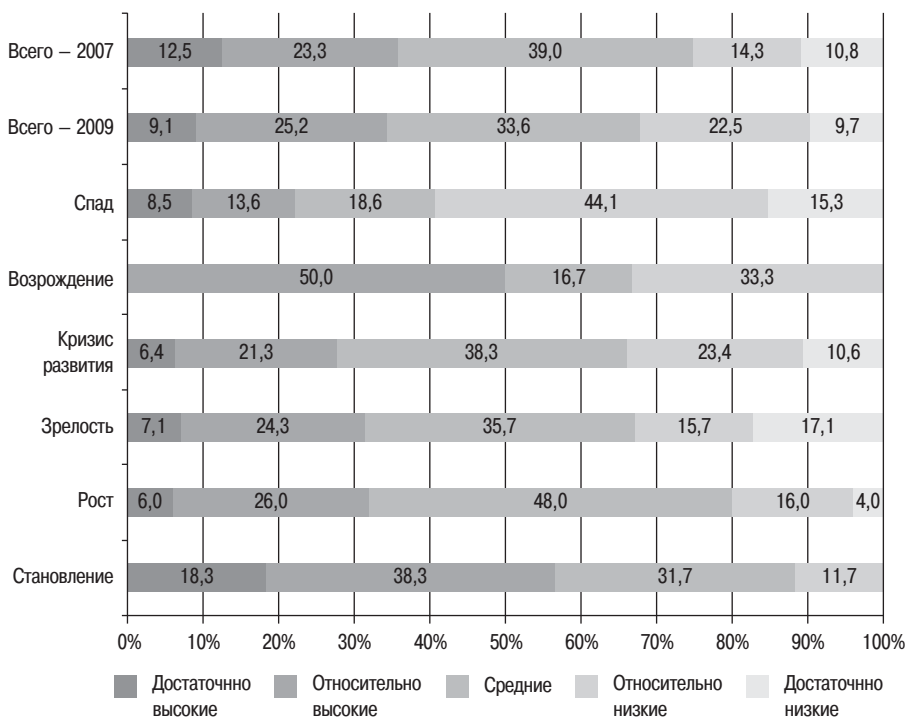


Рис. 44. Потребности в получении опыта осуществления деятельности в конкретной области⁴¹

⁴¹ Распределение в разрезе отдельных стадий жизненного цикла приводится по данным обследования 2009 года.

Соотношение потребностей предпринимателей в общем и специфическом опыте в зависимости от вида экономической деятельности представлено на рисунке.

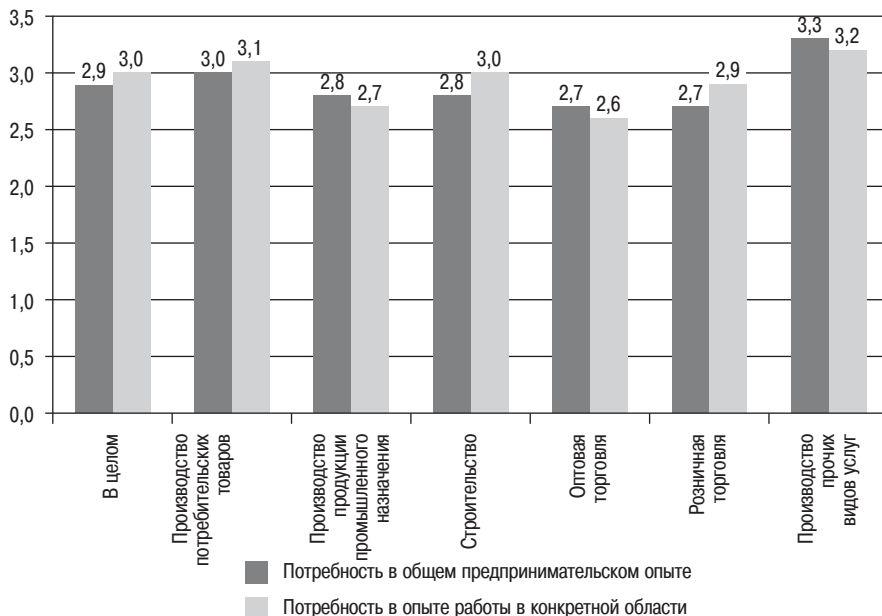


Рис. 45. Потребности в общем предпринимательском опыте и опыте в конкретном виде деятельности

Небольшое преобладание потребностей в специфическом опыте над потребностями в предпринимательском опыте отмечается в производстве продукции промышленного назначения, оптовой торговле, предоставлении прочих видов услуг, связанных с монтажом, ремонтно-технологическим обслуживанием, продвижением оборудования.

В целом самые большие потребности в специфическом опыте характерны для предприятий, работающих в сфере производства потребительских товаров и в строительстве.

Значимость личных связей для успешности предприятия

Модернизация общества и развитие рыночной экономики в России, интеграция в общемировое разделение труда и глобальную конкуренцию означают многократное увеличение количества игроков на рынках; особенно это актуально для рынков, на которых действуют преимущественно малые предприятия. Объективными результатами подобных тенденций должны становиться снижение роли устоявшихся отношений и связей и переход от персонализированного обмена на стандартную конкурентную контрактацию.

Тем не менее, российские условия развития малого предпринимательства складываются таким образом, что значимость именно личных взаимоотношений в сознании предпринимателей остается по-прежнему высокой (см. рисунок).

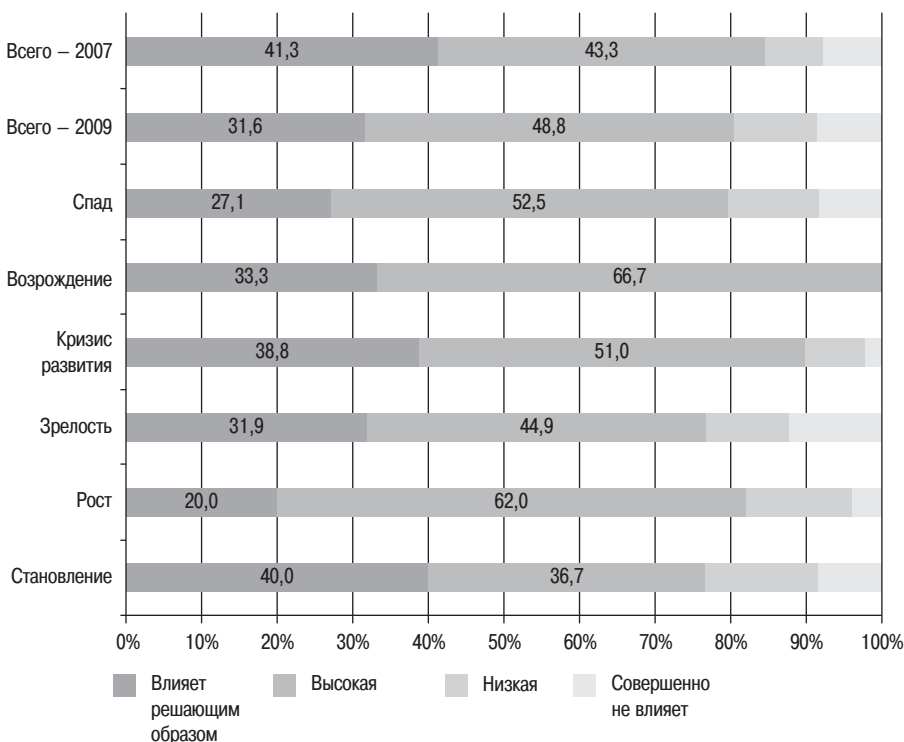


Рис. 46. Значимость личных связей для успешности предприятия⁴²

⁴² Распределение в разрезе отдельных стадий жизненного цикла приводится по данным обследования 2009 года.

Из диаграммы видно, что личные связи оцениваются высоко или очень высоко подавляющим большинством предпринимателей на всех стадиях жизненного цикла. Некоторое снижение оценок в 2009 году по сравнению с 2007 годом, на наш взгляд, может быть объяснено скорее смещением субъективного восприятия предпринимателями действительности, вызванного глобальным ростом уровня неопределенности, нежели существенными объективными переменами во взаимоотношениях с контрагентами.

Наличие планов и возможностей по расширению масштабов деятельности, переход в категорию среднего предпринимательства

Одним из наиболее существенных факторов развития бизнеса является наличие у предпринимателя выраженной мотивации к его расширению.

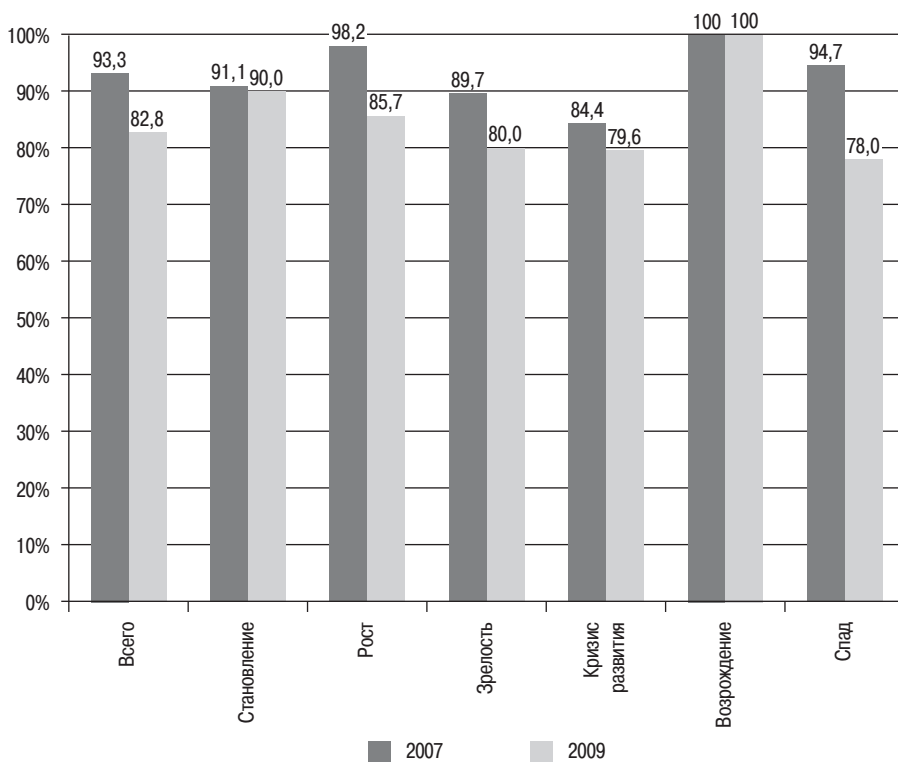


Рис. 47. Наличие у предпринимателей желания расширять бизнес

Принципиальное желание предпринимателей расширять свой бизнес оценивалось в рамках опросного исследования на основе ответов на следующий вопрос: «Хотели бы Вы при условии хорошей инфраструктуры и благоприятной бизнес-среды в ближайшей перспективе (1–2 года) существенно расширить масштабы деятельности предприятия?». Сравнительные результаты оценки мотивации малого предпринимательства представлены на рис. 47.

Существенное расширение бизнеса при условии благоприятной общеэкономической конъюнктуры в 2009 году желало бы произвести большинство респондентов (82,9%). Однако по сравнению с 2007 годом (93,3%) их количество несколько сократилось (более чем на 10 процентных пунктов в целом по выборке), что характерно для всех стадий жизненного цикла, кроме возрождения, для которого как и в 2007 году наблюдается 100%-ное желание и готовность. Если в 2007 году переход от стадии становления к росту сопровождался повышением доли желающих расширяться почти до 100%, то в ситуации 2009 года наоборот — наблюдается снижение с 90% до 85,7%. Это объясняется тем, что некоторая определенность, появляющаяся на стадии роста, в 2007 году вселяла в предпринимателей дополнительные надежды и вдохновляла на покорение новых вершин, а в 2009 году та же определенность, изменив свой качественный характер, заставляет оптимистов сопоставлять свои планы с реальностью.

В контексте планирования перспектив деятельности представляют особый интерес оценки предпринимателей в отношении сроков восстановления экономики, то есть возвращения ее на докризисный уровень развития, а также сроков реабилитации собственно предприятий респондентов. Срок восстановления экономики в докризисное состояние оценивается предпринимателями в среднем в $4,6 \pm 3^{43}$ года. Наибольшим пессимизмом характеризуются оценки предпринимателей, бизнес которых находится в начальной стадии: их средний прогноз составил 5,5 лет (рис. 48).

Сравнительные данные прогнозных сроков восстановления экономики в целом и собственных предприятий, представленные на диаграмме, говорят о том, что предприниматели, в основном, не надеются на улучшение конъюнктуры и не собираются дожидаться экономической оттепели, а рассчитывают на собственные силы и восстановление в среднем через 3 ± 2 года. Предприниматели, находящиеся на момент проведения опроса на стадиях кризиса развития или спада, оценивают сроки собственного восстановления

⁴³ В качестве меры разброса используется показатель стандартного отклонения распределения величины.

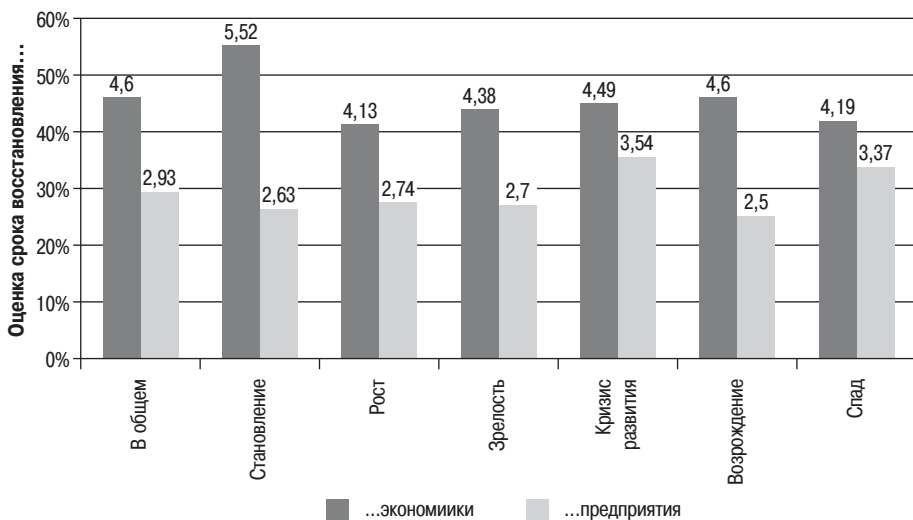


Рис. 48. Прогноз респондентов в отношении сроков восстановления их предприятия и экономики в целом

несколько выше: приблизительно в $3,5 \pm 2,8$ года и $3,4 \pm 1,8$ года соответственно.

Важнейшим аспектом исследования жизненного цикла малых предприятий является возможность их роста и перехода в состав средних предприятий. Распределение оценок предпринимателей в отношении шансов на существенное расширение масштабов деятельности в разрезе стадий жизненного цикла представлено на рисунке.

В целом по выборке распределение предпринимательских оценок возможностей значительно расширяться характеризуется некоторым смещением в негативную сторону. Данное смещение усилилось в 2009 году (рис. 49).

Доля респондентов, оценивавших шансы расширения как очень высокие, в 2007 году была весьма незначительной (0,4%), а в 2009 году она снизилась еще — до 0,3% (хотя это снижение и нельзя считать достаточно значимым). Наибольшие доли предприятий, считающих шансы заметно нарастить объемы деятельности высокими, наблюдаются на стадиях становления (каждое пятое) и возрождения (каждое третье), однако эти оценки вызывают резонные сомнения, так как они могут быть искажены излишним оптимизмом, связанным со сравнительно краткосрочными тенденциями развития фирмы. Большинство предприятий на стадиях кризиса развития или спада оценивают шансы расширения деятельности как низкие или очень

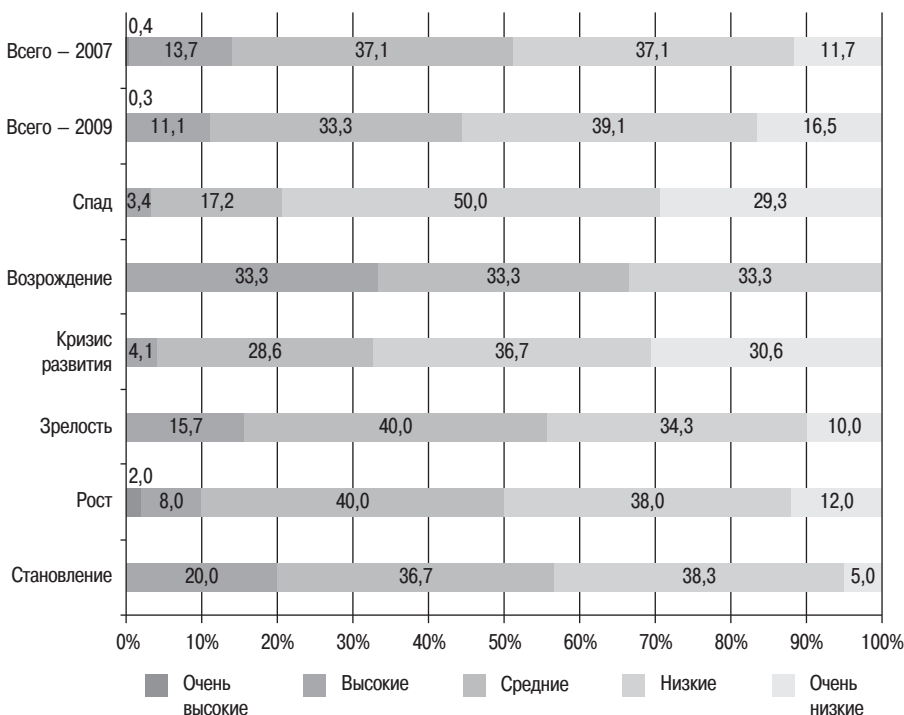


Рис. 49. Оценки респондентов в отношении шансов на существенное расширение деятельности в обозримом периоде⁴⁴

низкие (67,3% и 79,3%⁴⁵ соответственно), что является вполне закономерным явлением.

4.3. Теневой оборот в малом предпринимательстве

Использовавшийся для оценки теневого оборота метод социологического исследования учитывал, что респондент (руководитель или владелец фирмы) вряд ли откровенно ответит на прямые вопросы в духе «а сколько именно ва-

⁴⁴ Распределение в разрезе отдельных стадий жизненного цикла приводится по данным обследования 2009 года.

⁴⁵ На стадии спада 12% предпринимателей затруднились ответить на данный вопрос, их оценка шансов значимого расширения масштабов деятельности была приравнена к ответу «очень низкие».

ше предприятие укрывает от налогообложения». Поэтому вопросы по «тени» формулировались в отношении ситуации на типичном малом предприятии, работающем в том же сегменте рынка. Данный ход, с одной стороны, позволяет респонденту не раскрывать «тайны» своего предприятия (хотя чаще он говорит именно о своем предприятии, так как обладает большей информацией именно в отношении него), с другой — расширяет возможности для распространения данных на большее число предприятий, чем количество фактически опрошенных.

Одновременно постановка вопроса с позиций оценки деятельности конкурентов позволяет снизить психологический дискомфорт респондента при ответах на вопросы, связанные с укрывательством от уплаты налогов, коррупционными практиками и аналогичными явлениями, о которых обычно стараются умалчивать.

Для расчета масштабов теневой деятельности принимались во внимание только содержательные ответы. Респонденты, которые указали 0 или отказались от ответа во всех вопросах о составляющих теневого оборота, для всех лет, не принимались в расчет при определении размера теневой активности.

Фактический оборот на типичном предприятии состоит из трех компонентов: оборот, вообще не показываемый в официальной отчетности и постоянно находящийся в «тени» («черный нал»), безналичный оборот, проходящий по расчетным счетам по фиктивным контрактам и обналчивающийся за определенный процент («серый» оборот) и легальный оборот, с которого платятся налоги. Модель оценки денежных потоков на среднестатистическом



Рис. 50. Динамика оборота типичного малого предприятия, не отражаемого в отчетности, и идущего на «обналчиwanie»

предприятию позволяет оценить структуру формирования неучтенных наличных средств и их использования.

Формирование неучтенных наличных средств осуществляется из двух источников: за счет теневого производства (оборот, не отражаемый в отчетности) и за счет обналичивания (рис. 50).

В последние пять лет наблюдается устойчивая тенденция снижения доли оборота, которая не отражалась в отчетности. В 2006 году она составила 17,6%. Приведенная оценка хорошо согласуется с результатами исследования МОНФ, которые зафиксировали снижающуюся динамику теневого выпуска продукции с 22,4% в 2002 году до 16,8% в 2006 году.

В 2008 году малые предприятия продали в теневом секторе рынка продукции на 1,7 трлн. рублей. С учетом того, что официальный оборот малых предприятий в 2008 году превысил 10 трлн. рублей, реальный показатель, включающий теневое производство, перевалил за 11,7 трлн. рублей. И это без учета микропредприятий — официальной статистики по ним пока нет. Представление о масштабах теневой активности с учетом микропредприятий можно получить на основе данных за 2007 год. Тогда официальный оборот малых предприятий, включая те, на которых занято менее 15 человек, чуть-чуть не дотянул до 15,5 трлн. рублей. Учитывая, что на тот момент в отчетности не отражалось 15,5% оборота, от государства укрывалось 2,84 трлн. рублей.

Доля оборота, идущая на «обналичку», за последние пять лет практически не изменилась и колеблется в районе 18%. При этом стоимость услуг по обналичиванию стабильно растет (с 7,9% в 2005 году до 10,2% в 2009 году). Это обусловливается, с одной стороны, растущим спросом на такие услуги (при стабильном росте оборота малого бизнеса в 2005 — 2008 годах и неизменной доле обналичивания), а с другой, — мониторингом и ужесточением контроля за финансовыми потоками со стороны государства, что увеличивает издержки обналичивания.

Суммарный объем теневого оборота сокращается за счет снижения составляющей, постоянно находящейся в «тени» (теневого производства). При этом происходит структурный сдвиг, ведущий к возрастанию значимости «обналичиваемого» компонента в общем объеме теневого оборота.

Для оценки доли теневого оборота на различных стадиях жизненного цикла малых предприятий были выделены стадии с положительной (становление, рост, зрелость и возрождение) и отрицательной (кризис, спад) динамикой. Более детальные группировки не позволяют получить достоверные оценки в силу относительно небольшого числа предприятий из выборочной совокупности, отнесенных к отдельным стадиям.

Были зафиксированы различия в динамике как общей доли «тени», так и ее компонентов для групп предприятий, находящихся на положительных и отрицательных стадиях. Первые демонстрируют практически неизменную об-

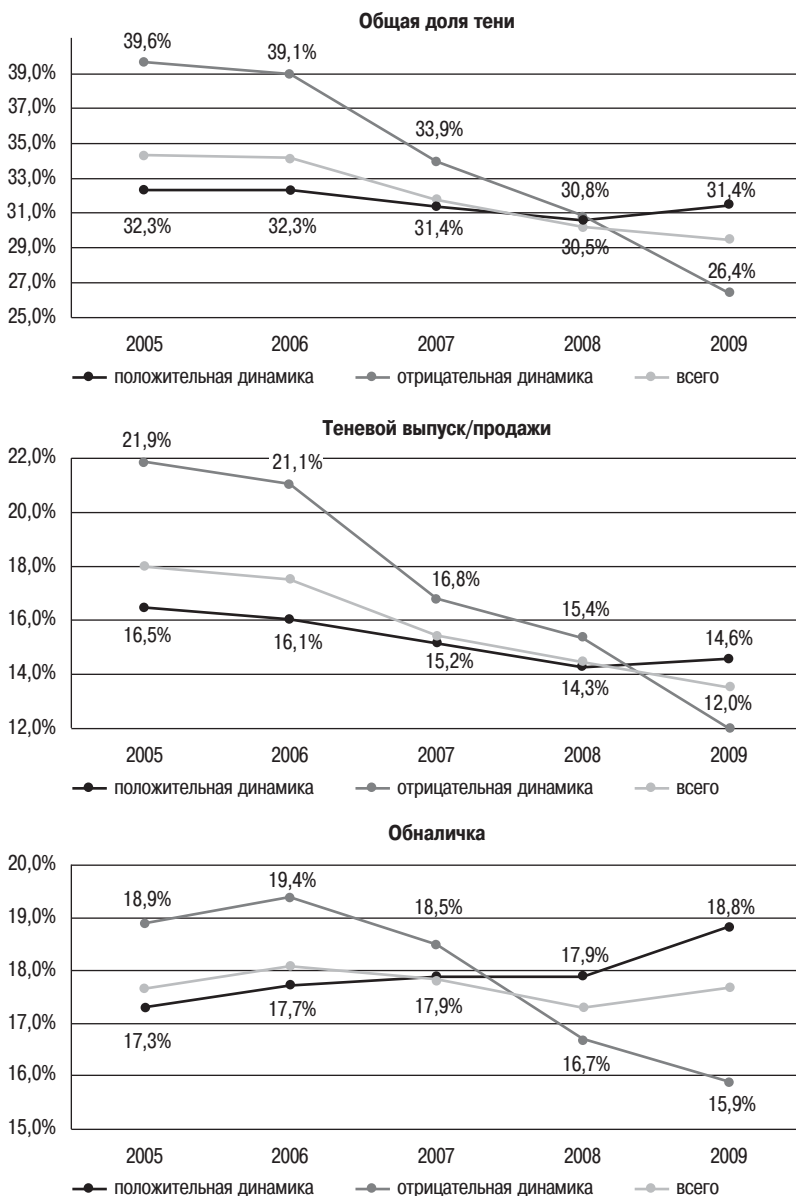


Рис. 51. Динамика составляющих теневого оборота субъектов малого предпринимательства с учетом стадии ЖЦМП

щую долю теневого оборота (в 2005 году — 32,3%, в 2009 году — 31,4%) при незначительно снижающемся теневом выпуске (в 2005 году — 16,5%, в 2009 году — 14,6%) и растущей доли обналичиваемых средств (с 17,3% в 2005 году до 18,8% в 2009 году). Вторые существенно сократили обе составляющие теневой активности в наблюдаемом периоде: теневой выпуск с 21,9% до 12%, обналичку — с 18,9% до 15,9%, и тень в целом — с 39,6% до 26,4%.

Таким образом, зафиксирована тенденция высоких темпов сокращения теневой составляющей деятельности малых предприятий, находящихся на нисходящих стадиях своего развития, при практически неизменной (снизившейся менее чем на один процентный пункт) теневой активности предприятий, проходящих «положительные» отрезки своего жизненного цикла. В результате разрыв между двумя группами предприятий за последние пять лет поменял свой знак: если в 2005 году «тень» стагнирующих предприятий была больше, чем у их развивающихся коллег, то к 2009 году ситуация изменилась на диаметрально противоположную — малые предприятия на стадиях кризиса и спада характеризуются сравнительно меньшей теневой активностью (рис. 51).

По данным опроса была проведена оценка масштабов теневой деятельности как доли от общего оборота предприятий. При построении этой оценки принимался во внимание размер предприятия. В ходе опроса предприятия указывали категорию, характеризующую оборот предприятия в 2008 году.

Категории предприятий по общему обороту:

- до 1 млн. руб.
- от 1 до 5 млн. руб.
- от 5 до 20 млн. руб.
- от 20 до 50 млн. руб.
- от 50 до 100 млн. руб.
- от 100 до 200 млн. руб.
- от 200 до 400 млн. руб.
- более 400 млн. руб.

Далее для расчетов использовались средние значения для оборота по каждой категории.

Размер теневой активности в экономике в целом оценивался по формуле:

$$s_t = (\sum s_{tk} \cdot T_k \cdot N_{tk}) / (\sum T_k \cdot N_{tk}),$$

где s_t — средняя доля теневой активности для экономики;

s_{tk} — средняя доля теневой активности в категории предприятий k ;

T_k — средний оборот предприятий в категории k ;

N_{tk} — количество предприятий категории k , для которых были доступны данные в год t ;

N_t — общее количество предприятий для которых были доступны данные в год t .

То есть размер теневой активности в экономике в целом рассчитывался как взвешенное среднее, с учетом размера предприятий и доли каждой категории предприятий в выборке.

В результате получились следующие показатели (рисунок 52).



Рис. 52. Динамика составляющих теневого оборота субъектов малого предпринимательства с учетом размера оборота предприятия

Теневой оборот малых предприятий в 2005–2006 годах уменьшился существенным образом — с 28,7% до 19%. Это сокращение значительнее, чем в случае расчетов по средним показателям. При этом основной вклад, так же, как и при более «грубом» расчете, приходится на снижение теневых продаж — с 15,6% до 7,6%.

Три следующих рисунка показывают динамику масштабов теневой активности с учетом размера предприятия.

Теневой выпуск/продажи

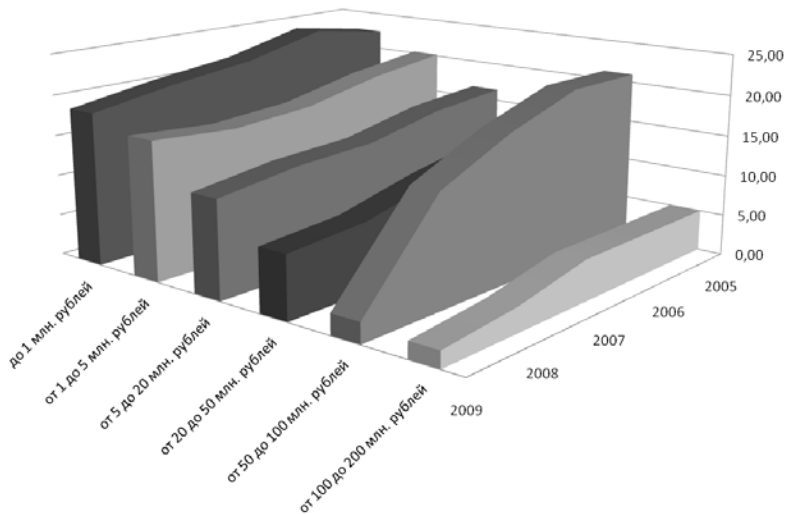


Рис. 53. Динамика теневого выпуска в зависимости от размера оборота предприятий

Обналичка

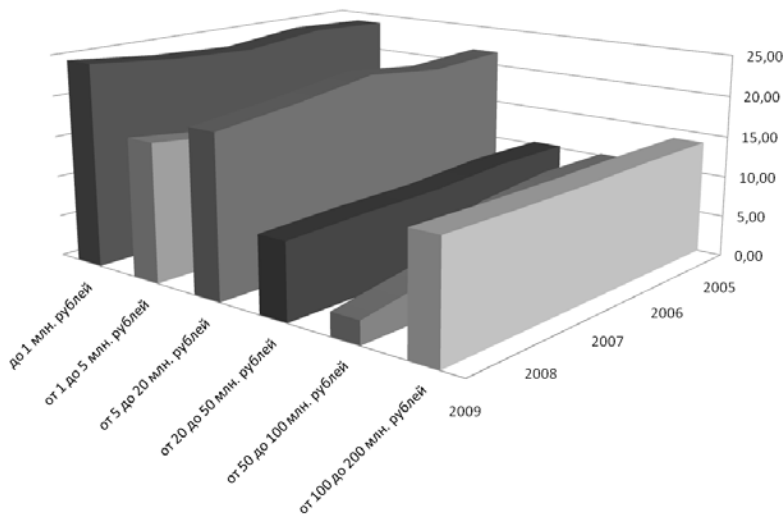


Рис. 54. Динамика обналички в зависимости от размера оборота предприятий

Общая доля «тени»

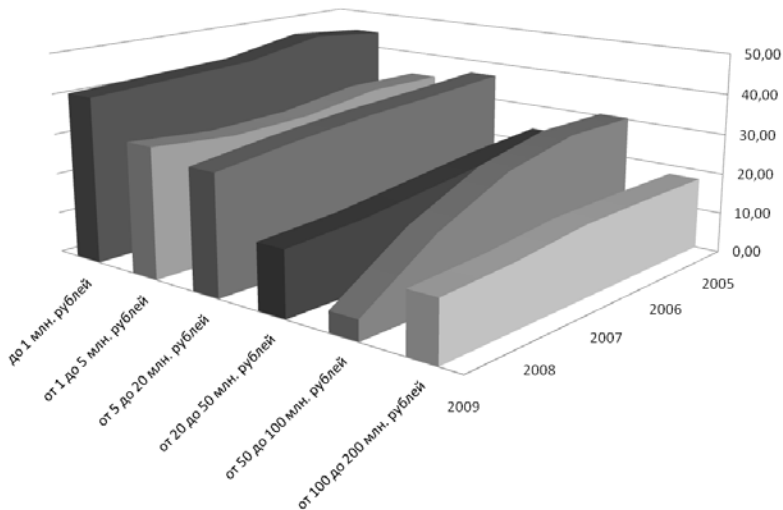


Рис. 55. Динамика теневой активности в зависимости от размера оборота предприятий

В целом, теневая активность предприятий с относительно небольшим оборотом выше, чем у крупных предприятий.

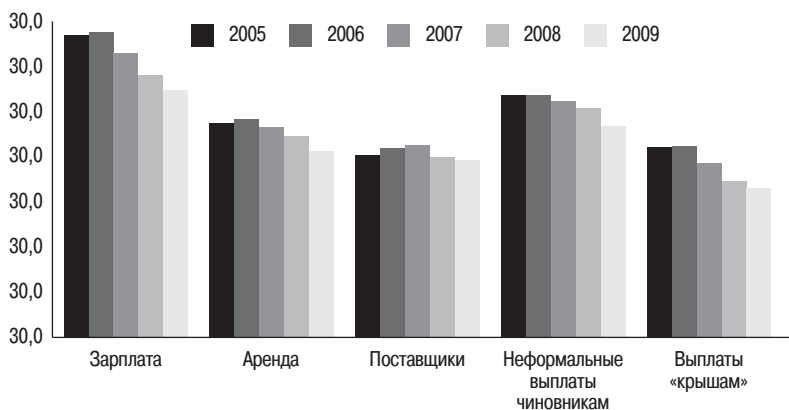


Рис. 56. Доля фирм, использовавших теневые выплаты по различным статьям

Суммарному сокращению теневого наличного оборота по источникам формирования соответствует сокращение использования неучтенных наличных средств по основным направлениям, которое иллюстрируется рисунком 56.

Численные значения в таблице ниже.

Таблица 68. Доля предприятий, делавших теневые выплаты по отдельным статьям, %

| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|---------------------------------|------|------|------|------|------|
| Зарплата | 69,4 | 69,7 | 64,8 | 59,5 | 56,0 |
| Аренда | 50,0 | 50,8 | 48,7 | 46,4 | 43,1 |
| Поставщики | 42,9 | 44,4 | 45,2 | 42,5 | 41,6 |
| Неформальные выплаты чиновникам | 56,4 | 56,7 | 55,4 | 53,7 | 49,3 |
| Выплаты «крышам» | 44,0 | 44,5 | 40,4 | 36,4 | 34,7 |

Доля фирм, использовавших теневые выплаты по всем статьям, постепенно сокращается. Что же касается удельного веса «неучтенки» в объеме фактической оплаты труда, аренды и сырья, то теневая составляющая прекратила сокращаться и в 2009 году даже несколько выросла (исключение составила только аренда). В конвертах выплачивается 30% зарплат, 21% расчетов с поставщиками проходит «втемную», а неформальные платежи за аренду оценены в 23,6% от общей арендной платы (рис. 57).

Со взятками ситуация в последние годы хотя и изменяется в лучшую сторону, но происходит это довольно медленно — если в 2005 году доля выплат чиновникам или госорганам в виде взяток, подарков, неформальных платежей в обороте малого бизнеса достигала 5%, то в нынешнем году она сократилась до 4%. Правда, если брать типичное предприятие, которое сталкивалось с необходимостью давать взятки, то на них уходило 8% оборота. А вот доля выплат «крышам», неуклонно сокращавшаяся в последние годы, упала ниже 2% (типичное предприятие, имеющее такую статью расходов, в 2009 году вынуждено платить 5,5%) (рис. 58, 59).

Наблюдается стабильный разрыв между фактической рентабельностью и рентабельностью «белой» (официальной) части оборота в 2,5–3,5%.

Рентабельность бизнеса падала начиная с 2006 года ускоряющимися темпами. С развитием кризиса в 2009 году она сокращается драматически.

Для оценки денежных потоков на среднем предприятии были использованы данные о структуре затрат на основные факторы производства за 2006 год (по результатам исследования МОНФ): сырье — 50%, заработная плата — 25%, аренда — 12,5%. Исходя из этого доля теневых факторных рас-

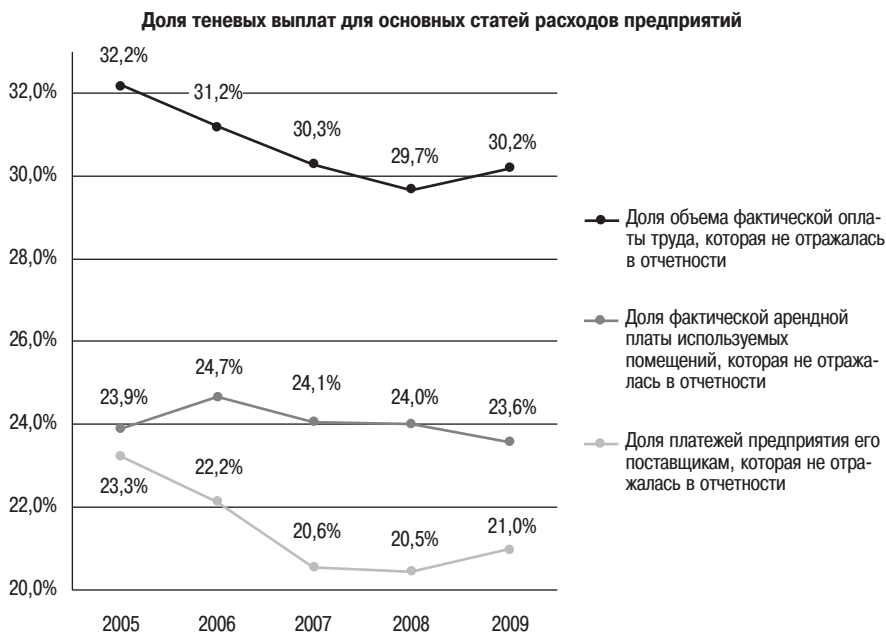


Рис. 57. Доля теневых выплат для основных статей расходов предприятий (для фирм, делавших соответствующие теневые выплаты)

ходов в 2009 году в общем обороте среднего предприятия составила: 6,5% на оплату труда, 2,5% на оплату аренды помещений, 9% — на теневых поставщиков.

Исходя из этого на основе модели Мигина–Щетинина осуществлена следующая оценка денежных потоков на среднем малом предприятии (рис. 60).

Доля неформальных выплат чиновникам и «крышам» в обороте

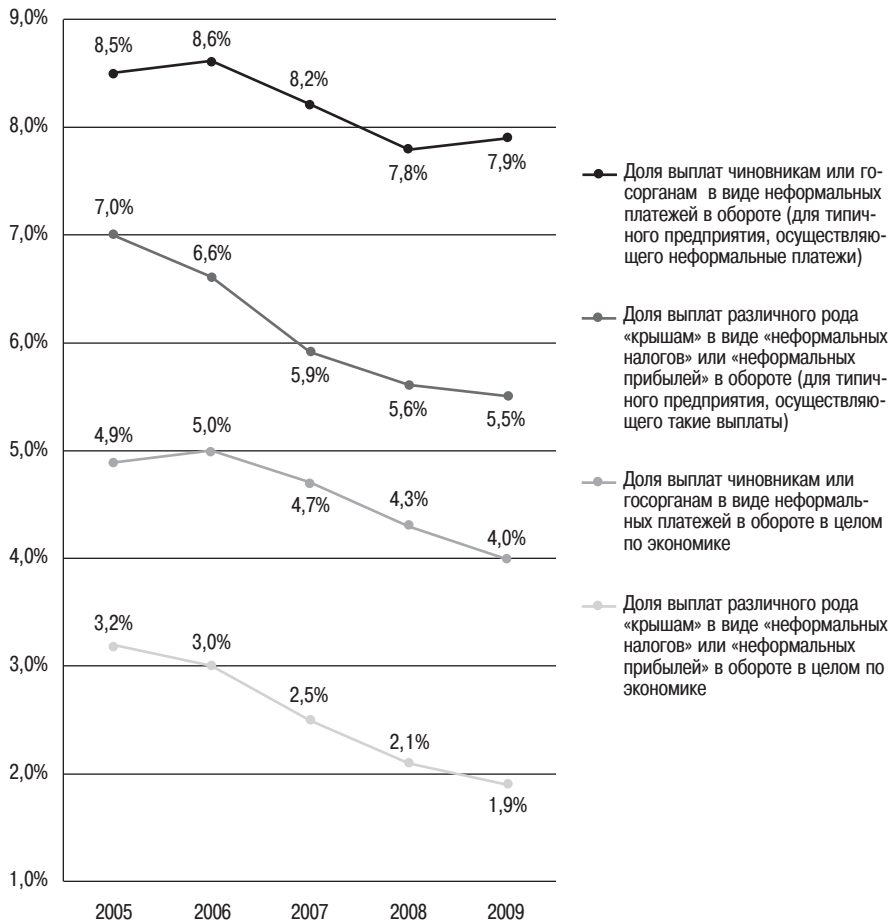


Рис. 58

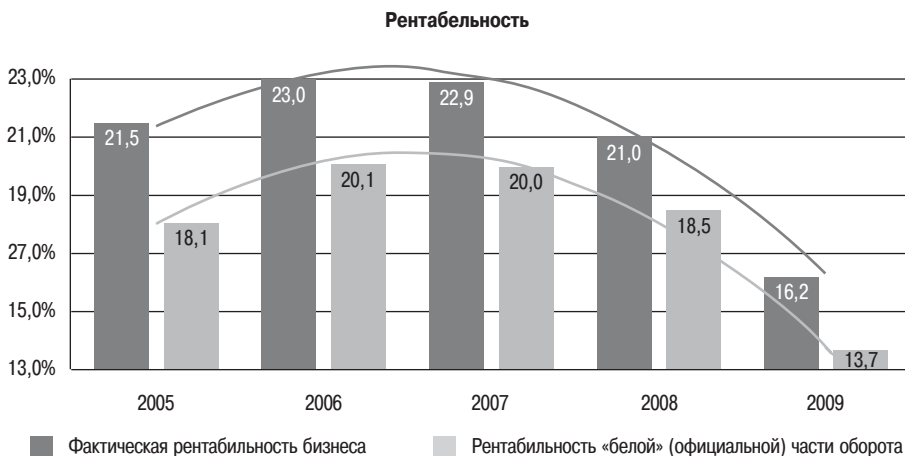


Рис. 59. Соотношение фактической рентабельности бизнеса и рентабельности официальной части оборота типичного малого предприятия



Рис. 60. Оценка денежных потоков на среднем предприятии

Следует отметить, что несмотря на постепенное сокращение теневой активности, даже в условиях экономического кризиса понижающаяся динамика отдельных проявлений теневой активности замедляется, а кое-где и вовсе сходит на нет. Кроме того, не может не настораживать неизменная в относительных показателях (а значит возрастающая в абсолютном выражении при росте оборота малого бизнеса) доля обналичивания, несмотря на все усилия власти, принимаемые в этом направлении.

И, наконец, самое главное: в число респондентов попали зарегистрированные и работающие в целом вполне легально малые предприятия. Понятно, что невидимый для государства сектор никак не ограничивается теневой активностью таких фирм. Есть те, кто работает полностью нелегально, и масштаб этого явления оценить даже приблизительно очень сложно. Но в любом случае понятно, что их оборот может быть вполне сопоставим с «тенью» зарегистрированного бизнеса — достаточно хотя бы вспомнить о нелегальной торговле.

Кризис породил целую волну вынужденного предпринимательства. Поэтому за показателями сокращения теневой активности малого бизнеса может скрываться выдавливание предпринимателей в полностью ненаблюдаемый сектор экономики. Как ни парадоксально, союзником кризиса в этом процессе выступает все ужесточающийся контроль (в том числе налоговый), который действительно содействует сокращению «тени» зарегистрированных предприятий, но еще большее число предпринимателей загоняет в глубокое подполье. Можно ли создать цивилизованный рынок такой ценой — большой вопрос. Скорее, это приведет к дальнейшему размежеванию двух принципиально различающихся кластеров предприятий: осуществляющих свою деятельность под микроскопом проверяющих всех мастей и поневоле «обеляющихся» и тех, кто от количественного наращивания теневого оборота перейдет в новое качество нелегалов.

Есть и еще одно опасение — ресурс сокращения «тени», как представляется, во многом исчерпан. Важнейший фактор сокрытия оборота от государства — налоги. В 2006 году каждое второе предприятие отмечало, что высокие налоговые ставки — основная причина ухода в «тень», а еще 90% упоминали их в качестве одной из причин. Поэтому одна только реформа ЕСН может переломить установившуюся в последние годы тенденцию к сокращению «тени» (табл. 69).

Сопоставление с результатами исследования МОНФ⁴⁶

Таблица 69. Баланс формирования теневого оборота

| | | Доля в обороте, % | | | | | | | |
|-----------------|------|-------------------|------|------|------|------|------|------|------|
| | | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| Общая доля тени | МОНФ | 44,7 | 42,9 | 39,9 | 38,2 | 38,2 | | | |
| | ЖЦМП | | | | 34,4 | 34,2 | 31,8 | 30,2 | 29,5 |
| Теневой выпуск | МОНФ | 22,4 | 20,3 | 19,2 | 17,4 | 16,8 | | | |
| | ЖЦМП | | | | 18,1 | 17,6 | 15,5 | 14,5 | 13,6 |
| Обналичка | МОНФ | 26,3 | 23,8 | 22,3 | 22,6 | 22,9 | | | |
| | ЖЦМП | | | | 17,7 | 18,1 | 17,9 | 17,3 | 17,7 |

Таблица 70. Доля предприятий, делавших теневые выплаты по отдельным статьям

| | | Доля предприятий, % | | | | | | | |
|---------------------------------|------|---------------------|------|------|------|------|------|------|------|
| | | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| Зарплата | МОНФ | 75,8 | 75,5 | 74,6 | 72,1 | 70,8 | | | |
| | ЖЦМП | | | | 69,4 | 69,7 | 64,8 | 59,5 | 56,0 |
| Аренда | МОНФ | 29,5 | 30,2 | 28,9 | 30,6 | 30,4 | | | |
| | ЖЦМП | | | | 50,0 | 50,8 | 48,7 | 46,4 | 43,1 |
| Поставщики | МОНФ | 50,0 | 50,7 | 51,4 | 51,2 | 51,1 | | | |
| | ЖЦМП | | | | 42,9 | 44,4 | 45,2 | 42,5 | 41,6 |
| Неформальные выплаты чиновникам | МОНФ | 58,0 | 58,1 | 56,5 | 52,8 | 54,1 | | | |
| | ЖЦМП | | | | 56,4 | 56,7 | 55,4 | 53,7 | 49,3 |
| Выплаты «крышам» | МОНФ | 26,2 | 24,8 | 22,8 | 24,0 | 25,7 | | | |
| | ЖЦМП | | | | 44,0 | 44,5 | 40,4 | 36,4 | 34,7 |

Таблица 71. Доля теневых выплат в основных статьях расходов предприятий (для фирм, делавших соответствующие теневые выплаты)

| | | Доля в обороте, % | | | | | | | |
|------------|------|-------------------|------|------|------|------|------|------|------|
| | | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
| Зарплата | МОНФ | 34,9 | 36,6 | 37,1 | 40,1 | 40,7 | | | |
| | ЖЦМП | | | | 32,2 | 31,2 | 30,3 | 39,7 | 30,2 |
| Аренда | МОНФ | 35,9 | 35,6 | 39,0 | 40,3 | 41,1 | | | |
| | ЖЦМП | | | | 23,9 | 24,7 | 24,1 | 24,0 | 23,6 |
| Поставщики | МОНФ | 26,2 | 26,1 | 27,8 | 30,3 | 41,0 | | | |
| | ЖЦМП | | | | 23,3 | 22,2 | 20,6 | 20,5 | 21,0 |

⁴⁶ Мигин С.В., Шестоперов О.М., Шеховцов А.О., Щетинин О.А. Оценка доли теневого оборота в малом предпринимательстве в 2002-2006 гг. М.: МОНФ; НИСИПП, 2007. — 127 с. — Серия «Научные доклады: независимый экономический анализ», № 199.

4.4. Антикризисные стратегии малых предприятий

Основным лейтмотивом экономической жизни в России, начиная с конца 2008 года, был и остается финансово-экономический кризис как наиболее значимый фактор предпринимательской среды, его причины, наступившие и возможные последствия, а также стратегии предприятий по преодолению влияния симптомов кризисного периода.

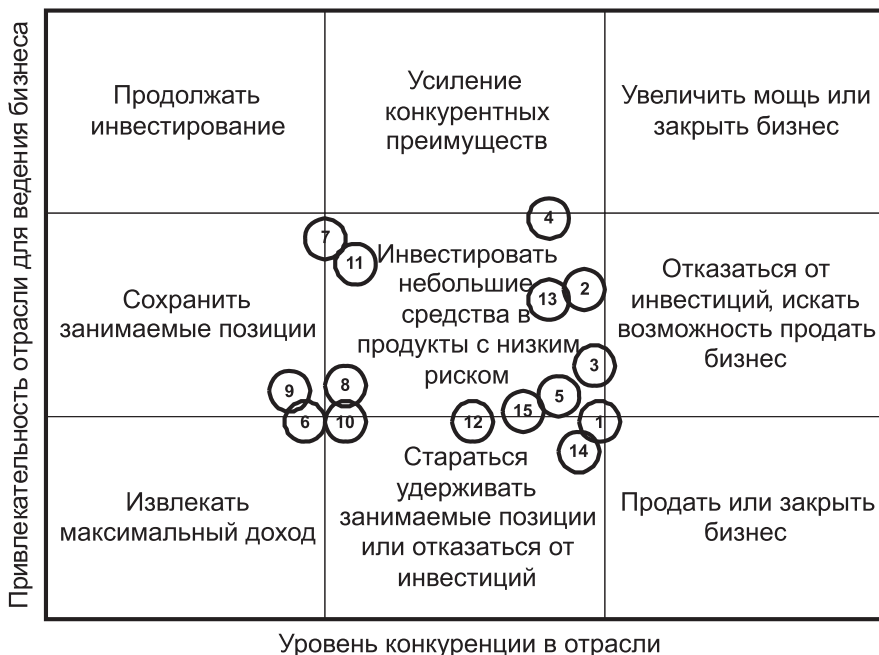
Значительный интерес в контексте поведения малого бизнеса в кризисных условиях представляет исследование «Стратегии развития малого бизнеса в кризисный период»⁴⁷. В указанной работе анализируются изменения в условиях кризиса в производственной, коммерческой, финансовой и корпоративной политике малых предприятий. Выделяются четыре ключевых проблемы, порожденных кризисом: падение спроса, рост издержек, ухудшение доступности кредита и ухудшение логистики — и приводятся основные виды ответных стратегий, которые могут использоваться как обособленно, так и в комплексе:

1. Минимизация издержек.
 - экономия на масштабах;
 - удешевление товара;
 - оптимизация производства.
2. Дифференциация.
 - повышение качества товара;
 - повышение качества обслуживания;
 - специализация;
3. Диверсификация.

Стратегии предприятий анализируются в разрезе видов деятельности. Одним из наиболее интересных результатов исследования является так называемая отраслевая карта антикризисных стратегий (рис. 61). На указанной карте отражаются ожидания опрошенных в рамках исследования предпринимателей в отношении привлекательности бизнеса и конкурентной среды в различных видах экономической активности, а также указывается матрица инвестиционных стратегий, соответствующих различным сочетаниям указанных двух факторов.

В нашем исследовании не преследуется цель предложения конкретных рецептов «best practice», поэтому мы приводим лишь статистику по применению наиболее типичных стратегий выживания опрошенными малыми предприятиями в условиях кризиса. Их распределение по укрупненным группам представлено на рис. 62.

⁴⁷ Стратегии развития малого бизнеса в кризисный период. Экспертный институт экономики и управления, П.Ю. Быков, Н.А. Гайнутдинов, Е.С. Каравай, О.А. Леонов, С.Н. Матрусов, М.А. Смирнов, М.: Куна, 2009.



Пояснения к диаграмме:

1. Оптовая торговля промышленными товарами.
2. Оптовая торговля продовольственными товарами.
3. Розничная торговля промышленными товарами.
4. Розничная торговля продовольственными товарами.
5. Ремонт автотранспортных средств.
6. Ремонт бытовых изделий.
7. Производство продовольственных товаров.
8. Издательская и полиграфическая деятельность.
9. Производство машин и оборудования.
10. Производство металла, проката и металлических изделий.
11. Деревообработка.
12. Текстильное и швейное производство.
13. Строительство.
14. Операции с недвижимостью.
15. Транспорт.

Источник: Стратегии развития малого бизнеса в кризисный период. Экспертный институт экономики и управления, П.Ю. Быков, Н.А. Гайнутдинов, Е.С. Каравай, О.А. Леонов, С.Н. Матрусов, М.А. Смирнов, М.: Куна, 2009.

Рис. 61. Отраслевая карта



Рис. 62. Антикризисные стратегии малых предприятий (единственный ответ)

Из представленной диаграммы видно, что наиболее распространенными мерами по повышению эффективности предприятий были меры, связанные с оптимизацией поставок. В вопросе с множественными ответами среди таких мер наиболее часто отмечалось изменение закупаемых ресурсов и товаров с целью сокращения издержек.

Таблица 72. Меры по оптимизации поставок (множественные ответы)

| | Доля предприятий, % |
|---|---------------------|
| Сокращение издержек за счет изменения закупаемых ресурсов и товаров | 28 |
| Сокращение издержек на приобретение ресурсов и товаров за счет пересмотра контрактов с поставщиками | 27,7 |
| Сокращение издержек на приобретение ресурсов и товаров за счет смены поставщиков | 26,3 |

Также довольно распространенными оказались попытки оптимизировать затраты на поставки за счет смены поставщиков или пересмотра условий контрактов с ними.

Второй по распространенности группой антикризисных мероприятий является сокращение затрат на персонал. В первую очередь здесь выделяется сокращение штата сотрудников — более трети опрошенных компаний были вынуждены прибегнуть к увольнениям.

Таблица 73. Меры по оптимизации затрат на персонал (множественные ответы)

| | Доля предприятий, % |
|--|---------------------|
| Сокращение штата сотрудников | 34,3 |
| Сокращение заработных плат | 31,7 |
| Предоставление части сотрудников неоплачиваемых отпусков | 23,7 |

Сокращение заработных плат затронуло чуть менее трети предприятий-респондентов. Сравнительно менее распространенной мерой оказалось предоставление неоплачиваемых отпусков сотрудникам. Наиболее вероятно это свидетельствует о том, что в рамках оптимизации затрат на штат предприниматели предпочитали увольнять наименее эффективных сотрудников, которые маловероятно могли бы быть полезны компании в обозримом периоде или работников, не обладающих серьезным накопленным специфическим капиталом в сфере деятельности предприятия.

Третьим по распространенности направлением антикризисной политики оказалось стимулирование спроса. В первую очередь среди таких мер выделяется предоставление скидок — около четверти предприятий прибегают к использованию такого механизма.

Таблица 74. Меры по стимулированию спроса (множественные ответы)

| | Доля предприятий, % |
|--|---------------------|
| Стимулирование спроса на продукцию за счет предоставления скидок | 24 |
| Интенсификация рекламы и маркетинга | 15,3 |

Увеличило затраты на рекламу и маркетинг в условиях кризиса заметно меньшее число предприятий. К такой стратегии преодоления кризиса прибегли лишь 15,3% компаний-респондентов.

Также более 10% респондентов придерживаются в борьбе с кризисом главным образом стратегии минимизации издержек помимо затрат на поставки и персонал. Проводили инвентаризацию издержек и оптимизацию их структуры с избавлением от низкоэффективных затрат более трети опрошенных предприятий (34,3%). Каждый пятый респондент-предприниматель сокращал затраты своей компании за счет издержек на недвижимость (смена помещений, отказ от отдельных арендуемых объектов недвижимости и пр.) (табл. 75).

Урезание инвестиционных программ затронуло 15% предприятий, попавших в выборку, при этом 12,7% респондентов полностью отказались от осу-

Таблица 75. Антикризисные меры малых предприятий (единственный ответ)

| | Доля предприятий, % | Ранг |
|--|---------------------|-------|
| Сокращение издержек за счет изменения закупаемых ресурсов | 10,7 | 1 |
| Сокращение издержек за счет смены поставщиков | 9 | 2 |
| Сокращение штата сотрудников | 8,3 | 3 |
| Сокращение прочих издержек (избавление от низкоэффективных затрат) | 8 | 4 |
| Стимулирование спроса на продукцию за счет скидок | 7,7 | 5 |
| Сокращение издержек за счет пересмотра контрактов | 6,7 | 6 |
| Сокращение заработных плат | 6,3 | 7 |
| Интенсификация рекламы и маркетинга | 5,7 | 8 |
| Сокращение объемов производства / торговли | 5,3 | 9 |
| Предоставление части сотрудников неоплачиваемых отпусков | 4 | 10 |
| Оптимизация налогообложения | 3 | 11–12 |
| Сокращение инвестиционных затрат | 3 | 11–12 |
| Сокращение затрат на аренду | 2,7 | 13 |
| Отказ от инвестиционных затрат | 2,3 | 14–15 |
| Поиск заемных финансовых ресурсов | 2,3 | 14–15 |
| Поиск стратегических инвесторов | 1 | 16–17 |
| Поиск покупателей бизнеса | 1 | 16–17 |
| Другое | 7,3 | – |
| Нет ответа | 5,7 | – |

шествления запланированных инвестиций. В качестве вынужденной (или отступательной) меры использовалось также сокращение объемов деятельности в ответ на снижение спроса — 15,3% опрошенных предпринимателей были вынуждены ограничить оборот своих компаний.

Представляет интерес также рассмотрение определенных «шаблонов» поведения руководителей предприятий в условиях кризиса. Под такими шаблонами в данном случае понимаются сочетания различных антикризисных мер в рамках анализа распределения множественных ответов. Так, в первую очередь интересны предприятия, сокращавшие затраты на персонал (см. таблицу 77). Основными альтернативами работодателей в условиях кризиса были два направления действий: первоочередное сокращение затрат на персонал (урезание заработных плат, увольнения и пр.), либо экономия на прочих видах затрат с упором на сохранение человеческого капитала (табл. 76).

Из представленной таблицы видно, что предприятия, которые применяли меры по оптимизации затрат на персонал, в большем проценте случаев сочетали это с сокращением инвестиционных вложений. Кроме того, такие предприятия чаще были вынуждены уменьшить объемы своей коммерческой дея-

Таблица 76. Шаблоны антикризисного поведения предприятий: фильтр – меры по сокращению затрат на персонал

| | Применялись меры по сокращению затрат на персонал | Не применялись меры по сокращению затрат на персонал |
|---------------------------------|---|--|
| Оптимизация поставок | 53,9% | 57,9% |
| Сокращение инвестиций | 29,3% | 20,3% |
| Сокращение других затрат | 50,3% | 47,4% |
| Сокращение объемов деятельности | 18,6% | 11,3% |
| Оптимизация налогообложения | 8,4% | 8,3% |
| Сокращение затрат на рекламу | 28,1% | 36,8% |
| Поиск заемных ресурсов | 6% | 8,3% |
| Продажа бизнеса | 5,4% | 3,8% |
| Всего ответов | 167 | 133 |

тельности. В то же время большая доля предприятий, сохранивших сотрудников и их условия оплаты на неизменном уровне, были вынуждены экономить на маркетинге и рекламе.

Рассмотрим далее особенности антикризисного поведения предприятий на различных стадиях жизненного цикла (см. таблицы 77 и 78).

Таблица 77. Антикризисные меры предприятий на различных стадиях жизненного цикла с положительной динамикой (множественные ответы)

| | Становление | Рост | Зрелость | Возрождение |
|---------------------------------|-------------|------|----------|-------------|
| Оптимизация затрат на персонал | 35% | 44% | 56% | 33% |
| Оптимизация поставок | 58% | 54% | 54% | 50% |
| Сокращение инвестиций | 23% | 20% | 11% | 67% |
| Сокращение других затрат | 62% | 52% | 40% | 50% |
| Сокращение объемов деятельности | 22% | 8% | 6% | 17% |
| Оптимизация налогообложения | 10% | 12% | 9% | 33% |
| Сокращение затрат на рекламу | 37% | 38% | 34% | 17% |
| Поиск заемных ресурсов | 13% | 8% | 3% | 17% |
| Продажа бизнеса | 7% | 6% | 4% | 17% |
| Всего ответов | 60 | 50 | 70 | 6 |

Из представленной выше таблицы видно, что среди предприятий с положительной динамикой развития с необходимостью сокращения затрат на персонал в большей мере столкнулись зрелые предприятия, что, очевидно, связано со

Таблица 78. Антикризисные меры предприятий на различных стадиях жизненного цикла с отрицательной динамикой (множественные ответы)

| | Кризис развития | Спад |
|---------------------------------|------------------------|-------------|
| Оптимизация затрат на персонал | 65% | 76% |
| Оптимизация поставок | 57% | 56% |
| Сокращение инвестиций | 41% | 31% |
| Сокращение других затрат | 51% | 46% |
| Сокращение объемов деятельности | 27% | 17% |
| Оптимизация налогообложения | 6% | 5% |
| Сокращение затрат на рекламу | 31% | 27% |
| Поиск заемных ресурсов | 12% | 2% |
| Продажа бизнеса | 6% | 0% |
| Всего ответов | 49 | 59 |

сравнительно большим штатом в таких организациях. Сокращение объемов деятельности в связи с кризисом вынудило компании в стадии зрелости пересмотреть кадровую политику и сократить издержки на содержание сотрудников.

Также выделяется высокая доля предприятий, сокративших инвестиционные вложения, среди компаний в стадии возрождения. Это, однако, не может считаться значимой оценкой в связи с малым размером группы таких респондентов.

В части оптимизации прочих затрат (например, на аренду помещений) выделяется существенное число фирм в стадии становления, прибегнувших к оптимизации такого рода затрат. Также сравнительно большая доля предприятий на начальном этапе развития сократила объемы предпринимательской активности.

Стагнирующие предприятия в целом были вынуждены более активно применять практически все меры антикризисного характера. Особо в сравнении со стадиями с положительной динамикой выделяется направление оптимизации затрат на персонал и сокращения инвестиционных вложений.

При рассмотрении наиболее важных мер (единственные ответы — см. таблицы 79 и 80) особенно выделяется преобладание оптимизации поставок на стадии становления. Вторым по распространенности направлением снижения негативного влияния кризиса для таких предприятий было урезание затрат на рекламу и маркетинг.

Сравнительно большую ставку на оптимизацию издержек на содержание штата сотрудников делали предприятия в стадиях спада, зрелости и роста (табл. 79).

Выделяется на общем фоне также сравнительно большая доля предприятий, сокращавших инвестиции, среди компаний на стадии возрождения —

Таблица 79. Антикризисные меры предприятий на различных стадиях жизненного цикла с положительной динамикой (единственный ответ – наиболее важная мера)

| | Становление | Рост | Зрелость | Возрождение |
|---------------------------------|--------------------|-------------|-----------------|--------------------|
| Оптимизация затрат на персонал | 10% | 24% | 25% | 0% |
| Оптимизация поставок | 36% | 26% | 31% | 17% |
| Сокращение инвестиций | 2% | 4% | 3% | 33% |
| Сокращение других затрат | 14% | 9% | 13% | 17% |
| Сокращение объемов деятельности | 3% | 0% | 3% | 0% |
| Оптимизация налогообложения | 3% | 2% | 5% | 0% |
| Сокращение затрат на рекламу | 21% | 20% | 11% | 17% |
| Поиск заемных ресурсов | 2% | 2% | 0% | 17% |
| Продажа бизнеса | 3% | 2% | 2% | 0% |
| Всего ответов | 58 | 46 | 64 | 6 |

треть таких фирм делала упор именно на оптимизацию этой статьи расходов. Также возрождающиеся предприятия продемонстрировали сравнительно большую активность в сфере поиска привлеченных ресурсов для решения проблем, связанных с недостатком финансов (табл. 80).

Таблица 80. Антикризисные меры предприятий на различных стадиях жизненного цикла с отрицательной динамикой (единственный ответ – наиболее важная мера)

| | Кризис развития | Спад |
|---------------------------------|------------------------|-------------|
| Оптимизация затрат на персонал | 17% | 26% |
| Оптимизация поставок | 13% | 27% |
| Сокращение инвестиций | 6% | 11% |
| Сокращение других затрат | 13% | 9% |
| Сокращение объемов деятельности | 15% | 7% |
| Оптимизация налогообложения | 4% | 2% |
| Сокращение затрат на рекламу | 15% | 7% |
| Поиск заемных ресурсов | 8% | 0% |
| Продажа бизнеса | 4% | 0% |
| Всего ответов | 48 | 55 |

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящей книге представлены результаты исследования, являющегося вторым раундом работы, стартовавшей в 2007 году. В связи с этим отдельное внимание в ней уделяется динамике замерявшихся еще в первом раунде обследования показателей и характеристик деятельности предприятий.

Данные официальной статистики сектора малого бизнеса свидетельствуют о в целом положительной динамике в последние три года. В 2006–2008 годах стабильно увеличивались как число малых предприятий, так и численность занятых на них. При этом, однако, удельная численность сотрудников на компанию несколько снизилась, что связано с опережающим ростом числа предприятий. Значительно увеличилась за этот период инвестиционная активность малого бизнеса. В 2008 году ее рост достиг пикового значения в 160,9% по отношению к предыдущему году. Негативно на этом фоне выглядело только снижение темпов роста оборота малых предприятий — в 2008 году он увеличился лишь на 6,6%, что заметно меньше показателей 2006 и 2007 годов (15% и 14,3% соответственно).

В опросной части настоящего исследования приняло участие 300 руководителей малых предприятий в 4 субъектах Российской Федерации: Москве, Новгородской, Томской и Ростовской областях. Выборка обследования охватила как только что созданные предприятия, так и достаточно возрастные компании. Максимальный возраст составил 21 год. В среднем по выборке длительность функционирования предприятий на момент опроса составляла 7,1 лет.

Максимальное количество респондентов в рамках второго раунда обследования отнесло свои предприятия к зрелым. Наименее представленными оказались в выборке компании на стадии возрождения. На стадиях с положительной динамикой развития в совокупности находятся 62% предприятий.

Следует отметить существенные отличия результатов распределения предприятий по стадиям жизненного цикла от полученных в первом раунде исследования. Сравнительно стабильными в выборке оказались только доли предприятий на стадиях становления и зрелости. Более чем в два раза уменьшилось число компаний, относящих себя к стадии роста. При этом произошло существенное увеличение групп предприятий, испытывающих кризис и спад.

Общая длительность жизненного цикла малых предприятий, которые в конечном счете ликвидируются по естественным причинам, согласно опросным данным составляет в среднем 14 лет. Цикл предприятий, которым удается переломить стагнационные тенденции и перейти на стадию возрождения, составляет в среднем 9,5 лет.

Оценка доли малых предприятий, обладающих достаточно высокими шансами перерастания в категорию средних составила в настоящем исследовании

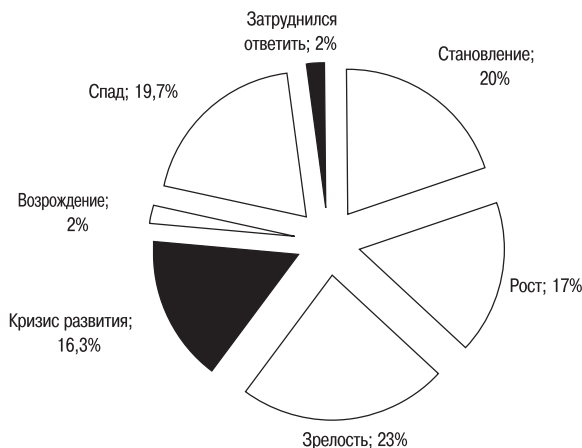


Рис. 63. Распределение предприятий по стадиям жизненного цикла

Таблица 81. Характеристики стадий жизненного цикла

| | Средний возраст предприятий, находящихся на стадии, лет | Средняя длительность стадии, месяцев |
|-----------------|---|--------------------------------------|
| Становление | 3,5 | 21 |
| Рост | 4,5 | 32,4 |
| Зрелость | 8,9 | 45,3 |
| Кризис развития | 9,8 | 14,5 |
| Возрождение | 4,1 | 10 |
| Спад | 8,7 | – |

лишь 1,3%. Соответствующая доля по оценке первого раунда (в 2007 году) составляла около 2%. При этом предприятия указанной «группы роста» находятся на стадиях становления или зрелости.

Другой важной исследовательской задачей настоящей работы был анализ внутренних и внешних факторов, определяющих возможности для развития предприятий на различных этапах жизненного цикла. В первую очередь следует привести распределение ответов предпринимателей на вопрос о том, какой фактор мог бы придать существенное ускорение развитию их компании на текущем этапе. В целом по выборке наиболее популярным таким фактором оказалось повышение спроса на рынке, что очевидно связано с сокращением

потребительского спроса в условиях кризиса — 65% респондентов указали его как существенный (при множественных ответах), 45,7% — как наиболее существенный (единственный ответ). На второе место в качестве наиболее существенного фактора респонденты поставили фактор облегчения доступа к заемным финансовым ресурсам.

Также в рамках опроса предпринимателям задавался вопрос о том, какие ограничивающие факторы оказывают наиболее значительное негативное влияние на возможности их компаний на текущем этапе жизненного цикла. В целом по выборке в качестве наиболее существенного такого фактора была выделена макроэкономическая нестабильность. При этом следует отметить значимый скачок ее значимости в сравнении с первым раундом — число респондентов, отмечающих этот фактор как наиболее существенный, выросло в несколько раз на всех стадиях жизненного цикла.

В части внешних факторов основные потребности и проблемы с доступностью малые предприятия испытывают в области государственной поддержки малого предпринимательства (59,7% респондентов отметили наличие такой потребности, 49,5% — такой проблемы) и в доступе к заемным финансовым ресурсам (48,3% и 46,9% соответственно). Наименее востребованной и одновременно наименее проблемной областью на настоящий момент является доступ к производственным площадям.

Оценки предпринимателей в отношении текущего состояния спроса в сравнении с результатами предыдущего раунда исследования позволяют получить данные о влиянии финансово-экономического кризиса на сектор малого бизнеса. В целом по выборке 28,8% опрошенных предпринимателей считают, что спрос на их продукцию падает, 30,4% — что спрос растет различными темпами. В сопоставлении с первым раундом картина состояния спроса существенно изменилась. Среди наиболее отчетливо проявляемых тенденций стоит отметить, заметное сокращение доли респондентов, считающих, что спрос на их продукцию постоянно и быстро растет, а также увеличение доли предпринимателей, указывающих на определенное насыщение рынка (либо его сужение), выходом из чего может являться только диверсификация деятельности предприятия (поиск новых ниш) или же расширение масштабов деятельности за счет региональных рынков.

Не менее важным аспектом функционирования бизнеса является его внутренняя структура, система взаимоотношений и рыночного поведения. Доля предприятий, которые имеют стратегические планы развития, в целом по выборке снизилась с 72,3% до 63,9%. Большинство предприятий, планирующих развитие стратегически, по-прежнему находятся на «восходящих» стадиях становления (66,7%), роста (74%), зрелости (72,9%) и возрождения (83,3%).

Одним из наиболее существенных факторов развития бизнеса является наличие у предпринимателя выраженной мотивации к его расширению. Суще-

ственное расширение бизнеса при условии благоприятной общеэкономической конъюнктуры желало бы произвести большинство респондентов (82,9%). Однако по сравнению с 2007 годом (93,3%) их количество несколько сократилось (более чем на 10 процентных пунктов в целом по выборке), что характерно для всех стадий жизненного цикла, кроме возрождения.

В контексте планирования перспектив деятельности представляют особый интерес оценки предпринимателей в отношении сроков восстановления экономики, то есть возвращения ее на докризисный уровень развития, а также сроков реабилитации собственно предприятий респондентов. Срок восстановления экономики в докризисное состояние оценивается предпринимателями в среднем в 4,6 года. Наибольшим пессимизмом характеризуются оценки предпринимателей, бизнес которых находится в начальной стадии: их средний прогноз составил 5,5 лет. Применительно к срокам восстановления собственного бизнеса предприниматели дали оценку в 2,9 года.

Наиболее распространенными мерами по повышению эффективности предприятий в условиях кризиса были меры, связанные с оптимизацией поставок. Среди таких мер наиболее часто отмечалось изменение закупаемых ресурсов и товаров с целью сокращения издержек. Также довольно распространенными оказались попытки оптимизировать затраты на поставки за счет смены поставщиков или пересмотра условий контрактов с ними.

Второй по распространенности группой применяемых предприятиями респондентов антикризисных мероприятий является сокращение затрат на персонал. В первую очередь здесь выделяется сокращение штата сотрудников — более трети опрошенных компаний были вынуждены прибегнуть к увольнениям. Сокращение заработных плат затронуло чуть менее трети предприятий-респондентов.

Третьим по степени важности направлением антикризисной политики оказалось стимулирование спроса. В первую очередь среди таких мер выделяется предоставление скидок — около четверти предприятий прибегают к использованию такого механизма. Увеличило затраты на рекламу и маркетинг в условиях кризиса заметно меньшее число предприятий. К такой стратегии преодоления кризиса прибегли лишь 15,3% компаний-респондентов.

Еще одним важным аспектом исследования, лежащего в основе настоящей книги, является теневая активность малых предприятий. Анализ оценок руководителей компаний свидетельствует об устойчивом сокращении объемов теневого сектора. В 2009 году он составил 30% от оборота. Важно, что это сокращение происходит преимущественно за счет малых предприятий, находящихся на стадиях жизненного цикла с негативной динамикой. При этом теневая активность предприятий, проходящих «положительные» отрезки своего жизненного цикла, остается практически неизменной (снизилась на один процентный пункт). В результате разрыв между двумя группами предприятий за

последние пять лет поменял свой знак: если в 2005 году тень стагнирующих предприятий была больше, чем у их развивающихся коллег, то к 2009 году ситуация изменилась на диаметрально противоположную — малые предприятия на стадиях кризиса и спада характеризуются сравнительно меньшей теневой активностью.

Следует также отметить, что, несмотря на постепенное сокращение теневой активности, даже в условиях экономического кризиса понижающаяся динамика отдельных проявлений теневой активности замедляется, а кое-где и вовсе сходит на нет. Кроме того, не может не настораживать неизменная в относительных показателях доля обналичивания. Есть и еще одно опасение — ресурс сокращения «тени», как представляется, во многом исчерпан. Важнейший фактор сокрытия оборота от государства — налоги. В 2006 году каждое второе предприятие отмечало, что высокие налоговые ставки — основная причина ухода в тень, еще 90% упоминали их в качестве одной из причин. Второй по значимости фактор — неформальные платежи для получения лицензий, сертификатов и разрешений. Пока бизнесмену будут нужны деньги на взятки — а это 4% от оборота предприятий в целом по выборке, и 8% для типичного предприятия, которое сталкивалось с необходимостью давать взятки, — «тьень» победить не удастся.

Основной гипотезой настоящей работы являлось наличие значимых различий между предприятиями разных стадий развития в характеристиках деятельности, интенсивности влияния на бизнес различных факторов предпринимательской среды. Приведенные в работе данные и оценки позволяют заключить, что указанная гипотеза в целом подтвердилась.

Очевидно, что для различных стадий жизненного цикла характерны специфические потребности малых предприятий в ресурсах, необходимых для осуществления деятельности, а также разные ограничения возможностей доступа к этим ресурсам. Так, например, потребности в финансовых ресурсах наиболее сильны на ранних этапах становления предприятия. В то же время отсутствие ликвидного залогового обеспечения фактически закрывает для таких предприятий рынок инвестиционных кредитов в банках. Объемы предложения микрофинансового рынка оказываются также недостаточными для полного удовлетворения нужд сегмента начинающих компаний. По мере взросления предприятия для него открываются новые потенциальные источники заемных финансовых ресурсов, и актуальность проблемы значительно снижается. В дальнейшем другие формы государственного содействия (например, поддержка в проведении экспортных операций) могут требоваться на сравнительно поздних стадиях развития компании (зрелость, кризис, возрождение).

Вопрос о степени вмешательства государства, в том числе и вмешательства в форме оказания прямой поддержки малым предприятиям, неизбежно вызывает противоречивые оценки. С одной стороны, основанием государства яв-

ляется его стремление содействовать предпринимательской активности как желательному с точки зрения совокупной выгоды общества явлению. С другой стороны, в стремлении поддержать бизнес органы власти невольно стимулируют распространение патерналистских настроений и их институционализацию, что несовместимо с формированием свободной рыночной системы. В качестве дополнительного негативного фактора выступают традиционные последствия выделения бюджетных средств в системе, характеризующейся высоким уровнем коррупционных рисков.

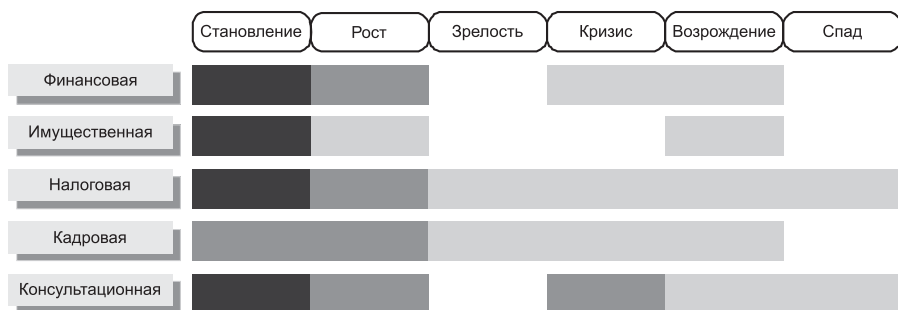
В связи с этим государственное вмешательство должно иметь продуманный характер, чтобы эффективно, то есть с минимально возможными издержками, достигать общественно желаемых целей.

Представляется очевидным, что предоставление, например, финансовой и имущественной поддержки имеет наиболее значимые положительные эффекты для начинающих предприятий. Сравнительно устойчивым компаниям аналогичная государственная помощь приносит значительно меньшую полезность и — более того — может иметь значимые дестимулирующие эффекты. Средства государственной поддержки должны использоваться в тех направлениях, в которых они приносят максимальную отдачу в терминах совокупного общественного благосостояния. Кроме того, необходимо помнить, что нужно соблюдать определенную сбалансированность «корзины» мер поддержки, то есть не допускать излишней концентрации средств на одних направлениях при их отсутствии в других. В этом контексте не вполне понятен дефицит внимания органов государственной власти, отвечающих за реализацию политики в сфере поддержки предпринимательства, к вопросам, связанным с их потребностями и проблемами на различных этапах жизненного цикла.

Так, в российской практике мы не видим значимой дифференциации мер государственной поддержки по различным этапам развития реципиентов этих мер. Федеральные и региональные органы власти продолжают осуществлять программы поддержки малого предпринимательства без учета различий в стадии развития, специфики возникающих у разных групп предпринимателей проблем и ограничений⁴⁸. Для этого, однако, необходимо принципиальное изменение подхода к государственной поддержке малого бизнеса и ограничение рентоориентированного поведения чиновников, заинтересованных в низкой степени конкретности вмешательства государства, отсутствии эффективной системы мониторинга и общественного контроля за ним.

⁴⁸ В ключевом документе, определяющем принципы государственной поддержки малого и среднего предпринимательства на федеральном уровне, Постановлении Правительства РФ от 27 февраля 2009 г. № 178 «О распределении и предоставлении субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов РФ на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства» объектом поддержки являются малые и средние предприятия в общем.

По всей видимости, ожидать повышения внимания органов государственной власти, ответственных за выработку политики в отношении малого предпринимательства, к вопросам жизненного цикла компаний следует в среднесрочной перспективе. На данном этапе мы можем только предложить определенную матрицу стадий развития предприятий и видов поддержки, которые наиболее эффективно отвечают потребностям этих стадий.



Пояснение к рисунку: интенсивность цвета в ячейках матрицы соответствует оценке полезности поддержки в терминах совокупного общественного благосостояния.

Рис. 64. Матрица целесообразности государственной поддержки малых предприятий на различных стадиях жизненного цикла

Ранжирование в рамках матрицы — результат итеративного консенсуса авторского коллектива. Предлагаемая матрица носит исключительно рекомендательный характер и не может считаться единственно верной с точки зрения расстановки акцентов. В определенной мере она отражает позицию коллектива авторов в отношении самой степени государственного вмешательства, а также наиболее общественно значимых направлений реализации политики в сфере поддержки малого предпринимательства на современном этапе.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1. Распределения ответов респондентов на вопросы анкеты⁴⁹

Таблица 1. Область (регион РФ), в которой осуществляет свою основную деятельность ваша компания

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Москва | 78 | 26,0% | 76 | 25,3% |
| Новгородская область | 75 | 25,0% | 74 | 24,7% |
| Томская область | 74 | 24,7% | 75 | 25,0% |
| Ростовская область | 73 | 24,3% | 75 | 25,0% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 2. Когда начал функционировать бизнес Вашей компании? Укажите год и месяц (Вопрос 1)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| До 1990 | 5 | 1,7% | 1 | 0,3% |
| 1990–1993 | 37 | 12,3% | 29 | 9,7% |
| 1994–1998 | 56 | 18,7% | 45 | 15,0% |
| 1999–2002 | 69 | 23,0% | 54 | 18,0% |
| 2003–2005 | 100 | 33,3% | 77 | 25,7% |
| 2006–2007 | 31 | 10,3% | 69 | 23,0% |
| 2008–2009 | – | – | 25 | 8,3% |
| Нет ответа | 2 | 0,7% | – | – |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

⁴⁹ Распределения ответов приведены с учетом «маргинальных» значений, в ряде случаев не использовавшихся при анализе. Под «маргинальными» в данном случае понимались излишне высокие или излишне низкие значения показателей, применительно к которым были основания предполагать недостаточно полное понимание респондентами сути вопроса. Использование таких значений в ряде случаев способно существенным образом исказить анализ, в связи с чем в отдельных ситуациях они исключались из рассмотрения.

Таблица 3. Какова организационно-правовая форма Вашего предприятия? (Вопрос 2)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|--|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Общество с ограниченной ответственностью (ООО) | 217 | 72,3% | 227 | 75,7% |
| Открытое акционерное общество (ОАО) | 7 | 2,3% | 2 | 0,7% |
| Закрытое акционерное общество (ЗАО) | 21 | 7,0% | 9 | 3,0% |
| Индивидуальный предприниматель (предприниматель без образования юридического лица) | 50 | 16,7% | 59 | 19,7% |
| Другое | 3 | 1,0% | 3 | 1,0% |
| Нет ответа | 2 | 0,7% | – | – |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 4. Является ли Ваше предприятие группой компаний, объединяющей несколько юридических лиц или индивидуальных предпринимателей? (Вопрос 3).

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Да | 38 | 12,7% | 45 | 15,0% |
| Нет | 260 | 86,7% | 254 | 84,7% |
| Нет ответа | 2 | 0,7% | 1 | 0,3% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 5. Назовите основные виды деятельности вашей компании на текущий момент (по доле в общем обороте) (Вопрос 4).

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|---|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Розничная торговля | 81 | 27,0% | 90 | 30,0% |
| Оптовая торговля | 72 | 24,0% | 59 | 19,7% |
| Предоставление прочих видов услуг | 62 | 20,7% | 67 | 22,3% |
| Производство потребительских товаров | 56 | 18,7% | 49 | 16,3% |
| Строительство | 51 | 17,0% | 36 | 12,0% |
| Производство продукции промышленного назначения | 42 | 14,0% | 52 | 17,3% |
| Использование вычислительной техники | 28 | 9,3% | 28 | 9,3% |
| Предоставление транспортных услуг | 25 | 8,3% | 19 | 6,3% |
| Научные исследования и разработки | 23 | 7,7% | 21 | 7,0% |
| Операции с недвижимым имуществом, аренда | 21 | 7,0% | 23 | 7,7% |
| Сельское хозяйство | 19 | 6,3% | 17 | 5,7% |
| Предоставление услуг связи | 14 | 4,7% | 14 | 4,7% |
| Другое | 19 | 6,3% | 5 | 1,7% |
| База: все респонденты | 300 | | 300 | |

Таблица 6. Основной вид деятельности (Вопрос 4)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|---|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Производство потребительских товаров | 43 | 14,3% | 40 | 13,3% |
| Производство продукции промышленного назначения | 35 | 11,7% | 40 | 13,3% |
| Строительство | 35 | 11,7% | 31 | 10,3% |
| Оптовая торговля | 30 | 10,0% | 22 | 7,3% |
| Розничная торговля | 41 | 13,7% | 41 | 13,7% |
| Предоставление транспортных услуг | 17 | 5,7% | 16 | 5,3% |
| Предоставление услуг связи | 13 | 4,3% | 12 | 4,0% |
| Предоставление прочих видов услуг | 16 | 5,3% | 29 | 9,7% |
| Операции с недвижимым имуществом, аренда | 17 | 5,7% | 20 | 6,7% |
| Использование вычислительной техники | 19 | 6,3% | 17 | 5,7% |
| Научные исследования и разработки | 13 | 4,3% | 16 | 5,3% |
| Сельское хозяйство | 14 | 4,7% | 13 | 4,3% |
| Другое | 7 | 2,3% | 3 | 1,0% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 7. Как организовывалось Ваше предприятие? (Вопрос 5)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|---|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Начало нового бизнеса «с нуля» | 193 | 64,3% | 187 | 62,3% |
| Начало нового бизнеса со своей уже устоявшейся и сформированной ранее командой (ключевым персоналом) | 74 | 24,7% | 51 | 17,0% |
| Начало нового бизнеса на основе активов (материальных и/или нематериальных), доставшихся от другой компании или предыдущего бизнеса | 25 | 8,3% | 53 | 17,7% |
| Покупка (приобретение) функционирующего бизнеса | 4 | 1,3% | 6 | 2,0% |
| Другое | 4 | 1,3% | – | – |
| Нет ответа | – | – | 3 | 1,0% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 8. Считаете ли Вы свой бизнес успешным? (Вопрос 6)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Да | 214 | 71,3% | 212 | 70,7% |
| Нет | 47 | 15,7% | 71 | 23,7% |
| Отказ от ответа | 5 | 1,7% | 3 | 1,0% |
| Нет ответа | 34 | 11,3% | 14 | 4,7% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 9. Оцените, пожалуйста, финансово-экономическое состояние Вашего бизнеса по итогам работы за 2008 год (Вопрос 7)

| | Количество | Доля, % |
|--|------------|---------|
| Устойчивое, средств хватало для поддержания и развития бизнеса | 94 | 31,3% |
| Относительно устойчивое, для поддержания бизнеса средств хватало, для развития – нет | 161 | 53,7% |
| Неустойчивое, для поддержания бизнеса средств не хватает | 42 | 14,0% |
| Отказ от ответа | 1 | 0,3% |
| Нет ответа | 2 | 0,7% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% |

Таблица 10. По сравнению с тем, что было год назад, Ваши ожидания, что Ваш бизнес будет расти, сейчас: (Вопрос 8).

| | Количество | Доля, % |
|-----------------------|------------|---------|
| Ослабли | 112 | 37,3% |
| Несколько ослабли | 98 | 32,7% |
| Остались теми же | 75 | 25,0% |
| Несколько усилились | 10 | 3,3% |
| Усилились | 3 | 1,0% |
| Нет ответа | 2 | 0,7% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% |

Таблица 11. Потребности и проблемы малых предприятий (сравнение раундов 1 и 2)

| | | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|---|--|------------|---------|------------|---------|
| | | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| 1. Договор франшизы | Нет, никогда не действовало | 291 | 97,0% | 290 | 96,7% |
| | Да, ранее действовало, в настоящее время нет | 2 | 0,7% | 4 | 1,3% |
| | Действует в настоящее время | 5 | 1,7% | 1 | 0,3% |
| | Отказ от ответа | 2 | 0,7% | 5 | 1,7% |
| База: все респонденты | | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |
| 2. Негосударственная лицензия на осуществление деятельности | Нет, никогда не действовало | 289 | 96,3% | 282 | 94,0% |
| | Да, ранее действовало, в настоящее время нет | 5 | 1,7% | 5 | 1,7% |
| | Действует в настоящее время | 4 | 1,3% | 7 | 2,3% |
| | Отказ от ответа | 2 | 0,7% | 6 | 2,0% |
| База: все респонденты | | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |
| 3. Договор (соглашение) об использовании торговой марки | Нет, никогда не действовало | 275 | 91,7% | 269 | 89,7% |
| | Да, ранее действовало, в настоящее время – нет | 10 | 3,3% | 14 | 4,7% |
| | Действует в настоящее время | 12 | 4,0% | 12 | 4,0% |
| | Отказ от ответа | 2 | 0,7% | 4 | 1,3% |
| | Нет ответа | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% |
| База: все респонденты | | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |
| 4. Договор (соглашение) об использовании стратегии и методов хозяйствования | Нет, никогда не действовало | 292 | 97,3% | 287 | 95,7% |
| | Да, ранее действовало, в настоящее время нет | 2 | 0,7% | 4 | 1,3% |
| | Действует в настоящее время | 2 | 0,7% | 5 | 1,7% |
| | Отказ от ответа | 2 | 0,7% | – | – |
| | Нет ответа | 2 | 0,7% | 4 | 1,3% |
| База: все респонденты | | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |
| 5. Договор (соглашение) о сбыте продукции единственному заказчику | Нет, никогда не действовало | 285 | 95,0% | 268 | 89,3% |
| | Да, ранее действовало, в настоящее время нет | 7 | 2,3% | 11 | 3,7% |
| | Действует в настоящее время | 5 | 1,7% | 16 | 5,3% |
| | Отказ от ответа | 2 | 0,7% | – | – |
| | Нет ответа | 1 | 0,3% | 5 | 1,7% |
| База: все респонденты | | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |
| 6. Договор (соглашение) об использовании услуг единственного поставщика | Нет, никогда не действовало | 274 | 91,3% | 268 | 89,3% |
| | Да, ранее действовало, в настоящее время нет | 14 | 4,7% | 8 | 2,7% |
| | Действует в настоящее время | 9 | 3,0% | 20 | 6,7% |
| | Отказ от ответа | 2 | 0,7% | – | – |
| | Нет ответа | 1 | 0,3% | 4 | 1,3% |
| База: все респонденты | | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 12. Вынуждено ли Ваше предприятие продавать продукцию единственному существующему на рынке заказчику? (Вопрос 11).

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Да | 6 | 2,0% | 4 | 1,3% |
| Нет | 291 | 97,0% | 296 | 98,7% |
| Нет ответа | 3 | 1,0% | — | — |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 13. Вынуждено ли Ваше предприятие пользоваться услугами единственного существующего на рынке поставщика? (Вопрос 12)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Становление | 56 | 18,7% | 60 | 20,0% |
| Рост | 109 | 36,3% | 50 | 16,7% |
| Зрелость | 68 | 22,7% | 70 | 23,3% |
| Кризис развития | 32 | 10,7% | 49 | 16,3% |
| Возрождение | 15 | 5,0% | 6 | 2,0% |
| Спад | 19 | 6,3% | 59 | 19,7% |
| Нет ответа | 1 | 0,3% | 6 | 2,0% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 14. Какие из указанных стадий прошло Ваше предприятие за период своего существования? Становление (Вопрос 14.1)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Да | 285 | 95,0% | 283 | 94,3% |
| Нет | 3 | 1,0% | 8 | 2,7% |
| Нет ответа | 12 | 4,0% | 9 | 3,0% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 15. Оцените, пожалуйста, в месяцах длительность данной стадии. Становление (Вопрос 14.2)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|---|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| 1–5 месяцев | 13 | 4,6% | 15 | 5,3% |
| 6–11 месяцев | 50 | 17,5% | 32 | 11,3% |
| 1–2 года | 97 | 34,0% | 142 | 50,2% |
| 2–3 года | 55 | 19,3% | 48 | 17,0% |
| 3–5 лет | 25 | 8,8% | 12 | 4,2% |
| Более 5 лет | 13 | 4,6% | 10 | 3,5% |
| Отказ от ответа | 2 | 0,7% | – | – |
| Нет ответа | 30 | 10,5% | 24 | 8,5% |
| База: респонденты, которые проходили стадию | 285 | 100,0% | 283 | 100,0% |

Таблица 16. Каким основным признаком из указанных сопровождался переход на данную стадию? Становление (Вопрос 14.3)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|---|------------|-------|------------|-------|
| | Количество | % | Количество | % |
| Заметное увеличение оборота | 184 | 64,6% | 177 | 62,5% |
| Повышение финансовой стабильности | 156 | 54,7% | 132 | 46,6% |
| Увеличение количества персонала | 131 | 46,0% | 105 | 37,1% |
| Повышение качества продукции | – | – | 94 | 33,2% |
| Снижение качества продукции | – | – | 4 | 1,4% |
| Уменьшение количества персонала | 16 | 5,6% | 17 | 6,0% |
| Снижение финансовой стабильности | 11 | 3,9% | 10 | 3,5% |
| Заметное уменьшение оборота | 10 | 3,5% | 9 | 3,2% |
| Другое | 14 | 4,9% | 19 | 6,7% |
| Нет ответа | 43 | 15,1% | – | – |
| База: респонденты, которые проходили стадию | 285 | | 283 | |

Таблица 17. Какие из указанных стадий прошло Ваше предприятие за период своего существования? Рост (Вопрос 14.1)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Да | 235 | 78,3% | 230 | 76,7% |
| Нет | 58 | 19,3% | 48 | 16,0% |
| Нет ответа | 7 | 2,3% | 22 | 7,3% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 18. Оцените, пожалуйста, в месяцах длительность данной стадии. Рост (Вопрос 14.2)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|---|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| 1–5 месяцев | 12 | 5,1% | 13 | 5,7% |
| 6–11 месяцев | 18 | 7,7% | 25 | 10,9% |
| 1–2 года | 54 | 23,0% | 112 | 48,7% |
| 2–3 года | 59 | 25,1% | 35 | 15,2% |
| 3–5 лет | 36 | 15,3% | 9 | 3,9% |
| Более 5 лет | 27 | 11,5% | 8 | 3,5% |
| Отказ от ответа | 1 | 0,4% | – | – |
| Нет ответа | 28 | 11,9% | 28 | 12,2% |
| База: респонденты, которые проходили стадию | 235 | 100,0% | 230 | 100,0% |

Таблица 19. Каким основным признаком из указанных сопровождался переход на данную стадию? Рост (Вопрос 14.3)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|---|------------|-------|------------|-------|
| | Количество | % | Количество | % |
| Заметное увеличение оборота | 183 | 77,9% | 145 | 63,0% |
| Повышение финансовой стабильности | 145 | 61,7% | 103 | 44,8% |
| Увеличение количества персонала | 118 | 50,2% | 85 | 37,0% |
| Повышение качества продукции | – | – | 73 | 31,7% |
| Снижение качества продукции | – | – | 4 | 1,7% |
| Уменьшение количества персонала | 20 | 8,5% | 9 | 3,9% |
| Заметное уменьшение оборота | 5 | 2,1% | 3 | 1,3% |
| Снижение финансовой стабильности | 5 | 2,1% | 3 | 1,3% |
| Другое | 3 | 1,3% | 14 | 6,1% |
| Нет ответа | 25 | 10,6% | – | – |
| База: респонденты, которые проходили стадию | 235 | | 230 | |

Таблица 20. Какие из указанных стадий прошло Ваше предприятие за период своего существования? Зрелость (Вопрос 14.1)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Да | 119 | 39,7% | 147 | 49,0% |
| Нет | 176 | 58,7% | 104 | 34,7% |
| Нет ответа | 5 | 1,7% | 49 | 16,3% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 21. Оцените, пожалуйста, в месяцах длительность данной стадии. Зрелость (Вопрос 14.2)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|---|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| 1–5 месяцев | 6 | 5,0% | 5 | 3,4% |
| 6–11 месяцев | 8 | 6,7% | 17 | 11,6% |
| 1–2 года | 20 | 16,8% | 73 | 49,7% |
| 2–3 года | 22 | 18,5% | 23 | 15,6% |
| 3–5 лет | 17 | 14,3% | 5 | 3,4% |
| Более 5 лет | 24 | 20,2% | 7 | 4,8% |
| Отказ от ответа | 1 | 0,8% | – | – |
| Нет ответа | 21 | 17,6% | 17 | 11,6% |
| База: респонденты, которые проходили стадию | 119 | 100,0% | 147 | 100,0% |

Таблица 22. Каким основным признаком из указанных сопровождался переход на данную стадию? Зрелость (Вопрос 14.3)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|---|------------|-------|------------|-------|
| | Количество | % | Количество | % |
| Заметное увеличение оборота | 68 | 57,1% | 94 | 63,9% |
| Повышение финансовой стабильности | 65 | 54,6% | 68 | 46,3% |
| Увеличение количества персонала | 50 | 42,0% | 50 | 34,0% |
| Повышение качества продукции | – | – | 47 | 32,0% |
| Снижение качества продукции | – | – | 2 | 1,4% |
| Уменьшение количества персонала | 10 | 8,4% | 6 | 4,1% |
| Заметное уменьшение оборота | 7 | 5,9% | 2 | 1,4% |
| Снижение финансовой стабильности | 3 | 2,5% | 3 | 2,0% |
| Другое | 5 | 4,2% | 11 | 7,5% |
| Нет ответа | 24 | 20,2% | – | – |
| База: респонденты, которые проходили стадию | 119 | | 147 | |

Таблица 23. Какие из указанных стадий прошло Ваше предприятие за период своего существования? Кризис развития (Вопрос 14.1)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Да | 63 | 21,0% | 83 | 27,7% |
| Нет | 232 | 77,3% | 131 | 43,7% |
| Нет ответа | 5 | 1,7% | 86 | 28,6% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 24. Оцените, пожалуйста, в месяцах длительность данной стадии. Кризис развития (Вопрос 14.2)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|---|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| 1–5 месяцев | 9 | 14,3% | 5 | 6,0% |
| 6–11 месяцев | 15 | 23,8% | 38 | 45,8% |
| 1–2 года | 17 | 27,0% | 22 | 26,5% |
| 2–3 года | 9 | 14,3% | 3 | 3,6% |
| 3–5 лет | 2 | 3,2% | 2 | 2,4% |
| Более 5 лет | 1 | 1,6% | 5 | 6,0% |
| Нет ответа | 10 | 15,9% | 13 | 15,7% |
| База: респонденты, которые проходили стадию | 63 | 100,0% | 83 | 100,0% |

Таблица 25. Каким основным признаком из указанных сопровождался переход на данную стадию? Кризис развития (Вопрос 14.3)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|---|------------|-------|------------|-------|
| | Количество | % | Количество | % |
| Заметное уменьшение оборота | 36 | 57,1% | 53 | 63,9% |
| Снижение финансовой стабильности | 31 | 49,2% | 49 | 59,0% |
| Уменьшение количества персонала | 16 | 25,4% | 27 | 32,5% |
| Снижение качества продукции | – | – | 4 | 4,8% |
| Повышение качества продукции | – | – | 15 | 18,1% |
| Заметное увеличение оборота | 5 | 7,9% | 2 | 2,4% |
| Увеличение количества персонала | 4 | 6,3% | 2 | 2,4% |
| Повышение финансовой стабильности | 3 | 4,8% | 9 | 10,8% |
| Другое | 7 | 11,1% | 8 | 9,6% |
| Нет ответа | 15 | 23,8% | – | – |
| База: респонденты, которые проходили стадию | 63 | | 83 | |

Таблица 26. Какие из указанных стадий прошло Ваше предприятие за период своего существования? Возрождение (Вопрос 14.1)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Да | 38 | 12,7% | 19 | 6,3% |
| Нет | 255 | 85,0% | 160 | 53,3% |
| Нет ответа | 7 | 2,3% | 121 | 40,4% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 27. Оцените, пожалуйста, в месяцах длительность данной стадии. Возрождение (Вопрос 14.2)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|---|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| 1 месяц | 7 | 18,4% | – | – |
| 2 месяца | 6 | 15,8% | 2 | 10,5% |
| 3 месяца | 6 | 15,8% | – | – |
| 4 месяца | 1 | 2,6% | – | – |
| 5 месяцев | 3 | 7,9% | – | – |
| 6 месяцев | 3 | 7,9% | 4 | 21,2% |
| Больше 6 | – | – | 8 | 42,2% |
| Нет ответа | 18 | 47,4% | 5 | 26,3% |
| База: респонденты, которые проходили стадию | 38 | 100,0% | 19 | |

Таблица 28. Каким основным признаком из указанных сопровождался переход на данную стадию? Возрождение (Вопрос 14.3)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|---|------------|-------|------------|-------|
| | Количество | % | Количество | % |
| Заметное увеличение оборота | 23 | 60,5% | 11 | 57,9% |
| Повышение финансовой стабильности | 14 | 36,8% | 9 | 47,4% |
| Увеличение количества персонала | 11 | 28,9% | 3 | 15,8% |
| Снижение качества продукции | – | – | – | – |
| Повышение качества продукции | – | – | 8 | 42,1% |
| Снижение финансовой стабильности | 2 | 5,3% | 2 | 10,5% |
| Заметное уменьшение оборота | 1 | 2,6% | 2 | 10,5% |
| Другое | 3 | 7,9% | 3 | 15,9% |
| Нет ответа | 10 | 26,3% | – | – |
| База: респонденты, которые проходили стадию | 38 | | 19 | |

Таблица 29. Какие из указанных стадий прошло Ваше предприятие за период своего существования? Спад (Вопрос 14.1)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Да | 39 | 13,0% | 88 | 29,3% |
| Нет | 260 | 86,7% | 118 | 39,3% |
| Нет ответа | 1 | 0,3% | 94 | 31,3% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 30. Оцените, пожалуйста, в месяцах длительность данной стадии. Спад (Вопрос 14.2)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|---|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| 1–5 месяцев | 13 | 33,3% | 7 | 8,0% |
| 6–11 месяцев | 7 | 17,9% | 54 | 61,4% |
| 1–2 года | 7 | 17,9% | 15 | 17,0% |
| 2–3 года | 6 | 15,4% | 1 | 1,1% |
| 3–5 лет | 3 | 7,7% | – | – |
| Нет ответа | 3 | 7,7% | 11 | 12,5% |
| База: респонденты, которые проходили стадию | 39 | 100,0% | 88 | 100,0% |

Таблица 31. Каким основным признаком из указанных сопровождался переход на данную стадию? Спад (Вопрос 14.3)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|---|------------|-------|------------|-------|
| | Количество | % | Количество | % |
| Заметное уменьшение оборота | 28 | 71,8% | 66 | 75,0% |
| Снижение финансовой стабильности | 19 | 48,7% | 49 | 55,7% |
| Уменьшение количества персонала | 10 | 25,6% | 38 | 43,2% |
| Снижение качества продукции | – | – | 7 | 8,0% |
| Повышение качества продукции | – | – | 5 | 5,7% |
| Заметное увеличение оборота | 7 | 17,9% | 2 | 2,3% |
| Увеличение количества персонала | 4 | 10,3% | 4 | 4,5% |
| Повышение финансовой стабильности | 2 | 5,1% | 3 | 3,4% |
| Другое | 1 | 2,6% | 10 | 11,4% |
| Нет ответа | 6 | 15,4% | – | – |
| База: респонденты, которые проходили стадию | 39 | | 88 | |

Таблица 32. Что, по-вашему, является (являлось) наиболее существенным препятствием для развития Вашего предприятия на различных стадиях его жизненного цикла? Становление (Вопрос 15.1)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|--|------------|-------|------------|-------|
| | Количество | % | Количество | % |
| Ограниченные возможности доступа к заемным финансовым средствам | 120 | 42,1% | 106 | 37,5% |
| Ограниченные возможности доступа к производственным площадям, оборудованию | 75 | 26,3% | 90 | 31,8% |
| Нехватка ответственных, квалифицированных кадров | 123 | 43,2% | 105 | 37,1% |
| Жесткая налоговая система | 110 | 38,6% | 97 | 34,3% |
| Высокие административные барьеры | 84 | 29,5% | 81 | 28,6% |
| Макроэкономическая нестабильность | 44 | 15,4% | 53 | 18,7% |
| Неэффективная государственная политика поддержки предпринимательства | 79 | 27,7% | 78 | 27,6% |
| Насыщенность спроса на рынке Вашей продукции | 53 | 18,6% | 67 | 23,7% |
| Недостаточное развитие рыночной инфраструктуры | 21 | 7,4% | 33 | 11,7% |
| Наличие сильных конкурентов | 99 | 34,7% | 110 | 38,9% |
| Неформальное давление со стороны местных властей или криминальных структур | 28 | 9,8% | 33 | 11,7% |
| Отсутствие личной мотивации к развитию собственного бизнеса | 3 | 1,1% | 4 | 1,4% |
| Другое | 22 | 7,7% | 11 | 3,9% |
| Нет ответа | – | – | 2 | 0,7% |
| База: респонденты, которые проходили стадию | 285 | | 283 | |

Таблица 33. Самое существенное препятствие для развития Вашего предприятия на различных стадиях его жизненного цикла. Становление (Вопрос 15.2)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|--|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Ограниченные возможности доступа к заемным финансовым средствам | 54 | 18,9% | 43 | 15,2% |
| Ограниченные возможности доступа к производственным площадям, оборудованию | 24 | 8,4% | 26 | 9,2% |
| Нехватка ответственных, квалифицированных кадров | 41 | 14,4% | 44 | 15,5% |
| Жесткая налоговая система | 25 | 8,8% | 23 | 8,1% |
| Высокие административные барьеры | 28 | 9,8% | 21 | 7,4% |
| Макроэкономическая нестабильность | 4 | 1,4% | 16 | 5,7% |
| Неэффективная государственная политика поддержки предпринимательства | 19 | 6,7% | 11 | 3,9% |
| Насыщенность спроса на рынке Вашей продукции | 7 | 2,5% | 24 | 8,5% |
| Недостаточное развитие рыночной инфраструктуры | 7 | 2,5% | 9 | 3,2% |
| Наличие сильных конкурентов | 23 | 8,1% | 35 | 12,4% |
| Неформальное давление со стороны местных властей или криминальных структур | 9 | 3,2% | 8 | 2,8% |
| Отсутствие личной мотивации к развитию собственного бизнеса | 1 | 0,4% | – | – |
| Другое | 10 | 3,5% | 10 | 3,5% |
| Нет ответа | 33 | 11,6% | 1 | 0,4% |
| База: респонденты, которые проходили стадию | 285 | 100,0% | 283 | 100,0% |

Таблица 34. Что, по-вашему, является (являлось) наиболее существенным препятствием для развития Вашего предприятия на различных стадиях его жизненного цикла? Рост (Вопрос 15.1)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|--|------------|-------|------------|-------|
| | Количество | % | Количество | % |
| Ограниченные возможности доступа к заемным финансовым средствам | 71 | 30,2% | 70 | 30,4% |
| Ограниченные возможности доступа к производственным площадям, оборудованию | 41 | 17,4% | 54 | 23,5% |
| Нехватка ответственных, квалифицированных кадров | 89 | 37,9% | 77 | 33,5% |
| Жесткая налоговая система | 85 | 36,2% | 72 | 31,3% |
| Высокие административные барьеры | 65 | 27,7% | 50 | 21,7% |
| Макроэкономическая нестабильность | 24 | 10,2% | 43 | 18,7% |
| Неэффективная государственная политика поддержки предпринимательства | 66 | 28,1% | 60 | 26,1% |
| Насыщенность спроса на рынке Вашей продукции | 54 | 23,0% | 51 | 22,2% |
| Недостаточное развитие рыночной инфраструктуры | 12 | 5,1% | 20 | 8,7% |
| Наличие сильных конкурентов | 72 | 30,6% | 93 | 40,4% |
| Неформальное давление со стороны местных властей или криминальных структур | 20 | 8,5% | 21 | 9,1% |
| Отсутствие личной мотивации к развитию собственного бизнеса | 2 | 0,9% | 1 | 0,4% |
| Другое | 14 | 6,0% | 8 | 3,5% |
| Нет ответа | – | – | 9 | 3,9% |
| База: респонденты, которые проходили стадию | 235 | | 230 | |

Таблица 35. Самое существенное препятствие для развития Вашего предприятия на различных стадиях его жизненного цикла. Рост (Вопрос 15.2)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|--|------------|--------|------------|--------|
| | Количество | % | Количество | % |
| Ограниченные возможности доступа к заемным финансовым средствам | 22 | 9,4% | 39 | 17,0% |
| Ограниченные возможности доступа к производственным площадям, оборудованию | 13 | 5,5% | 16 | 7,0% |
| Нехватка ответственных, квалифицированных кадров | 33 | 14,0% | 22 | 9,6% |
| Жесткая налоговая система | 28 | 11,9% | 15 | 6,5% |
| Высокие административные барьеры | 22 | 9,4% | 12 | 5,2% |
| Макроэкономическая нестабильность | 4 | 1,7% | 15 | 6,5% |
| Неэффективная государственная политика поддержки предпринимательства | 20 | 8,5% | 12 | 5,2% |
| Насыщенность спроса на рынке Вашей продукции | 18 | 7,7% | 20 | 8,7% |
| Недостаточное развитие рыночной инфраструктуры | 4 | 1,7% | 7 | 3,0% |
| Наличие сильных конкурентов | 23 | 9,8% | 40 | 17,4% |
| Неформальное давление со стороны местных властей или криминальных структур | 3 | 1,3% | 5 | 2,2% |
| Другое | 5 | 2,1% | 8 | 3,5% |
| Нет ответа | 40 | 17,0% | 19 | 8,3% |
| База: респонденты, которые проходили стадию | 235 | 100,0% | 230 | 100,0% |

Таблица 36. Что, по-вашему, является (являлось) наиболее существенным препятствием для развития Вашего предприятия на различных стадиях его жизненного цикла? Зрелость (Вопрос 15.1)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|--|------------|-------|------------|-------|
| | Количество | % | Количество | z% |
| Ограниченные возможности доступа к заемным финансовым средствам | 25 | 21,0% | 24 | 16,3% |
| Ограниченные возможности доступа к производственным площадям, оборудованию | 8 | 6,7% | 15 | 10,2% |
| Нехватка ответственных, квалифицированных кадров | 31 | 26,1% | 34 | 23,1% |
| Жесткая налоговая система | 39 | 32,8% | 38 | 25,9% |
| Высокие административные барьеры | 25 | 21,0% | 28 | 19,0% |
| Макроэкономическая нестабильность | 13 | 10,9% | 40 | 27,2% |
| Неэффективная государственная политика поддержки предпринимательства | 33 | 27,7% | 37 | 25,2% |
| Насыщенность спроса на рынке Вашей продукции | 30 | 25,2% | 39 | 26,5% |
| Недостаточное развитие рыночной инфраструктуры | 7 | 5,9% | 9 | 6,1% |
| Наличие сильных конкурентов | 45 | 37,8% | 63 | 42,9% |
| Неформальное давление со стороны местных властей или криминальных структур | 6 | 5,0% | 9 | 6,1% |
| Отсутствие личной мотивации к развитию собственного бизнеса | – | – | 5 | 3,4% |
| Другое | 9 | 7,6% | 6 | 4,1% |
| Нет ответа | – | – | 7 | 4,8% |
| База: респонденты, которые проходили стадию | 119 | | 147 | |

Таблица 37. Самое существенное препятствие для развития Вашего предприятия на различных стадиях его жизненного цикла. Зрелость (Вопрос 15.2)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|--|------------|--------|------------|--------|
| | Количество | % | Количество | % |
| Ограниченные возможности доступа к заемным финансовым средствам | 8 | 6,7% | 14 | 9,5% |
| Ограниченные возможности доступа к производственным площадям, оборудованию | 1 | 0,8% | 5 | 3,4% |
| Нехватка ответственных, квалифицированных кадров | 7 | 5,9% | 8 | 5,4% |
| Жесткая налоговая система | 9 | 7,6% | 11 | 7,5% |
| Высокие административные барьеры | 12 | 10,1% | 7 | 4,8% |
| Макроэкономическая нестабильность | 1 | 0,8% | 24 | 16,3% |
| Неэффективная государственная политика поддержки предпринимательства | 4 | 3,4% | 7 | 4,8% |
| Насыщенность спроса на рынке Вашей продукции | 8 | 6,7% | 15 | 10,2% |
| Недостаточное развитие рыночной инфраструктуры | 2 | 1,7% | 5 | 3,4% |
| Наличие сильных конкурентов | 24 | 20,2% | 29 | 19,7% |
| Неформальное давление со стороны местных властей или криминальных структур | 1 | 0,8% | 3 | 2,0% |
| Отсутствие личной мотивации к развитию собственного бизнеса | – | – | 2 | 1,4% |
| Другое | 6 | 5,0% | 5 | 3,4% |
| Нет ответа | 36 | 30,3% | 12 | 8,2% |
| База: респонденты, которые проходили стадию | 119 | 100,0% | 147 | 100,0% |

Таблица 38. Что, по-вашему, является (являлось) наиболее существенным препятствием для развития Вашего предприятия на различных стадиях его жизненного цикла? Кризис развития (Вопрос 15.1)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|--|------------|-------|------------|-------|
| | Количество | % | Количество | % |
| Ограниченные возможности доступа к заемным финансовым средствам | 8 | 12,7% | 20 | 24,1% |
| Ограниченные возможности доступа к производственным площадям, оборудованию | 4 | 6,3% | 6 | 7,2% |
| Нехватка ответственных, квалифицированных кадров | 10 | 15,9% | 17 | 20,5% |
| Жесткая налоговая система | 18 | 28,6% | 23 | 27,7% |
| Высокие административные барьеры | 6 | 9,5% | 15 | 18,1% |
| Макроэкономическая нестабильность | 11 | 17,5% | 33 | 39,8% |
| Неэффективная государственная политика поддержки предпринимательства | 13 | 20,6% | 26 | 31,3% |
| Насыщенность спроса на рынке | | | | |
| Вашей продукции | 13 | 20,6% | 21 | 25,3% |
| Недостаточное развитие рыночной инфраструктуры | 5 | 7,9% | 4 | 4,8% |
| Наличие сильных конкурентов | 21 | 33,3% | 33 | 39,8% |
| Неформальное давление со стороны местных властей или криминальных структур | 4 | 6,3% | 5 | 6,0% |
| Отсутствие личной мотивации к развитию собственного бизнеса | 5 | 7,9% | 4 | 4,8% |
| Другое | 12 | 19,0% | 15 | 18,1% |
| Нет ответа | – | – | 3 | 3,6% |
| База: респонденты, которые проходили стадию | 63 | | 83 | |

Таблица 39. Самое существенное препятствие для развития Вашего предприятия на различных стадиях его жизненного цикла. Кризис развития (Вопрос 15.2)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|--|------------|--------|------------|--------|
| | Количество | % | Количество | % |
| Ограниченные возможности доступа к заемным финансовым средствам | 2 | 3,2% | 8 | 9,6% |
| Ограниченные возможности доступа к производственным площадям, оборудованию | 1 | 1,6% | 1 | 1,2% |
| Нехватка ответственных, квалифицированных кадров | 4 | 6,3% | 3 | 3,6% |
| Жесткая налоговая система | 2 | 3,2% | 5 | 6,0% |
| Высокие административные барьеры | 1 | 1,6% | 3 | 3,6% |
| Макроэкономическая нестабильность | 4 | 6,3% | 18 | 21,7% |
| Неэффективная государственная политика поддержки предпринимательства | 1 | 1,6% | 6 | 7,2% |
| Насыщенность спроса на рынке Вашей продукции | – | – | 10 | 12,0% |
| Недостаточное развитие рыночной инфраструктуры | 13 | 20,6% | – | – |
| Наличие сильных конкурентов | 1 | 1,6% | 11 | 13,3% |
| Неформальное давление со стороны местных властей или криминальных структур | 1 | 1,6% | 2 | 2,4% |
| Другое | 5 | 7,9% | 11 | 13,3% |
| Нет ответа | 28 | 44,4% | 5 | 6,0% |
| База: респонденты, которые проходили стадию | 63 | 100,0% | 83 | 100,0% |

Таблица 40. Что, по-вашему, является (являлось) наиболее существенным препятствием для развития Вашего предприятия на различных стадиях его жизненного цикла? Возрождение (Вопрос 15.1)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|--|------------|-------|------------|-------|
| | Количество | % | Количество | % |
| Ограниченные возможности доступа к заемным финансовым средствам | 9 | 23,7% | 4 | 21,1% |
| Ограниченные возможности доступа к производственным площадям, оборудованию | 3 | 7,9% | 3 | 15,8% |
| Нехватка ответственных, квалифицированных кадров | 7 | 18,4% | 6 | 31,6% |
| Жесткая налоговая система | 7 | 18,4% | 1 | 5,3% |
| Высокие административные барьеры | 4 | 10,5% | 2 | 10,5% |
| Макроэкономическая нестабильность | 3 | 7,9% | 1 | 5,3% |
| Неэффективная государственная политика поддержки предпринимательства | 7 | 18,4% | 4 | 21,1% |
| Насыщенность спроса на рынке Вашей продукции | 7 | 18,4% | 1 | 21,1% |
| Недостаточное развитие рыночной инфраструктуры | 2 | 5,3% | 1 | 5,3% |
| Наличие сильных конкурентов | 11 | 28,9% | 4 | 21,1% |
| Неформальное давление со стороны местных властей или криминальных структур | 2 | 5,3% | – | – |
| Отсутствие личной мотивации к развитию собственного бизнеса | 1 | 2,6% | – | – |
| Другое | 3 | 7,9% | 2 | 10,5% |
| Нет ответа | 38 | | 6 | 31,6% |
| База: респонденты, которые проходили стадию | 38 | | 19 | |

Таблица 41. Самое существенное препятствие для развития Вашего предприятия на различных стадиях его жизненного цикла. Возрождение (Вопрос 15.2)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|--|------------|--------|------------|--------|
| | Количество | % | Количество | % |
| Ограниченные возможности доступа к заемным финансовым средствам | 4 | 10,5% | 4 | 21,1% |
| Ограниченные возможности доступа к производственным площадям, оборудованию | 2 | 5,3% | 1 | 5,3% |
| Нехватка ответственных, квалифицированных кадров | 2 | 5,3% | 1 | 5,3% |
| Жесткая налоговая система | 1 | 2,6% | 1 | 5,3% |
| Высокие административные барьеры | 1 | 2,6% | 1 | 5,3% |
| Макроэкономическая нестабильность | – | – | 1 | 5,3% |
| Неэффективная государственная политика поддержки предпринимательства | – | – | 2 | 10,5% |
| Насыщенность спроса на рынке Вашей продукции | 2 | 5,3% | 3 | 15,8% |
| Наличие сильных конкурентов | 5 | 13,2% | 3 | 15,8% |
| Другое | 3 | 7,9% | 1 | 5,3% |
| Нет ответа | 18 | 47,4% | 7 | 36,9% |
| База: респонденты, которые проходили стадию | 38 | 100,0% | 19 | 100,0% |

Таблица 42. Что, по-вашему, является (являлось) наиболее существенным препятствием для развития Вашего предприятия на различных стадиях его жизненного цикла? Спад (Вопрос 15.1)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|--|------------|-------|------------|-------|
| | Количество | % | Количество | % |
| Ограниченные возможности доступа к заемным финансовым средствам | 7 | 17,9% | 21 | 23,9% |
| Ограниченные возможности доступа к производственным площадям, оборудованию | 3 | 7,7% | 8 | 9,1% |
| Нехватка ответственных, квалифицированных кадров | 5 | 12,8% | 11 | 12,5% |
| Жесткая налоговая система | 5 | 12,8% | 18 | 20,5% |
| Высокие административные барьеры | 3 | 7,7% | 7 | 8,0% |
| Макроэкономическая нестабильность | 2 | 5,1% | 49 | 55,7% |
| Неэффективная государственная политика поддержки предпринимательства | 4 | 10,3% | 23 | 26,1% |
| Насыщенность спроса на рынке Вашей продукции | 10 | 25,6% | 20 | 22,7% |
| Недостаточное развитие рыночной инфраструктуры | 2 | 5,1% | 3 | 3,4% |
| Наличие сильных конкурентов | 15 | 38,5% | 27 | 30,7% |
| Неформальное давление со стороны местных властей или криминальных структур | 3 | 7,7% | 1 | 1,1% |
| Отсутствие личной мотивации к развитию собственного бизнеса | 1 | 2,6% | 6 | 6,8% |
| Другое | 2 | 5,1% | 13 | 14,8% |
| Нет ответа | – | – | 2 | 2,3% |
| База: респонденты, которые проходили стадию | 39 | | 88 | |

Таблица 43. Самое существенное препятствие для развития Вашего предприятия на различных стадиях его жизненного цикла. Спад (Вопрос 15.2)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|--|------------|--------|------------|--------|
| | Количество | % | Количество | % |
| Ограниченные возможности доступа к заемным финансовым средствам | 3 | 7,7% | 8 | 9,1% |
| Ограниченные возможности доступа к производственным площадям, оборудованию | 3 | 7,7% | 1 | 1,1% |
| Нехватка ответственных, квалифицированных кадров | 1 | 2,6% | 1 | 1,1% |
| Жесткая налоговая система | – | – | 5 | 5,7% |
| Высокие административные барьеры | – | – | 2 | 2,3% |
| Макроэкономическая нестабильность | 2 | 5,1% | 32 | 36,4% |
| Неэффективная государственная политика поддержки предпринимательства | – | – | 7 | 8,0% |
| Насыщенность спроса на рынке Вашей продукции | 3 | 7,7% | 5 | 5,7% |
| Недостаточное развитие рыночной инфраструктуры | – | – | 2 | 2,3% |
| Наличие сильных конкурентов | 8 | 20,5% | 7 | 8,0% |
| Неформальное давление со стороны местных властей или криминальных структур | 1 | 2,6% | 1 | 1,1% |
| Отсутствие личной мотивации к развитию собственного бизнеса | – | – | – | – |
| Другое | 1 | 2,6% | 11 | 12,5% |
| Нет ответа | 17 | 43,6% | 6 | 6,8% |
| База: респонденты, которые прошли стадию | 39 | 100,0% | 88 | 100,0% |

Таблица 44. Что, по-вашему, могло бы придать существенное ускорение развитию Вашего предприятия в настоящий момент? (Вопрос 16)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|---|------------|-------|------------|-------|
| | Количество | % | Количество | % |
| Существенное повышение спроса на рынке вашей продукции, получение крупного заказа | 211 | 70,3% | 195 | 65,0% |
| Введение государственного регулирования, препятствующего появлению на рынке недобросовестных конкурентов | 106 | 35,3% | 85 | 28,3% |
| Облегчение доступа к заемным финансовым средствам | 106 | 35,3% | 105 | 35,0% |
| Облегчение доступа к квалифицированному персоналу | 79 | 26,3% | 47 | 15,7% |
| Уменьшение государственного вмешательства в деятельность предприятия | 64 | 21,3% | 50 | 16,7% |
| Облегчение доступа к производственным помещениям | 50 | 16,7% | 51 | 17,0% |
| Уменьшение степени неформального вмешательства со стороны властей или криминальных структур в деятельность Вашего предприятия | 36 | 12,0% | 39 | 13,0% |
| Продажа предприятия другому предпринимателю | 5 | 1,7% | 7 | 2,3% |
| Другое | 22 | 7,3% | 33 | 11,0% |
| Нет ответа | 2 | 0,7% | 6 | 2,0% |
| База: все респонденты | 300 | | 300 | |

Таблица 45. Что, по-вашему, могло бы придать существенное ускорение развитию Вашего предприятия в настоящий момент? Наиболее важное условие развития (Вопрос 16)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|---|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Существенное повышение спроса на рынке вашей продукции, получение крупного заказа | 140 | 46,7% | 137 | 45,7% |
| Введение государственного регулирования, препятствующего появлению на рынке недобросовестных конкурентов | 34 | 11,3% | 27 | 9,0% |
| Уменьшение государственного вмешательства в деятельность предприятия | 17 | 5,7% | 16 | 5,3% |
| Облегчение доступа к производственным помещениям | 11 | 3,7% | 16 | 5,3% |
| Облегчение доступа к заемным финансовым средствам | 35 | 11,7% | 45 | 15,0% |
| Облегчение доступа к квалифицированному персоналу | 29 | 9,7% | 11 | 3,7% |
| Уменьшение степени неформального вмешательства со стороны властей или криминальных структур в деятельность Вашего предприятия | 7 | 2,3% | 12 | 4,0% |
| Продажа предприятия другому предпринимателю | 3 | 1,0% | 4 | 1,3% |
| Другое | 15 | 5,0% | 21 | 7,0% |
| Нет ответа | 9 | 3,0% | 11 | 3,7% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 46. К какой категории предприятий Вы бы скорее отнесли свой бизнес с точки зрения темпов его развития? (Вопрос 17)

| | Количество | Доля, % |
|-------------------------|------------|---------|
| До 1 млн. руб. | 60 | 20,0% |
| от 1 до 5 млн. руб. | 92 | 30,7% |
| от 5 до 20 млн. руб. | 77 | 25,7% |
| От 20 до 50 млн. руб. | 35 | 11,7% |
| От 50 до 100 млн. руб. | 9 | 3,0% |
| От 100 до 200 млн. руб. | 7 | 2,3% |
| От 200 до 400 млн. руб. | 1 | 0,3% |
| Более 400 млн. руб. | – | – |
| Отказ от ответа | 8 | 2,7% |
| Нет ответа | 11 | 3,7% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% |

Таблица 47. К какой категории предприятий Вы бы скорее отнесли свой бизнес с точки зрения рынка, на котором Вы в основном работаете? (Вопрос 19)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Малое | 247 | 82,3% | 259 | 86,3% |
| Среднее | 48 | 16,0% | 38 | 12,7% |
| Крупное | 4 | 1,3% | 2 | 0,7% |
| Нет ответа | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 48. К какой категории предприятий Вы бы скорее отнесли свой бизнес с точки зрения темпов его развития? (Вопрос 20)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|--|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Стремительно развивающийся бизнес | 7 | 2,3% | 4 | 1,3% |
| Достаточно быстро развивающийся бизнес | 37 | 12,3% | 31 | 10,3% |
| Умеренно развивающийся бизнес | 227 | 75,7% | 185 | 61,7% |
| Бизнес в стадии спада | – | – | 78 | 26,0% |
| Другое | 25 | 8,3% | – | – |
| Нет ответа | 4 | 1,3% | 2 | 0,7% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 49. Осуществляло ли Ваше предприятие реинвестиции прибыли в собственное развитие в указанные годы? (Вопрос 21)

| | | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|--|-----------------|------------|---------|------------|---------|
| | | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Реинвестиции прибыли в собственное развитие. 2002 год | Да | 91 | 30,3% | – | – |
| | Нет | 31 | 10,3% | – | – |
| | Отказ от ответа | 3 | 1,0% | – | – |
| | Нет ответа | 175 | 58,3% | – | – |
| База: все респонденты | | 300 | 100% | – | – |
| Реинвестиции прибыли в собственное развитие. 2003 год | Да | 103 | 34,3% | – | – |
| | Нет | 38 | 12,7% | – | – |
| | Отказ от ответа | 1 | 0,3% | – | – |
| | Нет ответа | 158 | 52,7% | – | – |
| База: все респонденты | | 300 | 100% | – | – |
| Реинвестиции прибыли в собственное развитие. 2004 год | Да | 126 | 42,0% | 114 | 38,0% |
| | Нет | 42 | 14,0% | 66 | 22,0% |
| | Отказ от ответа | 1 | 0,3% | – | – |
| | Нет ответа | 131 | 43,7% | 120 | 40,0% |
| База: все респонденты | | 300 | 100% | 300 | 100,0% |
| Реинвестиции прибыли в собственное развитие. 2005 год | Да | 141 | 47,0% | 126 | 42,0% |
| | Нет | 60 | 20,0% | 71 | 23,7% |
| | Отказ от ответа | 1 | 0,3% | – | – |
| | Нет ответа | 98 | 32,7% | 103 | 34,3% |
| База: все респонденты | | 300 | 100% | 300 | 100,0% |
| Реинвестиции прибыли в собственное развитие. 2006 год | Да | 162 | 54,0% | 144 | 48,0% |
| | Нет | 66 | 22,0% | 88 | 29,3% |
| | Отказ от ответа | 1 | 0,3% | – | – |
| | Нет ответа | 71 | 23,7% | 68 | 22,7% |
| База: все респонденты | | 300 | 100% | 300 | 100,0% |
| Реинвестиции прибыли в собственное развитие. 2007 год | Да | 144 | 48,0% | 173 | 57,7% |
| | Нет | 64 | 21,3% | 100 | 33,3% |
| | Отказ от ответа | 1 | 0,3% | – | – |
| | Нет ответа | 91 | 30,3% | 27 | 9,0% |
| База: все респонденты | | 300 | 100% | 300 | 100,0% |
| Реинвестиции прибыли в собственное развитие. 2008 год | Да | – | – | 176 | 58,7% |
| | Нет | – | – | 116 | 38,7% |
| | Отказ от ответа | – | – | – | – |
| | Нет ответа | – | – | 8 | 2,7% |
| База: все респонденты | | – | – | 300 | 100,0% |
| Реинвестиции прибыли в собственное развитие. 2009 год | Да | – | – | 105 | 35,0% |
| | Нет | – | – | 187 | 62,3% |
| | Отказ от ответа | – | – | – | – |
| | Нет ответа | – | – | 8 | 2,7% |
| База: все респонденты | | – | – | 300 | 100,0% |

Таблица 50. Как бы вы оценили степень финансовых (кредитных) рисков Вашего предприятия в настоящий момент? (Вопрос 23)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Очень высокая | 15 | 5,0% | 29 | 9,7% |
| Высокая | 68 | 22,7% | 74 | 24,7% |
| Умеренная | 143 | 47,7% | 118 | 39,3% |
| Низкая | 49 | 16,3% | 46 | 15,3% |
| Очень низкая | 20 | 6,7% | 27 | 9,0% |
| Отказ от ответа | 2 | 0,7% | – | – |
| Нет ответа | 3 | 1,0% | 6 | 2,0% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 51. Есть ли на Вашем предприятии наемные работники с управленческими функциями? (Вопрос 24)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Да | 151 | 50,3% | 126 | 42,0% |
| Нет | 147 | 49,0% | 173 | 57,7% |
| Нет ответа | 2 | 0,7% | 1 | 0,3% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 52. Планируете ли Вы в перспективе наем (дополнительного) управленческого персонала? (Вопрос 25)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Да | 92 | 30,7% | 52 | 17,3% |
| Нет | 203 | 67,7% | 241 | 80,3% |
| Отказ от ответа | 2 | 0,7% | – | – |
| Нет ответа | 3 | 1,0% | 7 | 2,3% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 53. Как бы Вы оценили степень детальности регламентации действий Ваших сотрудников? (Вопрос 26.1)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Очень высокая | 10 | 3,3% | 18 | 6,0% |
| Высокая | 94 | 31,3% | 90 | 30,0% |
| Умеренная | 156 | 52,0% | 162 | 54,0% |
| Низкая | 26 | 8,7% | 26 | 8,7% |
| Очень низкая | 5 | 1,7% | 1 | 0,3% |
| Нет ответа | 9 | 3,0% | 3 | 1,0% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 54. Как бы Вы оценили степень контроля над действиями сотрудников? (Вопрос 26.2)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Очень высокая | 17 | 5,7% | 24 | 8,0% |
| Высокая | 118 | 39,3% | 101 | 33,7% |
| Умеренная | 139 | 46,3% | 144 | 48,0% |
| Низкая | 13 | 4,3% | 26 | 8,7% |
| Очень низкая | 4 | 1,3% | 2 | 0,7% |
| Нет ответа | 9 | 3,0% | 3 | 1,0% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 55. Как бы Вы оценили степень склонности к риску Вашего предприятия? (Вопрос 27.1)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Очень высокая | 9 | 3,0% | 7 | 2,3% |
| Высокая | 54 | 18,0% | 56 | 18,7% |
| Умеренная | 146 | 48,7% | 134 | 44,7% |
| Низкая | 67 | 22,3% | 80 | 26,7% |
| Очень низкая | 19 | 6,3% | 22 | 7,3% |
| Отказ от ответа | 2 | 0,7% | — | — |
| Нет ответа | 3 | 1,0% | 1 | 0,3% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 56. Как бы Вы оценили степень склонности к инновационной активности Вашего предприятия? (Вопрос 27.2)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Очень высокая | 25 | 8,3% | 18 | 6,0% |
| Высокая | 67 | 22,3% | 66 | 22,0% |
| Умеренная | 141 | 47,0% | 132 | 44,0% |
| Низкая | 44 | 14,7% | 67 | 22,3% |
| Очень низкая | 9 | 3,0% | 14 | 4,7% |
| Отказ от ответа | 2 | 0,7% | – | – |
| Нет ответа | 12 | 4,0% | 3 | 1,0% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 57. Оцените степень доступности заемных финансовых средств для Вашего предприятия (Вопрос 28)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Очень высокая | 15 | 5,0% | 4 | 1,3% |
| Высокая | 40 | 13,3% | 24 | 8,0% |
| Умеренная | 135 | 45,0% | 103 | 34,3% |
| Низкая | 66 | 22,0% | 110 | 36,7% |
| Очень низкая | 25 | 8,3% | 48 | 16,0% |
| Нет ответа | 19 | 6,3% | 9 | 3,0% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 58. Испытывает ли Ваше предприятие в настоящее время потребности в перечисленных ниже областях? (Вопрос 29.1)

| | | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|--|------------|------------|---------|------------|---------|
| | | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Потребности в подборе персонала | Да | 161 | 53,7% | 107 | 35,7% |
| | Нет | 137 | 45,7% | 192 | 64,0% |
| | Нет ответа | 2 | 0,7% | 1 | 0,3% |
| База: все респонденты | | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |
| Потребности в доступе к производственным площадям | Да | 83 | 27,7% | 80 | 26,7% |
| | Нет | 205 | 68,3% | 215 | 71,7% |
| | Нет ответа | 12 | 4,0% | 5 | 1,7% |
| База: все респонденты | | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |
| Потребности в государственной поддержке малого предпринимательства | Да | 193 | 64,3% | 179 | 59,7% |
| | Нет | 94 | 31,3% | 115 | 38,3% |
| | Нет ответа | 13 | 4,3% | 6 | 2,0% |
| База: все респонденты | | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |
| Потребности в обучении или повышении квалификации персонала | Да | 159 | 53,0% | 110 | 36,7% |
| | Нет | 133 | 44,3% | 187 | 62,3% |
| | Нет ответа | 8 | 2,7% | 3 | 1,0% |
| База: все респонденты | | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |
| Потребности в доступе к заемным финансовым средствам | Да | – | – | 149 | 49,7% |
| | Нет | – | – | 144 | 48,0% |
| | Нет ответа | – | – | 7 | 2,4% |
| База: все респонденты | | – | – | 300 | 100,0% |

Таблица 59. Испытывает ли Ваше предприятие в настоящее время проблемы в перечисленных ниже областях (Вопрос 29.2)

| | | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|---|------------|------------|---------|------------|---------|
| | | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Проблемы в подборе персонала | Да | 143 | 47,7% | 98 | 32,7% |
| | Нет | 130 | 43,3% | 192 | 64,0% |
| | Нет ответа | 27 | 9,0% | 10 | 3,3% |
| База: все респонденты | | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |
| Проблемы в доступе к производственным площадям | Да | 73 | 24,3% | 68 | 22,7% |
| | Нет | 182 | 60,7% | 218 | 72,7% |
| | Нет ответа | 45 | 15,0% | 14 | 4,6% |
| База: все респонденты | | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |
| Проблемы в государственной поддержке малого предпринимательства | Да | 156 | 52,0% | 146 | 48,7% |
| | Нет | 111 | 37,0% | 146 | 48,7% |
| | Нет ответа | 33 | 11,0% | 8 | 2,7% |
| База: все респонденты | | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |
| Проблемы в обучении или повышении квалификации персонала | Да | 88 | 29,3% | 68 | 22,7% |
| | Нет | 185 | 61,7% | 220 | 73,3% |
| | Нет ответа | 27 | 9,0% | 12 | 4,0% |
| База: все респонденты | | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |
| Проблемы в доступе к заемным финансовым средствам | Да | – | – | 137 | 45,7% |
| | Нет | – | – | 150 | 50,0% |
| | Нет ответа | – | – | 13 | 4,4% |
| База: все респонденты | | – | – | 300 | 100,0% |

Таблица 60. Как бы вы оценили, с точки зрения роста Вашего бизнеса, влияние, оказываемое деятельностью следующих субъектов? (Вопрос 30)

| | | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|---------------------------------------|----------------------------|------------|---------|------------|---------|
| | | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Влияние контролирующих органов | Исключительно негативное | 39 | 13,0% | 34 | 11,3% |
| | Скорее негативное | 124 | 41,3% | 140 | 46,7% |
| | Скорее позитивное | 70 | 23,3% | 54 | 18,0% |
| | Исключительно позитивное | 8 | 2,7% | 9 | 3,0% |
| | Влияние вообще отсутствует | 46 | 15,3% | 54 | 18,0% |
| | Отказ от ответа | 4 | 1,3% | – | – |
| | Нет ответа | 9 | 3,0% | 9 | 3,0% |
| База: все респонденты | | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |
| Влияние конкурентов | Исключительно негативное | 38 | 12,7% | 30 | 10,0% |
| | Скорее негативное | 113 | 37,7% | 125 | 41,7% |
| | Скорее позитивное | 74 | 24,7% | 57 | 19,0% |
| | Исключительно позитивное | 5 | 1,7% | 8 | 2,7% |
| | Влияние вообще отсутствует | 59 | 19,7% | 67 | 22,3% |
| | Отказ от ответа | 3 | 1,0% | 1 | ,3% |
| | Нет ответа | 8 | 2,7% | 12 | 4,0% |
| База: все респонденты | | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |
| Влияние крупного бизнеса | Исключительно негативное | 33 | 11,0% | 29 | 9,7% |
| | Скорее негативное | 70 | 23,3% | 80 | 26,7% |
| | Скорее позитивное | 49 | 16,3% | 35 | 11,7% |
| | Исключительно позитивное | 8 | 2,7% | 7 | 2,3% |
| | Влияние вообще отсутствует | 125 | 41,7% | 139 | 46,3% |
| | Отказ от ответа | 3 | 1,0% | – | – |
| | Нет ответа | 12 | 4,0% | 10 | 3,4% |
| База: все респонденты | | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 60. Продолжение

| | | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|--|----------------------------|------------|---------|------------|---------|
| | | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Влияние профсоюзов | Исключительно негативное | 3 | 1,0% | 1 | 0,3% |
| | Скорее негативное | 3 | 1,0% | 12 | 4,0% |
| | Скорее позитивное | 11 | 3,7% | 22 | 7,3% |
| | Исключительно позитивное | 3 | 1,0% | 10 | 3,3% |
| | Влияние вообще отсутствует | 267 | 89,0% | 247 | 82,3% |
| | Отказ от ответа | 4 | 1,3% | – | – |
| | Нет ответа | 9 | 3,0% | 8 | 2,6% |
| База: все респонденты | | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |
| Влияние предпринимательских объединений | Исключительно негативное | 1 | 0,3% | 3 | 1,0% |
| | Скорее негативное | 5 | 1,7% | 16 | 5,3% |
| | Скорее позитивное | 32 | 10,7% | 40 | 13,3% |
| | Исключительно позитивное | 14 | 4,7% | 18 | 6,0% |
| | Влияние вообще отсутствует | 231 | 77,0% | 214 | 71,3% |
| | Отказ от ответа | 4 | 1,3% | – | – |
| | Нет ответа | 13 | 4,3% | 9 | 2,6% |
| База: все респонденты | | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 61. Какие системы (режимы) налогообложения использует Ваше предприятие в настоящее время? (Вопрос 31)

| | | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|---|------------|------------|---------|------------|---------|
| | | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Общая система налогообложения | Да | 151 | 50,3% | 135 | 45,0% |
| | Нет | 147 | 49,0% | 110 | 36,7% |
| | Нет ответа | 2 | 0,7% | 55 | 18,2% |
| База: все респонденты | | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |
| Упрощенная система налогообложения | Да | 106 | 35,3% | 123 | 41,0% |
| | Нет | 192 | 64,0% | 126 | 42,0% |
| | Нет ответа | 2 | 0,7% | 51 | 17,0% |
| База: все респонденты | | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |
| Система единого налога вмененный доход (ЕНВД) | Да | 51 | 17,0% | 52 | 17,3% |
| | Нет | 247 | 82,3% | 170 | 56,7% |
| | Нет ответа | 2 | 0,7% | 78 | 26,0% |
| База: все респонденты | | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 62. Как бы Вы охарактеризовали текущее состояние спроса на рынке Вашей продукции? (Вопрос 32)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|---|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Спрос постоянно и быстро растет | 78 | 26,0% | 27 | 9,0% |
| Спрос растет с затухающими темпами | 56 | 18,7% | 64 | 21,3% |
| Спрос на продукцию стабильный и его увеличения в ближайшей перспективе не предвидится | 17 | 5,7% | 37 | 12,3% |
| Спрос на продукцию падает | 106 | 35,3% | 86 | 28,7% |
| Рост спроса возможен только за счет диверсификации предприятия или выхода на региональные рынки | 27 | 9,0% | 74 | 24,7% |
| Другое | 16 | 5,3% | 9 | 3,0% |
| Нет ответа | – | – | 3 | 1,0% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 63. Как бы Вы охарактеризовали состояние рынка Вашей продукции? (Вопрос 33)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Рынок сформирован | 212 | 70,7% | 235 | 78,3% |
| Рынок не сформирован | 68 | 22,7% | 52 | 17,3% |
| Другое | 14 | 4,7% | – | – |
| Нет ответа | 6 | 2,0% | 13 | 4,3% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 64. Оцените, как часто на рынке, где Вы работаете, появляются новые малые предприятия (Вопрос 34)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Очень часто | 14 | 4,7% | 30 | 10,0% |
| Часто | 63 | 21,0% | 64 | 21,3% |
| Периодически | 109 | 36,3% | 105 | 35,0% |
| Редко | 56 | 18,7% | 67 | 22,3% |
| Очень редко | 37 | 12,3% | 25 | 8,3% |
| Отказ от ответа | 1 | 0,3% | – | – |
| Нет ответа | 20 | 6,7% | 9 | 3,0% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 65. Как Вы считаете, по каким причинам отдельные предприниматели предпочитают строить свой бизнес по сетевому принципу (Вопрос 35)

| | Количество | % |
|--|------------|-------|
| Это позволяет обращаться за государственной поддержкой, оказываемой малым предприятиям | 67 | 22,3% |
| Это дает возможность применять специальные режимы налогообложения | 84 | 28,0% |
| Это дает возможность экономить на налогах | 120 | 40,0% |
| Это позволяет избегать повышенного внимания со стороны контролирующих органов | 85 | 28,3% |
| Это позволяет быть более гибким в плане ведения бизнеса | 149 | 49,7% |
| Это позволяет более оперативно решать проблемы с продажей / приобретением предприятий | 52 | 17,3% |
| Это позволяет систематизировать отношения в рамках сети предприятий различного профиля | 54 | 18,0% |
| Это позволяет создать более эффективные стимулы для роста каждой отдельной компании в сети | 55 | 18,3% |
| Другое | 7 | 2,3% |
| Нет ответа | 38 | 12,7% |
| База: все респонденты | 300 | |

Таблица 66. Как Вы считаете, по какой основной причине отдельные предприниматели предпочитают строить свой бизнес по сетевому принципу. Наиболее важная причина (Вопрос 35)

| | Количество | % |
|---|-------------------|----------|
| Позволяет обращаться за поддержкой | 14 | 4,7 |
| Дает возможность применять спецналоговые режимы | 10 | 3,3 |
| Дает возможность экономить на налогах | 53 | 17,7 |
| Позволяет избегать внимания контролирующих органов | 28 | 9,3 |
| Позволяет быть более гибким в плане ведения бизнеса | 92 | 30,7 |
| Позволяет решать проблемы с продажей/приобретением | 18 | 6,0 |
| Позволяет систематизировать отношения в рамках сети | 16 | 5,3 |
| Создает более эффективные стимулы для роста каждой компании | 22 | 7,3 |
| Другое | 7 | 2,3 |
| Нет ответа | 40 | 13,3 |
| База: все респонденты | 300 | 100,0 |

Таблица 67. Оцените, какова была динамика различных составляющих оборота такого типичного малого предприятия за последние 5 лет (Вопрос 36)

| Категория | %, не отражаемый в отчетности | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|--|------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| % оборота, не отраженный в отчетности, представляемой в налоговую инспекции и в другие уполномоченные органы | 0% | 28,4% | 29,6% | 32,8% | 34,6% | 36,8% |
| | 1–25% | 30,2% | 29,6% | 29,8% | 30,0% | 26,9% |
| | Больше 25% | 23,9% | 23,9% | 20,9% | 19,0% | 17,5% |
| | отказались / затруднились ответить | 17,6% | 17,0% | 16,6% | 16,5% | 18,8% |
| | средний % с учетом 0% | 17,3% | 16,7% | 14,7% | 13,8% | 12,9% |
| | средний % без учета 0% | 26,3% | 26,0% | 24,3% | 23,5% | 23,6% |
| % объема фактической оплаты труда, не отраженный в отчетности, представляемой в налоговую инспекцию и в другие уполномоченные органы | 0% | 27,4% | 27,2% | 31,5% | 35,7% | 37,9% |
| | 1–30% | 32,3% | 34,5% | 33,6% | 31,5% | 29,6% |
| | Больше 30% | 24,3% | 23,0% | 20,7% | 18,3% | 16,7% |
| | отказались / затруднились ответить | 15,9% | 15,3% | 14,1% | 14,5% | 15,8% |
| | средний % с учетом 0% | 22,0% | 21,4% | 19,5% | 17,6% | 16,9% |
| | средний % без учета 0% | 32,5 | 31,6% | 30,8% | 30, | 30,8% |
| % фактической арендной платы используемых помещений, не отраженный в отчетности | 0% | 43,4% | 42,7% | 44,9% | 47,1% | 48,7% |
| | 1–15% | 19,6% | 39,2% | 19,1% | 17,6% | 17,4% |
| | Больше 15% | 19,6% | 1,3% | 20,3% | 20,2% | 17,4% |
| | отказались / затруднились ответить | 17,4% | 16,7% | 15,7% | 15,1% | 16,5% |
| | средний % с учетом 0% | 11,4% | 12,2% | 11,4% | 10,8% | 10,0% |
| | средний % без учета 0% | 23,9% | 25,0% | 24,3% | 24,2% | 23,9% |
| % общей суммы платежей предприятия его поставщикам, не отраженный в отчетности | 0% | 47,0% | 46,2% | 45,9% | 48,1% | 48,7% |
| | 1–10% | 14,7% | 15,1% | 16,3% | 16,6% | 15,8% |
| | Больше 10% | 17,5% | 18,2% | 18,0% | 15,7% | 15,8% |
| | отказались / затруднились ответить | 20,7% | 20,4% | 19,7% | 19,6% | 19,7% |
| | средний % с учетом 0% | 9,5% | 9,3% | 8,8% | 8,3% | 8,3% |

Таблица 68. Известно ли Вам о следующих случаях, произошедших за последний год с малыми предприятиями, действующими на том же рынке, что и Ваше? Ликвидация предприятия (официальный порядок) (Вопрос 37)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Да | 99 | 33,0% | 120 | 40,0% |
| Нет | 163 | 54,3% | 173 | 57,7% |
| Отказ от ответа | 2 | 0,7% | – | – |
| Нет ответа | 36 | 12,0% | 7 | 2,4% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 69. Оцените, как часто происходили такие случаи. Ликвидация предприятия (официальный порядок) (Вопрос 37.1)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|--|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Очень часто | 6 | 6,1% | 6 | 5,0% |
| Часто | 7 | 7,1% | 34 | 28,3% |
| Периодически | 41 | 41,4% | 37 | 30,8% |
| Редко | 28 | 28,3% | 33 | 27,5% |
| Очень редко | 9 | 9,1% | 5 | 4,2% |
| Нет ответа | 8 | 8,1% | 5 | 4,1% |
| База: респонденты, которым известно о случаях ликвидации | 99 | 100,0% | 120 | 100,0% |

Таблица 70. Известно ли Вам о следующих случаях, произошедших за последний год с малыми предприятиями, действующими на том же рынке, что и Ваше? Фактическое прекращение деятельности без ликвидации в официальном порядке (Вопрос 37)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Да | 127 | 42,3% | 164 | 54,7% |
| Нет | 128 | 42,7% | 129 | 43,0% |
| Отказ от ответа | 1 | 0,3% | — | — |
| Нет ответа | 44 | 14,7% | 7 | 2,4% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 71. Оцените, как часто происходили такие случаи. Фактическое прекращение деятельности без ликвидации в официальном порядке (Вопрос 37.1)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|--|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Очень часто | 4 | 3,1% | 10 | 6,1% |
| Часто | 19 | 15,0% | 41 | 25,0% |
| Периодически | 55 | 43,3% | 70 | 42,7% |
| Редко | 27 | 21,3% | 30 | 18,3% |
| Очень редко | 11 | 8,7% | 8 | 4,9% |
| Нет ответа | 11 | 8,7% | 5 | 3,0% |
| База: респонденты, которым известно о случаях прекращения деятельности | 127 | 100,0% | 164 | 100,0% |

Таблица 72. Известно ли Вам о следующих случаях, произошедших за последний год с малыми предприятиями, действующими на том же рынке, что и Ваше? Банкротство (Вопрос 37)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Да | 86 | 28,7% | 111 | 37,0% |
| Нет | 169 | 56,3% | 183 | 61,0% |
| Отказ от ответа | 1 | 0,3% | – | – |
| Нет ответа | 44 | 14,7% | 6 | 2,0% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 73. Оцените, как часто происходили такие случаи. Банкротство (Вопрос 37.1)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|---|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Очень часто | 3 | 3,5% | 4 | 3,6% |
| Часто | 12 | 14,0% | 20 | 18,0% |
| Периодически | 22 | 25,6% | 47 | 42,3% |
| Редко | 34 | 39,5% | 31 | 27,9% |
| Очень редко | 10 | 11,6% | 5 | 4,5% |
| Нет ответа | 5 | 5,8% | 4 | 3,6% |
| База: респонденты, которым известно о случаях банкротства | 86 | 100,0% | 111 | 100,0% |

Таблица 74. Известно ли Вам о следующих случаях, произошедших за последний год с малыми предприятиями, действующими на том же рынке, что и Ваше? Поглощение другим предприятием (Вопрос 37)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Да | 125 | 41,7% | 114 | 38,0% |
| Нет | 129 | 43,0% | 178 | 59,3% |
| Отказ от ответа | 1 | 0,3% | – | – |
| Нет ответа | 45 | 15,0% | 8 | 2,7% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 75. Оцените, как часто происходили такие случаи. Поглощение другим предприятием (Вопрос 37.1)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|--|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Очень часто | 6 | 4,8% | 9 | 7,9% |
| Часто | 20 | 16,0% | 31 | 27,2% |
| Периодически | 40 | 32,0% | 40 | 35,1% |
| Редко | 39 | 31,2% | 26 | 22,8% |
| Очень редко | 14 | 11,2% | 4 | 3,5% |
| Нет ответа | 6 | 4,8% | 4 | 3,5% |
| База: респонденты, которым известно о случаях поглощения другим предприятием | 125 | 100,0% | 114 | 100,0% |

Таблица 76. Оцените приблизительно средний «возраст» предприятий на одном с рынке с Вашим (конкуренты, партнеры), прекративших существование в последние 2 года. (Вопрос 38)

| | Количество | Доля, % |
|-----------------------|------------|---------|
| От 0 до 2 лет | 48 | 16,0% |
| От 2 до 4х лет | 64 | 21,3% |
| От 4 до 7 лет | 81 | 27,0% |
| Старше 7 лет | 53 | 17,7% |
| Нет ответа | 54 | 18,0% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% |

Таблица 77. Что, на Ваш взгляд, является основной причиной прекращения деятельности малых предприятий на рынке, на котором работает ваше предприятие? (Вопрос 39)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|--|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Проблемы, вызванные целевым окружением (потребители, конкуренты, партнеры, инвесторы и т.п.) | 155 | 51,7% | 156 | 52,0% |
| Проблемы в управлении этими предприятиями | 64 | 21,3% | 65 | 21,7% |
| Проблемы, вызванные законодательством, отношения с властями | 59 | 19,7% | 39 | 13,0% |
| Личные причины | 23 | 7,7% | 25 | 8,3% |
| Другое | 16 | 5,3% | – | – |
| Отказ от ответа | 3 | 1,0% | – | – |
| Нет ответа | 31 | 10,3% | 15 | 5,0% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 78. После случаев приостановления / прекращения деятельности, известных Вам, предприниматели, как правило (Вопрос 40)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|----------------------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Продолжают бизнес в другой сфере | 137 | 45,7% | 111 | 37,0% |
| Продолжают бизнес в той же сфере | 67 | 22,3% | 82 | 27,3% |
| Уходят из бизнеса | 46 | 15,3% | 74 | 24,7% |
| Другое | 12 | 4,0% | – | – |
| Отказ от ответа | 6 | 2,0% | – | – |
| Нет ответа | 49 | 16,3% | 33 | 11,0% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 79. Какие меры применяются на Вашем предприятии для целей минимизации негативного влияния последствий финансово-экономического кризиса? (Вопрос 41)

| | Количество | % |
|---|------------|-------|
| Сокращение штата сотрудников | 103 | 34,3% |
| Предоставление части сотрудников неоплачиваемых отпусков | 71 | 23,7% |
| Сокращение заработных плат | 95 | 31,7% |
| Сокращение издержек на приобретение ресурсов и товаров за счет пересмотра контрактов с поставщиками | 83 | 27,7% |
| Сокращение издержек на приобретение ресурсов и товаров за счет смены поставщиков | 79 | 26,3% |
| Сокращение издержек за счет изменения закупаемых ресурсов и товаров | 84 | 28,0% |
| Сокращение инвестиционных затрат | 45 | 15,0% |
| Отказ от инвестиционных затрат | 38 | 12,7% |
| Сокращение затрат на аренду (смена помещений, отказ от отдельных арендуемых объектов недвижимости) | 64 | 21,3% |
| Сокращение прочих издержек (избавление от низкоэффективных затрат) | 103 | 34,3% |
| Сокращение объемов производства / торговли | 46 | 15,3% |
| Оптимизация налогообложения | 26 | 8,7% |
| Закрытие бизнеса | – | – |
| Интенсификация рекламы и маркетинга | 46 | 15,3% |
| Стимулирование спроса на продукцию за счет предоставления скидок | 72 | 24,0% |
| Поиск заемных финансовых ресурсов | 23 | 7,7% |
| Поиск стратегических инвесторов | 7 | 2,3% |
| Поиск покупателей бизнеса | 8 | 2,7% |
| Другое | 24 | 8,0% |
| Нет ответа | 9 | 3,0% |
| База: все респонденты | 300 | |

Таблица 80. Какие меры применяются на Вашем предприятии для целей минимизации негативного влияния последствий финансово-экономического кризиса?
Наиболее важная мера (Вопрос 41)

| | Количество | % |
|---|------------|--------|
| Сокращение штата сотрудников | 25 | 8,3% |
| Предоставление части сотрудников неоплачиваемых отпусков | 12 | 4,0% |
| Сокращение заработных плат | 19 | 6,3% |
| Сокращение издержек на приобретение ресурсов и товаров за счет пересмотра контрактов с поставщиками | 20 | 6,7% |
| Сокращение издержек на приобретение ресурсов и товаров за счет смены поставщиков | 27 | 9,0% |
| Сокращение издержек за счет изменения закупаемых ресурсов и товаров | 32 | 10,7% |
| Сокращение инвестиционных затрат | 9 | 3,0% |
| Отказ от инвестиционных затрат | 7 | 2,3% |
| Сокращение затрат на аренду (смена помещений, отказ от отдельных арендуемых объектов недвижимости) | 8 | 2,7% |
| Сокращение прочих издержек (избавление от низкоэффективных затрат) | 24 | 8,0% |
| Сокращение объемов производства / торговли | 16 | 5,3% |
| Оптимизация налогообложения | 9 | 3,0% |
| Закрытие бизнеса | - | - |
| Интенсификация рекламы и маркетинга | 17 | 5,7% |
| Стимулирование спроса на продукцию за счет предоставления скидок | 23 | 7,7% |
| Поиск заемных финансовых ресурсов | 7 | 2,3% |
| Поиск стратегических инвесторов | 3 | 1,0% |
| Поиск покупателей бизнеса | 3 | 1,0% |
| Другое | 22 | 7,3% |
| Отказ от ответа | 6 | 2,0% |
| Затрудились ответить | 11 | 3,7% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% |

Таблица 81. Есть ли у Вашего предприятия стратегические планы развития? (Вопрос 42)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Да | 225 | 75,0% | 191 | 63,7% |
| Нет | 74 | 24,7% | 107 | 35,7% |
| Нет ответа | 1 | 0,3% | 2 | 0,7% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 82. Как бы Вы оценили зависимость Ваших планов от внешних (неконтролируемых) факторов? (Вопрос 43)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|---------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Очень высокая | 46 | 15,3% | 70 | 23,3% |
| Высокая | 126 | 42,0% | 119 | 39,7% |
| Умеренная | 84 | 28,0% | 81 | 27,0% |
| Низкая | 22 | 7,3% | 15 | 5,0% |
| Очень низкая | 3 | 1,0% | 3 | 1,0% |

Таблица 83. Как бы Вы охарактеризовали потребности в получении дополнительного общего предпринимательского опыта? (Вопрос 44.1)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Достаточно высокие | 26 | 8,7% | 24 | 8,0% |
| Относительно высокие | 80 | 26,7% | 64 | 21,3% |
| Средние | 121 | 40,3% | 109 | 36,3% |
| Относительно низкие | 35 | 11,7% | 71 | 23,7% |
| Достаточно низкие | 31 | 10,3% | 28 | 9,3% |
| Нет ответа | 7 | 2,3% | 4 | 1,3% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 84. Как бы Вы охарактеризовали потребности в получении опыта работы непосредственно в той области, в которой Вы работаете? (Вопрос 44.2)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Достаточно высокие | 36 | 12,0% | 27 | 9,0% |
| Относительно высокие | 67 | 22,3% | 75 | 25,0% |
| Средние | 112 | 37,3% | 100 | 33,3% |
| Относительно низкие | 41 | 13,7% | 67 | 22,3% |
| Достаточно низкие | 32 | 10,7% | 29 | 9,7% |
| Нет ответа | 12 | 4,0% | 2 | 0,7% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 85. Оцените на примере Ваших партнеров, конкурентов какова значимость наличия личных связей для успешности деятельности предприятия. (Вопрос 45)

| | Количество | Доля, % |
|-------------------------|------------|---------|
| Влияет решающим образом | 94 | 31,3% |
| Высокая | 147 | 49,0% |
| Низкая | 35 | 11,7% |
| Совершенно не влияет | 20 | 6,7% |
| Нет ответа | 4 | 1,3% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% |

Таблица 86. Хотели бы Вы при условии хорошей инфраструктуры и благоприятной бизнес-среды в ближайшей перспективе (1–2 года) существенно расширить масштабы деятельности предприятия (Вопрос 46)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Да | 280 | 93,3% | 248 | 82,7% |
| Нет | 17 | 5,7% | 43 | 14,3% |
| Нет ответа | 3 | 1,0% | 9 | 3,0% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 87. Как Вы считаете, через какое время развитие российской экономики вернется на докризисный уровень? (Вопрос 47.1)

| | Количество | Доля, % |
|-----------------------|------------|---------|
| От 0 до 2 лет | 54 | 18,0% |
| От 2 до 3 лет | 57 | 19,0% |
| От 3 до 4 лет | 14 | 4,7% |
| От 4 до 7 лет | 87 | 29,0% |
| Больше 7 лет | 47 | 15,7% |
| Нет ответа | 41 | 13,7% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% |

Таблица 88. Какой срок потребуется для возвращения на докризисный уровень Вашему предприятию? (Вопрос 47.2)

| | Количество | Доля, % |
|-----------------------|------------|---------|
| От 0 до 1 лет | 53 | 17,7% |
| От 1 до 2 лет | 48 | 16,0% |
| От 2 до 3 лет | 48 | 16,0% |
| От 3 до 5 лет | 36 | 12,0% |
| Больше 5 лет | 23 | 7,7% |
| Нет ответа | 92 | 30,7% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% |

Таблица 89. Как Вы оцениваете возможности Вашего предприятия в ближайшей перспективе существенно расширить масштабы деятельности и вырасти из малого предпринимательства в среднее (Вопрос 48)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Очень высокие | 10 | 3,3% | 1 | 0,3% |
| Высокие | 58 | 19,3% | 33 | 11,0% |
| Средние | 131 | 43,7% | 99 | 33,0% |
| Низкие | 70 | 23,3% | 116 | 38,7% |
| Очень низкие | 25 | 8,3% | 42 | 14,0% |
| Нет ответа | 6 | 2,0% | 9 | 3,0% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 90. Согласен ли респондент в дальнейшем (в следующем году) участвовать в этом исследовании? (Вопрос 50)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Согласен | 215 | 71,7% | 236 | 78,7% |
| Не согласен | 47 | 15,7% | 29 | 9,7% |
| Не ответил | 36 | 12,0% | 28 | 9,3% |
| Другое | 2 | 0,7% | 6 | 2,0% |
| Нет ответа | – | – | 1 | 0,3% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 91. Численность сотрудников в 2007 (раунд 1) и 2009 (раунд 2) годах (вопрос 9.7)

| Человек | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| До 5 | 62 | 20,7% | 64 | 21,3% |
| 6–15 | 101 | 33,7% | 115 | 38,3% |
| 16–30 | 74 | 24,7% | 79 | 26,3% |
| 31–50 | 39 | 13,0% | 23 | 7,7% |
| 51–99 | 22 | 7,3% | 12 | 4,0% |
| Нет ответа | 2 | 0,7% | 1 | 0,3% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 92. Прирост оборота в 2007 (раунд 1) и 2009 (раунд 2) годах, в % (Вопрос 18.7)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|---------------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| Отрицательный или нулевой | 30 | 10,0% | 102 | 34,0% |
| 1–30 | 163 | 54,3% | 131 | 43,7% |
| 31–75 | 23 | 7,7% | 13 | 4,3% |
| 76–150 | 26 | 8,7% | 1 | 0,3% |
| Более 150 | 4 | 1,3% | – | – |
| Отказ от ответа | 7 | 2,3% | – | – |
| Нет ответа | 47 | 15,7% | 53 | 17,7% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 93. Доля реинвестируемой прибыли в 2007 (раунд 1) и 2009 (раунд 2) годах, в % (Вопрос 21.7)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| До 10% | 10 | 3,3% | 47 | 15,7% |
| 11–20% | 37 | 12,3% | 12 | 4,0% |
| 21–35% | 21 | 7,0% | 11 | 3,7% |
| 36–60% | 15 | 5,0% | 12 | 4,0% |
| 61–100% | 39 | 13,0% | 24 | 8,0% |
| Нет ответа | 177 | 59,0% | 194 | 64,7% |
| Отказ от ответа | 1 | 0,3% | 1 | 0,3% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 94. Горизонт планирования деятельности предприятия, в месяцах (Вопрос 22)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| До 6 месяцев | 47 | 15,7% | 148 | 49,3% |
| 6–12 месяцев | 62 | 20,7% | 105 | 35,0% |
| 1–2 года | 122 | 40,7% | 15 | 5,0% |
| 2–3 года | 5 | 1,7% | 5 | 1,7% |
| 3–5 лет | 11 | 3,7% | 3 | 1,0% |
| Нет ответа | 50 | 16,7% | 24 | 8,0% |
| Отказ от ответа | 3 | 1,0% | – | – |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Таблица 95. Время до появления на предприятии сотрудников с управленческими функциями с момента начала осуществления деятельности, в годах (Вопрос 24.2)

| | Раунд 1 | | Раунд 2 | |
|-----------------------|------------|---------|------------|---------|
| | Количество | Доля, % | Количество | Доля, % |
| До 1 года | 46 | 15,3% | 76 | 25,3% |
| 1–2 года | 34 | 11,3% | 15 | 5,0% |
| 2–3 года | 16 | 5,3% | 12 | 4,0% |
| 3–5 лет | 16 | 5,3% | 5 | 1,7% |
| 5–7 лет | 11 | 3,7% | 5 | 1,7% |
| 7–10 лет | 2 | 0,7% | 4 | 1,3% |
| Более 10 лет | 3 | 1,0% | 2 | 0,7% |
| Нет ответа | 172 | 57,3% | 181 | 60,3% |
| База: все респонденты | 300 | 100,0% | 300 | 100,0% |

Приложение 2. Статистические показатели секторов малого и среднего предпринимательства

Таблица 1. Количество малых предприятий в федеральных округах в 2006–2008 годах

| | 2006 | | 2007 | | 2008 | |
|-----------------------------------|---------------|------------|---------------|------------|---------------|------------|
| | Тыс. | % | Тыс. | % | Тыс. | % |
| Российская Федерация | 1032,8 | 100 | 1137,4 | 100 | 1335,0 | 100 |
| Центральный федеральный округ | 353,1 | 34,2 | 374,3 | 32,9 | 410,1 | 30,7 |
| Северо-Западный федеральный округ | 162,5 | 15,7 | 193,2 | 17,0 | 203,6 | 15,2 |
| Южный федеральный округ | 112 | 10,8 | 114,2 | 10,0 | 141,5 | 10,6 |
| Приволжский федеральный округ | 173,3 | 16,8 | 191,4 | 16,8 | 248,4 | 18,6 |
| Уральский федеральный округ | 75,9 | 7,3 | 81,2 | 7,1 | 92,1 | 6,9 |
| Сибирский федеральный округ | 111,3 | 10,8 | 130,4 | 11,5 | 184,4 | 13,8 |
| Дальневосточный федеральный округ | 44,8 | 4,3 | 52,7 | 4,6 | 55,0 | 4,1 |

Таблица 2. Прирост количества малых предприятий в 2006–2008 годах

| | 2006 к 2005 | 2007 к 2006 | 2008 к 2007 |
|-----------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| | % | % | % |
| Российская Федерация | 5,5 | 10,1 | 17,4 |
| Центральный федеральный округ | 4,7 | 6,0 | 9,6 |
| Северо-Западный федеральный округ | –0,5 | 18,9 | 5,4 |
| Южный федеральный округ | 2,4 | 2,0 | 23,9 |
| Приволжский федеральный округ | 7,9 | 10,4 | 29,8 |
| Уральский федеральный округ | 14,5 | 7,0 | 13,4 |
| Сибирский федеральный округ | 7,1 | 17,2 | 41,4 |
| Дальневосточный федеральный округ | 16,7 | 17,6 | 4,3 |

Таблица 3. Количество малых предприятий на 1000 человек населения в 2006–2008 годах⁵⁰

| | 2006 | 2007 | 2008 |
|-----------------------------------|------------|------------|------------|
| Российская Федерация | 7,2 | 8,0 | 9,4 |
| Центральный федеральный округ | 9,5 | 10,1 | 11,0 |
| Северо-Западный федеральный округ | 11,9 | 14,3 | 15,1 |
| Южный федеральный округ | 4,9 | 5,0 | 6,2 |
| Приволжский федеральный округ | 5,7 | 6,3 | 8,2 |
| Уральский федеральный округ | 6,2 | 6,6 | 7,5 |
| Сибирский федеральный округ | 5,7 | 6,7 | 9,4 |
| Дальневосточный федеральный округ | 6,8 | 8,1 | 8,5 |

⁵⁰ Рассчитано исходя из численности населения на 1 января 2008 г.

Таблица 4. Количество малых предприятий по видам экономической деятельности в 2006–2008 годах

| | 2006 | | 2007 | | 2008 ⁵¹ | |
|--|---------------|------------|---------------|------------|--------------------|------------|
| | Тыс. | % | Тыс. | % | Тыс. | % |
| Всего | 1032,8 | 100 | 1137,4 | 100 | 282,7 | 100 |
| Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство | 28,9 | 2,8 | 29,4 | 2,6 | 16,4 | 5,8 |
| Рыболовство, рыбоводство | 2,4 | 0,2 | 2,5 | 0,2 | 0,9 | 0,3 |
| Добыча полезных ископаемых | 4,1 | 0,4 | 4,5 | 0,4 | 1,2 | 0,4 |
| Обрабатывающие производства | 123,4 | 12,0 | 128,6 | 11,3 | 42,5 | 15,0 |
| Производство и распределение электроэнергии, газа и воды | 4,1 | 0,4 | 4,9 | 0,4 | 2,4 | 0,9 |
| Строительство | 117,1 | 11,3 | 130,7 | 11,5 | 37,9 | 13,4 |
| Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования | 464,6 | 45,0 | 510,6 | 44,9 | 83,9 | 29,7 |
| Гостиницы и рестораны | 20,8 | 2,0 | 29,7 | 2,6 | 8,7 | 3,1 |
| Транспорт и связь | 50,3 | 4,9 | 57,3 | 5,0 | 17,0 | 6,0 |
| Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг | 163,3 | 15,8 | 181,3 | 15,9 | 55,1 | 19,5 |
| Образование | 2,7 | 0,3 | 2,7 | 0,2 | 0,7 | 0,2 |
| Здравоохранение и предоставление социальных услуг | 10,8 | 1,0 | 11,6 | 1,0 | 4,1 | 1,4 |
| Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг | 25,3 | 2,4 | 27,2 | 2,4 | 7,8 | 2,8 |

⁵¹ Без учета микропредприятий.

Таблица 5. Прирост количества малых предприятий в различных видах экономической деятельности в 2006–2007 годах

| | 2006 к 2005 % | 2007 к 2006 % |
|--|--------------------------|--------------------------|
| Всего | 5,5 | 10,1 |
| Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство | 7,8 | 1,7 |
| Рыболовство, рыбоводство | 9,1 | 4,2 |
| Добыча полезных ископаемых | 13,9 | 9,8 |
| Обрабатывающие производства | 2,8 | 4,2 |
| Производство и распределение электроэнергии, газа и воды | 41,4 | 19,5 |
| Строительство | 7,1 | 11,6 |
| Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования | 3,5 | 9,9 |
| Гостиницы и рестораны | 4,5 | 42,8 |
| Транспорт и связь | 13,5 | 13,9 |
| Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг | 7,5 | 11,0 |
| Образование | 0 | 0 |
| Здравоохранение и предоставление социальных услуг | 2,9 | 7,4 |
| Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг | 7,2 | 7,5 |

Таблица 6. Численность работников списочного состава малых предприятий (без внешних совместителей) в 2006–2008 годах

| | 2006 | 2007 | 2008 |
|--|-------------|-------------|-------------|
| Среднесписочная численность работников (без внешних совместителей), тыс. человек | 8582,8 | 9239,2 | 11341,6 |

Таблица 7. Численность работников списочного состава малых предприятий (без внешних совместителей) в федеральных округах в 2006–2008 годах

| | 2006 | | 2007 | | 2008 | |
|-----------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|---------------|
| | Тыс. чел. | В ср. на 1 МП | Тыс. чел. | В ср. на 1 МП | Тыс. чел. | В ср. на 1 МП |
| Российская Федерация | 8582,8 | 8,3 | 9239,2 | 8,1 | 10366,4 | 7,8 |
| Центральный федеральный округ | 3094,2 | 8,8 | 3339,1 | 8,9 | 3576,2 | 8,7 |
| Северо-Западный федеральный округ | 1186,1 | 7,3 | 1221,6 | 6,3 | 1230,0 | 6,0 |
| Южный федеральный округ | 870,3 | 7,8 | 929,0 | 8,1 | 1165,3 | 8,2 |
| Приволжский федеральный округ | 1693,9 | 9,8 | 1844,9 | 9,6 | 2178,0 | 8,8 |
| Уральский федеральный округ | 585,7 | 7,7 | 649,9 | 8,0 | 699,1 | 7,6 |
| Сибирский федеральный округ | 831,0 | 7,5 | 906,5 | 7,0 | 1136,9 | 6,2 |
| Дальневосточный федеральный округ | 321,6 | 7,2 | 348,2 | 6,6 | 381,0 | 6,9 |

Таблица 8. Динамика численности работников списочного состава малых предприятий (без внешних совместителей) по федеральным округам в 2006–2008 годах

| | 2006 к 2005 % | 2007 к 2006 % | 2008 к 2007 % |
|-----------------------------------|------------------|------------------|------------------|
| Российская Федерация | 6% | 7,6% | 12,2% |
| Центральный федеральный округ | 4,7% | 7,9% | 7,1% |
| Северо-Западный федеральный округ | 3% | 3,0% | 0,7% |
| Южный федеральный округ | 5,4% | 6,7% | 25,4% |
| Приволжский федеральный округ | 10,7% | 8,9% | 18,1% |
| Уральский федеральный округ | 2,1% | 11,0% | 7,6% |
| Сибирский федеральный округ | 10,2% | 9,1% | 25,4% |
| Дальневосточный федеральный округ | 4,9% | 8,3% | 9,4% |

Таблица 9. Численность работников списочного состава малых предприятий (без внешних совместителей) по видам экономической деятельности в 2006–2007 годах

| | 2006 | | 2007 | | |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------------|
| | Тыс. чел. | В ср. на 1 МП | Тыс. чел. | В ср. на 1 МП | Прирост в % к 2007 |
| Всего | 8582,8 | 8,3 | 9239,2 | 8,1 | 7,6 |
| Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство | 311,4 | 10,8 | 316,8 | 10,8 | 1,7 |
| Рыболовство, рыбоводство | 24,3 | 10,1 | 25,6 | 10,2 | 5,3 |
| Добыча полезных ископаемых | 43,3 | 10,6 | 44,7 | 9,9 | 3,2 |
| Обрабатывающие производства | 1726,4 | 14,0 | 1812,9 | 14,1 | 5,0 |
| Производство и распределение электроэнергии, газа и воды | 51,8 | 12,6 | 65,1 | 13,3 | 25,7 |
| Строительство | 1488,8 | 12,7 | 1625,5 | 12,4 | 9,2 |
| Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования | 2741,8 | 5,9 | 3009,5 | 5,9 | 9,8 |
| Гостиницы и рестораны | 170,4 | 8,2 | 265,6 | 8,9 | 55,9 |
| Транспорт и связь | 460 | 9,1 | 487,3 | 8,5 | 5,9 |
| Финансовая деятельность | 1162 | 7,1 | 1208,2 | 6,7 | 4,0 |
| Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг | 10,7 | 4,0 | 12,6 | 4,7 | 17,8 |
| Образование | 100,3 | 9,3 | 106 | 9,1 | 5,7 |
| Здравоохранение и предоставление социальных услуг | 218,7 | 8,6 | 201,1 | 7,4 | -8,0 |
| Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг | 8582,8 | 8,3 | 9239,2 | 8,1 | 7,6 |

Таблица 10. Доля убыточных предприятий в 2006–2007 годах

| | 2006 | | 2007 | |
|--|-------------|-------------------|-------------|-------------------|
| | Малые | Средние и крупные | Малые | Средние и крупные |
| Всего | 28,3 | 32,5 | 21,8 | 25,5 |
| Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство | 34,8 | 35,9 | 26,8 | 25,6 |
| Рыболовство, рыбоводство | 44,2 | 38,3 | 36,0 | 30,8 |
| Добыча полезных ископаемых | 45,4 | 39,0 | 38,5 | 31,9 |
| Обрабатывающие производства | 30,4 | 32,7 | 22,9 | 26,2 |
| Производство и распределение электроэнергии, газа и воды | 33,8 | 50,5 | 26,5 | 43,7 |
| Строительство | 28,7 | 28,0 | 21,2 | 20,4 |
| Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования | 24,8 | 22,7 | 18,7 | 19,2 |
| Гостиницы и рестораны | 29,9 | 26,2 | 24,9 | 21,5 |
| Транспорт и связь | 33,8 | 39,0 | 25,7 | 31,0 |
| Финансовая деятельность | 33,9 | 32,4 | 31,8 | 29 |
| Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг | 32,8 | 33,2 | 26,0 | 26,2 |
| Образование | 29,6 | 30,7 | 24,1 | 21,0 |
| Здравоохранение и предоставление социальных услуг | 31,6 | 27,5 | 27,3 | 23,2 |
| Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг | 33,8 | 28,6 | 34,1 | 26,8 |

Таблица 11. Доля малых предприятий в основных экономических показателях

| | 2006 | 2007 | 2008 |
|-------------------------------------|------|--------------------|------|
| Доля в общем обороте организаций, % | 26,3 | 26,6 | 25,6 |
| Доля в ВВП, % | 11,6 | 17,0 ⁵² | 21,0 |
| Инвестиции в основной капитал, % | 3,6 | 3,9 | 5,4 |

⁵² По данным Минэкономразвития России

Таблица 12. Количество средних предприятий в федеральных округах в 2008 – 3 квартале 2009 года

| | 1 квартал 2008 | | 2 квартал 2008 | | 3 квартал 2008 | | 4 квартал 2008 | | 1 квартал 2009 | | 2 квартал 2009 | | 3 квартал 2009 | |
|-----------------------------------|----------------|------------|----------------|------------|----------------|------------|----------------|------------|----------------|------------|----------------|------------|----------------|------------|
| | Ед. | % | Ед. | % | Ед. | % | Ед. | % | Ед. | % | Ед. | % | Ед. | % |
| Российская Федерация | 16736 | 100 | 17175 | 100 | 17662 | 100 | 17971 | 100 | 17195 | 100 | 17476 | 100 | 17723 | 100 |
| Центральный федеральный округ | 4599 | 27,5 | 4328 | 25,2 | 4499 | 25,5 | 4578 | 25,5 | 4455 | 25,9 | 4582 | 26,2 | 4716 | 26,6 |
| Северо-Западный федеральный округ | 1649 | 9,9 | 1659 | 9,7 | 1677 | 9,5 | 1688 | 9,4 | 1721 | 10,0 | 1790 | 10,2 | 1816 | 10,2 |
| Южный федеральный округ | 2036 | 12,2 | 2156 | 12,6 | 2203 | 12,5 | 2238 | 12,5 | 2226 | 12,9 | 2323 | 13,3 | 2367 | 13,4 |
| Приволжский федеральный округ | 3974 | 23,7 | 4168 | 24,3 | 4267 | 24,2 | 4334 | 24,1 | 4213 | 24,5 | 3945 | 22,6 | 3993 | 22,5 |
| Уральский федеральный округ | 1269 | 7,6 | 1308 | 7,6 | 1337 | 7,6 | 1367 | 7,6 | 1349 | 7,8 | 1417 | 8,1 | 1450 | 8,2 |
| Сибирский федеральный округ | 2539 | 15,2 | 2830 | 16,5 | 2923 | 16,5 | 2978 | 16,6 | 2581 | 15,0 | 2741 | 15,7 | 2689 | 15,2 |
| Дальневосточный федеральный округ | 670 | 4,0 | 726 | 4,2 | 756 | 4,3 | 788 | 4,4 | 650 | 3,8 | 678 | 3,9 | 692 | 3,9 |

Таблица 13. Прирост количества средних предприятий в 1–3 квартале 2009 года

| | 1 квартал 2009 к 1 кварталу 2008, % | 2 квартал 2009 к 2 кварталу 2008, % | 3 квартал 2009 к 3 кварталу 2008, % |
|-----------------------------------|--|--|--|
| Российская Федерация | 2,7 | 1,8 | 0,3 |
| Центральный федеральный округ | -3,1 | 5,9 | 4,8 |
| Северо-Западный федеральный округ | 4,4 | 7,9 | 8,3 |
| Южный федеральный округ | 9,3 | 7,7 | 7,4 |
| Приволжский федеральный округ | 6,0 | -5,4 | -6,4 |
| Уральский федеральный округ | 6,3 | 8,3 | 8,5 |
| Сибирский федеральный округ | 1,7 | -3,1 | -8,0 |
| Дальневосточный федеральный округ | -3,0 | -6,6 | -8,5 |

Таблица 14. Количество средних предприятий по видам экономической деятельности в 2008 – 3 квартале 2009 года

| | 1 квартал 2008 | | 2 квартал 2008 | | 3 квартал 2008 | | 4 квартал 2008 | | 1 квартал 2009 | | 2 квартал 2009 | | 3 квартал 2009 | |
|--|----------------|------------|----------------|------------|----------------|------------|----------------|------------|----------------|------------|----------------|------------|----------------|------------|
| | Ед. | % | Ед. | % | Ед. | % | Ед. | % | Ед. | % | Ед. | % | Ед. | % |
| Всего | 16736 | 100 | 17175 | 100 | 17662 | 100 | 17971 | 100 | 17195 | 100 | 17476 | 100 | 17723 | 100 |
| Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство | 3837 | 22,9 | 3923 | 22,8 | 3971 | 22,5 | 3990 | 22,2 | 3477 | 20,2 | 3521 | 20,1 | 3559 | 20,1 |
| Рыболовство, рыболовство | 76 | 0,5 | 76 | 0,4 | 76 | 0,4 | 76 | 0,4 | 75 | 0,4 | 78 | 0,4 | 77 | 0,4 |
| Добыча полезных ископаемых | 190 | 1,1 | 212 | 1,2 | 218 | 1,2 | 232 | 1,3 | 230 | 1,3 | 254 | 1,5 | 267 | 1,5 |
| Обрабатывающие производства | 3547 | 21,2 | 3649 | 21,2 | 3737 | 21,2 | 3772 | 21,0 | 3870 | 22,5 | 3939 | 22,5 | 3992 | 22,5 |
| Производство и распределение электроэнергии, газа и воды | 313 | 1,9 | 343 | 2,0 | 368 | 2,1 | 384 | 2,1 | 350 | 2,0 | 363 | 2,1 | 396 | 2,2 |
| Строительство | 1867 | 11,2 | 1998 | 11,6 | 2094 | 11,9 | 2180 | 12,1 | 1998 | 11,6 | 2174 | 12,4 | 2245 | 12,7 |
| Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования | 3001 | 17,9 | 3161 | 18,4 | 3247 | 18,4 | 3314 | 18,4 | 3701 | 21,5 | 3925 | 22,5 | 4087 | 23,1 |
| Гостиницы и рестораны | 284 | 1,7 | 309 | 1,8 | 330 | 1,9 | 333 | 1,9 | 265 | 1,5 | 269 | 1,5 | 271 | 1,5 |
| Транспорт и связь | 721 | 4,3 | 755 | 4,4 | 786 | 4,5 | 800 | 4,5 | 839 | 4,9 | 876 | 5,0 | 888 | 5,0 |
| Финансовая деятельность | 1 | 0,0 | 1 | 0,0 | 1 | 0,0 | 1 | 0,0 | 1 | 0,0 | 1 | 0,0 | 1 | 0,0 |
| Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг | 1399 | 8,4 | 1427 | 8,3 | 1486 | 8,4 | 1513 | 8,4 | 1454 | 8,5 | 1494 | 8,5 | 1515 | 8,5 |
| Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное страхование | 227 | 1,4 | 175 | 1,0 | 177 | 1,0 | 179 | 1,0 | 115 | 0,7 | 39 | 0,2 | 19 | 0,1 |
| Образование | 505 | 3,0 | 459 | 2,7 | 463 | 2,6 | 476 | 2,6 | 277 | 1,6 | 91 | 0,5 | 29 | 0,2 |
| Здравоохранение и предоставление социальных услуг | 378 | 2,3 | 365 | 2,1 | 372 | 2,1 | 378 | 2,1 | 304 | 1,8 | 233 | 1,3 | 165 | 0,9 |
| Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг | 390 | 2,3 | 322 | 1,9 | 336 | 1,9 | 343 | 1,9 | 239 | 1,4 | 219 | 1,3 | 212 | 1,2 |

Таблица 15. Прирост количества средних предприятий в различных видах экономической деятельности в 1–3 квартале 2009 года

| | 1 квартал 2009 к 1 кварталу 2008, % | 2 квартал 2009 к 2 кварталу 2008, % | 3 квартал 2009 к 3 кварталу 2008, % |
|--|--|--|--|
| Всего | 2,7 | 1,8 | 0,3 |
| Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство | -9,4 | -10,2 | -10,4 |
| Рыболовство, рыбоводство | -1,3 | 2,6 | 1,3 |
| Добыча полезных ископаемых | 21,1 | 19,8 | 22,5 |
| Обрабатывающие производства | 9,1 | 7,9 | 6,8 |
| Производство и распределение электроэнергии, газа и воды | 11,8 | 5,8 | 7,6 |
| Строительство | 7,0 | 8,8 | 7,2 |
| Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования | 23,3 | 24,2 | 25,9 |
| Гостиницы и рестораны | -6,7 | -12,9 | -17,9 |
| Транспорт и связь | 16,4 | 16,0 | 13,0 |
| Финансовая деятельность | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг | 3,9 | 4,7 | 2,0 |
| Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное страхование | -49,3 | -77,7 | -89,3 |
| Образование | -45,1 | -80,2 | -93,7 |
| Здравоохранение и предоставление социальных услуг | -19,6 | -36,2 | -55,6 |
| Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг | -38,7 | -32,0 | -36,9 |

Приложение 3. Границы сектора малого и среднего предпринимательства и организация статистического наблюдения за сектором

За более чем 20-летнюю историю малое предпринимательство стало неотъемлемой частью экономики России. Без учета результатов деятельности этого сектора, формирующего более 10% ВВП, обеспечивающего порядка 20% занятости и более четверти оборота всех предприятий и организаций, невозможно получить адекватные данные по экономике в целом. Тем более сегодня, когда к субъектам малого предпринимательства в соответствии с международной практикой статистического наблюдения «добавились» субъекты среднего предпринимательства. В связи с этим в настоящее время одной из наиболее приоритетных задач государственной статистики является обеспечение объективной статистической информацией всех заинтересованных пользователей о состоянии и динамике развития сектора малого и среднего предпринимательства (МСП).

Границы сектора МСП

Принятый летом 2007 года новый Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (№ 209 — ФЗ от 24.07.2007) (далее Закон) существенно пересмотрел границы сектора субъектов малого предпринимательства, выделив категорию микропредприятий и введя понятие среднего бизнеса. Кроме того, если раньше к субъектам малого предпринимательства относились только коммерческие организации, теперь в состав субъектов малого и среднего предпринимательства включены и потребительские кооперативы, являющиеся некоммерческими организациями.

В рамках нового закона к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся:

- внесенные в единый государственный реестр юридических лиц
 - потребительские кооперативы,
 - коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий),
- внесенные в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей
 - физические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (индивидуальные предприниматели),
 - крестьянские (фермерские) хозяйства.

Законом установлены три условия отнесения перечисленных выше хозяйствующих субъектов к субъектам малого и среднего предпринимательства:

4. Структура уставного капитала

для юридических лиц — суммарная доля участия Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований, иностранных юридических лиц, иностранных граждан, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов в уставном (складочном) капитале (паевом фонде) указанных юридических лиц не должна превышать двадцать пять процентов (за исключением активов акционерных инвестиционных фондов и закрытых паевых инвестиционных фондов), доля участия, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства, не должна превышать двадцать пять процентов;

5. Средняя численность работников

средняя численность работников за предшествующий календарный год не должна превышать следующие предельные значения средней численности работников для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства:

- от ста одного до двухсот пятидесяти человек включительно для средних предприятий;
- до ста человек включительно для малых предприятий;
- среди малых предприятий выделяются микропредприятия — до пятнадцати человек;

6. Выручка от реализации товаров (работ, услуг) без учета налога на добавленную стоимость или балансовая стоимость активов (остаточная стоимость основных средств и нематериальных активов), установленная Правительством Российской Федерации.

Постановлением Правительства РФ от 22 июля 2008 г. N 556 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства» установлены следующие предельные значения выручки от реализации товаров (работ, услуг) за предшествующий год без учета налога на добавленную стоимость для следующих категорий субъектов малого и среднего предпринимательства:

- микропредприятия — 60 млн. рублей;
- малые предприятия — 400 млн. рублей;
- средние предприятия — 1000 млн. рублей.

Закон типизирует субъекты малого и среднего предпринимательства независимо от их организационно-правового статуса. Это означает, что индивидуальный предприниматель в зависимости от параметров своей деятельности может быть как микро- малым или средним предприятием, так и не являться таковым.

Система статистических наблюдений за сектором МСП

Закон закрепляет проведение федеральных статистических наблюдений за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства, выделяя при этом два вида таких наблюдений:

- путем проведения сплошных статистических наблюдений за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства;
- выборочных статистических наблюдений за деятельностью отдельных субъектов малого и среднего предпринимательства на основе представительной (репрезентативной) выборки.

Сплошные статистические наблюдения за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства должны осуществляться один раз в пять лет.

Выборочные статистические наблюдения проводятся путем обследования малых (кроме микропредприятий) и средних предприятий в ежемесячном или ежеквартальном режиме. Микропредприятия обследуются раз в год. Порядок проведения выборочных статистических наблюдений определяется Правительством Российской Федерации.

Установленная Законом система статистического наблюдения «заработала» с 1 января 2010 года; именно с этого момента вступила в силу предусмотренная законом норма, в соответствии с которой система статистических обследований должна представлять собой комплексную систему наблюдений, сочетающую сплошные и выборочные наблюдения за субъектами малого и среднего предпринимательства. Для определения правил отношений между всеми участниками сплошного обследования (юридическими, физическими лицами, органами государственной власти Российской Федерации, органами государственной власти субъектов Российской Федерации) принято Распоряжение Правительства Российской Федерации от 14 февраля 2009г. № 201-р.

Таким образом, с 1 января 2010 года статистическое наблюдение организовано следующим образом (см. таблицу 1):

Действующая система статистического наблюдения в части методов сбора и обработки информации по сектору малого и среднего предпринимательства

Таблица 1. Организация статистического наблюдения после 1 января 2010 года

| | Средние предприятия | Малые предприятия | Микро-предприятия |
|--------------------------------|----------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Один раз в пять лет (сплошное) | | | |
| Ежемесячно (выборочное) | | | |
| Ежеквартально (выборочное) | | | |
| Ежегодно (выборочное) | | | |

представлена в таблице 2. Информация по средним предприятиям пока что определяется по результатам сплошных обследований, а массив данных по малому предпринимательству формируется исключительно на выборочной основе. Сплошное обследование субъектов малого предпринимательства проводилось за весь период существования этого сектора всего один раз — в 2001 году по итогам 2000 года. Но и тогда обследовался не весь сектор, а только малые предприятия — юридические лица. Перепись самого многочисленного типа хозяйствующих субъектов, относимых к сектору малого предпринимательства, — индивидуальных предпринимателей не проводилась ни одного раза, хотя весь пакет документов и методологическое обеспечение этого вида статистических работ были разработаны. Ее проведение планировалось на 2003 г., но из-за процедуры перерегистрации индивидуальных предпринимателей налоговыми органами в 2003–2004 гг. статистическая перепись была отменена.

Таблица 2. Текущая система статистического наблюдения за субъектами малого и среднего предпринимательства

| | Средние предприятия | Малые предприятия | Микро-предприятия | Индивидуальные предприниматели |
|-------------------------|---------------------|-------------------|-------------------|--------------------------------|
| Сплошное обследование | | | | |
| Выборочные обследования | | | | |

Выборочные статистические наблюдения за деятельностью субъектов малого предпринимательства осуществляются путем сочетания обследований основных экономических показателей их деятельности по унифицированным формам федерального статистического наблюдения и обследований отраслевых особенностей деятельности по соответствующим специализированным формам федерального статистического наблюдения (рис. 1).

Перечень форм выборочного федерального статистического наблюдения за деятельностью субъектов малого предпринимательства, утвержденных Федеральной службой государственной статистики (Росстатом) на 2009 год, представлен в приложении 1.

Проблемы статистического наблюдения за сектором малого и среднего предпринимательства

В настоящее время внедрение в практику Росстата комплексной системы статистических обследований малого и среднего предпринимательства имеет ряд ограничений методологического и практического характера.

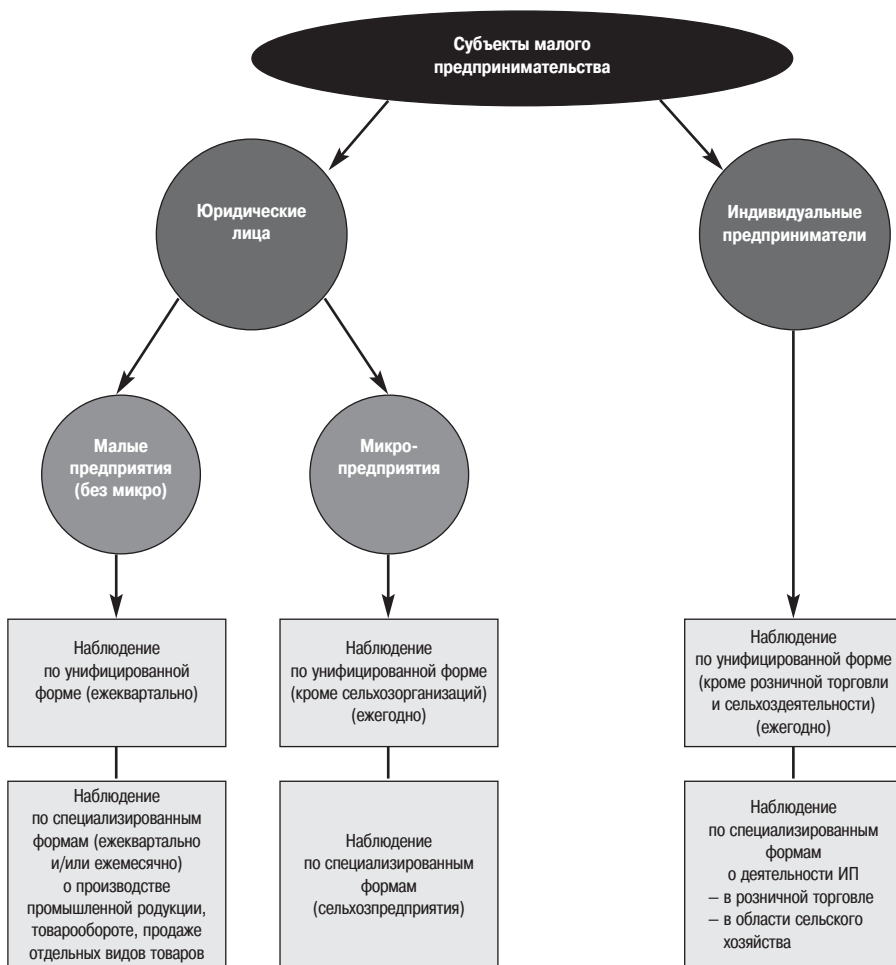


Рис. 1. Организация выборочных статистических наблюдений за деятельностью субъектов малого предпринимательства

1. Проблема ретроспективного восстановления динамических рядов

Очередной пересмотр границ сектора повлек необходимость восстановления динамических рядов базовых показателей сектора МСП. Сложность этой процедуры связана с тем, что произошло не просто изменение пороговых значений действующих критериев (как это было в 1996 году, когда изменялся ценз по численности занятых), а были вве-

дены новые стоимостные цензы, которые рядом категорий хозяйствующих субъектов, относимых к сектору МСП, не отслеживались.

Действительно, Законом в категорию микро-, малых и средних предприятий включаются индивидуальные предприниматели и потребительские кооперативы, статистика по которым практически не велась. А существенная доля малых предприятий, находящихся на упрощенной системе налогообложения, показатели, записанные в Законе, не рассчитывала.

2. Необходимость формирования статистики по сектору в целом.

Как уже было показано в разделе «Границы сектора малого и среднего предпринимательства и организация статистического наблюдения за сектором» сектор малого и среднего предпринимательства неоднороден и включает различные группы хозяйствующих субъектов. В силу неоднородности к отдельным группам применяются различные методы статистического наблюдения, как следствие возникает необходимость формирования сводной статистики по сектору из различных информационных баз данных. Процедура сведения информационных потоков сопряжена с множеством методологических и технических проблем. Задача осложняется различными датами вступления в силу групп критериев, установленных в Законе. По сути ступенчатость применения критериальных цензов привела к возникновению трех абсолютно разнородных совокупностей:

- сектор субъектов малого предпринимательства согласно критериям Федерального закона от 14 июня 1995 года №88-ФЗ: за период с 1996 по 2007 годы. Причем хорошо разработанным блоком была только статистика по малым предприятиям — юридическим лицам (МП). Несмотря на то, что индивидуальные предприниматели являлись по количеству самым многочисленным сегментом сектора малого бизнеса, организация статистического наблюдения за ними носила эпизодический характер. Параметры деятельности ИП оценивались косвенно и только в некоторых видах деятельности (торговля, транспорт, производство отдельных видов промышленной продукции) подкреплялись результатами выборочных обследований;
- сектор субъектов малого и среднего предпринимательства по двум критериям нового Закона (без стоимостных ограничений): за период с 2008 по 2009 годы;
- сектор малого и среднего предпринимательства по всем критериям, записанным в Законе с 2010 года.

А если помимо поэтапного введения критериев еще учесть переход на новый классификатор видов экономической деятельности, специ-

фику наблюдения в сельском хозяйстве, которые также предполагают построение «переходных ключей» для формирования единого статистического массива, то сектор малого и среднего предпринимательства выглядит еще более статистически «разрозненным». На данный момент в свободном доступе нет статистики по сектору в целом; она представлена наборами показателей по отдельным группам хозяйствующих субъектов, включенных в сектор МСП (см. таблицу 3).

Таблица 3. Информационные ресурсы Росстата по сектору малого и среднего предпринимательства, находящиеся в свободном доступе

| Группа хозяйствующих субъектов | Период наблюдения | Основные показатели, отслеживаемые органами статистики |
|---|----------------------------|---|
| Малые предприятия (ОКОНХ), согласно критериям ФЗ от 14.06.1995г. № 88-ФЗ. | До 2004 года включительно. | <ul style="list-style-type: none"> • количество малых предприятий; • среднесписочная численность работников малых предприятий (без внешних совместителей); • средняя численность внешних совместителей на малых предприятиях; • средняя численность работников малых предприятий, выполнявших работы по договорам подряда и другим договорам гражданско-правового характера; • фонд начисленной заработной платы работников списочного и несписочного состава малых предприятий (включая совместителей); • фонд начисленной заработной платы работникам списочного состава; • выпуск товаров и услуг (без внутреннего оборота) в фактических ценах (без НДС, акциза и налога с продаж) – всего; • инвестиции в основной капитал на малых предприятиях в фактических ценах |
| Малые предприятия по видам экономической деятельности (ОКВЭД Ред. 1; согласно критериям ФЗ от 14.06.1995г. №88-ФЗ). | С 2005 по 2007 годы. | <ul style="list-style-type: none"> • оборот малого предприятия; • количество малых предприятий; • среднесписочная численность работников малых предприятий (без внешних совместителей); • средняя численность внешних совместителей на малых предприятиях; • средняя численность работников малых предприятий, выполнявших работы по договорам гражданско-правового характера; • фонд начисленной заработной платы работников списочного и несписочного состава малых предприятий (включая совместителей); • фонд начисленной заработной платы работникам списочного состава; • число замещенных рабочих мест; • инвестиции в основной капитал на малых предприятиях в фактических ценах; • отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами; • продано товаров несобственного производства. |

Таблица 3. Продолжение

| Группа хозяйствующих субъектов | Период наблюдения | Основные показатели, отслеживаемые органами статистики |
|--|---------------------|---|
| <p>Малые предприятия (без микропредприятий) по видам экономической деятельности (ОКВЭД Ред. 1; согласно условиям ФЗ от 24.07.2007г. №209-ФЗ).</p> | <p>В 2008 году.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • оборот малого предприятия; • количество малых предприятий; • среднесписочная численность работников малых предприятий (без внешних совместителей); • средняя численность внешних совместителей на малых предприятиях; • средняя численность работников малых предприятий, выполнявших работы по договорам гражданско-правового характера; • фонд начисленной заработной платы работников списочного и несписочного состава малых предприятий (включая совместителей); • фонд начисленной заработной платы работникам списочного состава; • число замещенных рабочих мест; • инвестиции в основной капитал на малых предприятиях в фактических ценах; • отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами; • продано товаров несобственного производства. |
| <p>Малые предприятия (без микропредприятий) согласно условиям ФЗ от 24.07.2007г. № 209-ФЗ (ОКВЭД Ред. 1.1.).</p> | <p>С 2009 года.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • среднесписочная численность работников малых предприятий (без внешних совместителей); • средняя численность внешних совместителей на малых предприятиях; • средняя численность работников малых предприятий, выполнявших работы по договорам гражданско-правового характера; • фонд начисленной заработной платы работников – всего; • инвестиции в основной капитал на малых предприятиях в фактических ценах; • количество малых предприятий на конец периода; • фонд начисленной заработной платы работникам списочного состава; • число замещенных рабочих мест; • оборот малого предприятия; • отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами; • продано товаров несобственного производства. |
| <p>Деятельность микропредприятий согласно условиям ФЗ от 24.07.2007г. № 209-ФЗ (без учета сельскохозяйственных микропредприятий; ОКВЭД Ред. 1.).</p> | <p>В 2008 году.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • число микропредприятий; • средняя численность работников микропредприятий – всего; • среднесписочная численность работников микропредприятий (без внешних совместителей); • оборот микропредприятий; • инвестиции в основной капитал микропредприятий. |
| <p>Основные показатели деятельности средних предприятий</p> | <p>С 2008 года</p> | <ul style="list-style-type: none"> • количество средних предприятий (включая территориально обособленные подразделения); • отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами (без НДС, акцизов и других аналогичных платежей) по «хозяйственным» видам деятельности; |

Таблица 3. Продолжение

| Группа хозяйствующих субъектов | Период наблюдения | Основные показатели, отслеживаемые органами статистики |
|--------------------------------|-------------------|--|
| | | <ul style="list-style-type: none"> • отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами (без НДС, акцизов и других аналогичных платежей) по «чистым» видам деятельности; • продано товаров несобственного производства (без НДС, акцизов и других аналогичных платежей) по «хозяйственным» видам деятельности. |

3. Отсутствие сквозной системы показателей по сектору МСП.

Проблема заключается не только в формировании единого информационного массива по сектору в целом из существующих информационных потоков, но и в отсутствии методологических подходов по разработке программы (системы показателей) сплошного федерального статистического наблюдения субъектов малого и среднего предпринимательства. Такая программа должна быть основой федеральных информационных ресурсов и содержать комплексную и детализированную характеристику экономической деятельности хозяйствующих субъектов малого и среднего предпринимательства, стать базой единого информационного массива по сектору малого и среднего предпринимательства.

4. Отсутствие статистики МСП по «чистым» отраслям и административно-территориальным образованиям.

На данный момент отсутствует возможность формирования базовых показателей сектора МСП как по «хозяйственным», так и по «чистым» отраслям. Схожая проблема возникает при получении данных о МСП по административно-территориальным образованиям (городам, муниципалитетам и др.).

То есть вопрос стоит о возможности получения определенной информации не только по хозяйствующему субъекту в целом, но и по его территориально обособленным подразделениям.

5. Проблема идентификации индивидуальных предпринимателей.

Еще одна сложность в организации статистического наблюдения за сектором МСП связана с отсутствием возможности идентификации индивидуальных предпринимателей по типам предприятий (малое, микро-, среднее) и формирования официальной статистической информации в данном разрезе по совокупности хозяйствующих субъектов всех организационно-правовых форм.

6. Проблема идентификации субъектов малого предпринимательства.

В Законе четко не прописывается процедура присвоения хозяйствующему субъекту статуса малого или среднего предприятия. Нет указания на то, какой орган будет присваивать этот статус.

Учитывая, что в едином государственном реестре юридических лиц и в едином государственном реестре индивидуальных предпринимателей ФНС России не содержится информация об их статусе, в целях статистического учета Росстат осуществляет идентификацию юридических лиц как субъектов малого и среднего предпринимательства на основе имеющейся статистической информации.

Частично означенные выше проблемы будут решены по итогам сплошного статистического обследования сектора МСП. Сплошное федеральное статистическое наблюдение за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства запланировано на II квартал 2011 г. (по итогам 2010 года).

Действующая система статистической отчетности субъектов малого предпринимательства⁵³

| Форма статистического наблюдения (дата утверждения и номер приказа) | Объект наблюдения (кто предоставляет) | Периодичность, срок представления | Метод наблюдения |
|---|--|---|--|
| № ПМ «Сведения об основных показателях деятельности малого предприятия» (от 23.09.2008г. № 235). | <p><i>Малые предприятия (без микропредприятий)</i></p> <p>Юридические лица – малые предприятия без микропредприятий.</p> | Квартальная (не позднее 29 числа после отчетного периода). | Выборочное обследование (рассленная случайная выборка), в целом по России наблюдается около 20% от общего числа малых предприятий. |
| № ДАП-ПМ «Обследование деловой активности малых предприятий добывающих, обрабатывающих производств, производства и распределения электроэнергии, газа и воды» (23.09.2008г. № 235). | Юридические лица, осуществляющие деятельность по добыче полезных ископаемых, в обрабатывающих производствах, производстве и распределении электроэнергии, газа и воды, являющиеся малыми предприятиями (кроме микропредприятий). | Квартальная (не позднее 10 числа последнего месяца отчетного квартала). | Выборочное обследование (рассленная случайная выборка), в целом по России наблюдается около 20% от общего числа малых предприятий. |
| № ПМ (ПРОМ) – ИП «Сведения о производстве продукции малым предприятием» (23.09.2008 № 235). | Юридические лица (кроме микропредприятий), - юридические и физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица (индивидуальные предприниматели), с численностью работающих от 16 до 100 человек, осуществляющие производство продукции добывающих, обрабатывающих производств, производство и распределение электроэнергии, газа и воды, лесозаготовки, а также рыболовство. | Месячная (не позднее 4 числа после отчетного периода). | Все объекты наблюдения. |

⁵³ По данным Росстата, и материалам Интернет-сайта <http://www.gks.ru>.

Действующая система статистической отчетности субъектов малого предпринимательства. Продолжение

| Форма статистического наблюдения (дата утверждения и номер приказа) | Объект наблюдения (кто предоставляет) | Периодичность, срок представления | Метод наблюдения |
|--|--|---|---|
| <p>№ 1-алкоголь «Сведения о производстве и отгрузке этилового спирта, спиртосодержащей, алкогольной продукции и розливе алкогольной продукции» (23.09.2008 № 235).</p> | <p>Юридические лица, которым выданы лицензии на производство, хранение и поставки произведенных этилового спирта, в том числе денатурата, алкогольной и спиртосодержащей продукции.</p> | <p>Месячная (не позднее 3 числа после отчетного периода).</p> | <p>По всем юридическим лицам, которым выданы лицензии на производство, хранение и поставки этилового спирта, в том числе денатурата, алкогольной и спиртосодержащей продукции.</p> |
| <p>№ БМ «Баланс производственной мощности» (23.09.2008г. № 235).</p> | <p>Юридические лица, осуществляющие производство продукции добывающих и обрабатывающих производств, лесозаготовки, а также рыболовство.</p> | <p>Годовая 31 января.</p> | <p>Отчитываются крупные и средние предприятия. Кроме того, представляют отчет малые предприятия, которым выданы лицензии на производство, хранение и поставки произведенных этилового спирта, в том числе денатурата, алкогольной и спиртосодержащей продукции.</p> |
| <p>№ 1-кооператив «Сведения о деятельности перерабатывающих сельскохозяйственных потребительских кооперативов» (23.09.2008г. № 235).</p> | <p>Все перерабатывающие сельскохозяйственные потребительские кооперативы, которые зарегистрированы в качестве основного вида деятельности код ОКВЭД, входящий в один из следующих его подразделов: подраздел DA (с 15.1 по 15.98.2 включительно), подраздел DB (с 17.1 по 17.72 включительно, а также 18.30.1, 18.30.2), подраздел DC (с 19.1 по 19.30 включительно), подраздел DD (с 20.1 по 20.52 включительно).</p> | <p>Годовая 25 января.</p> | <p>Все объекты наблюдения</p> |

Действующая система статистической отчетности субъектов малого предпринимательства. Продолжение

| Форма статистического наблюдения (дата утверждения и номер приказа) | Объект наблюдения (кто предоставляет) | Периодичность, срок представления | Метод наблюдения |
|---|--|--|--|
| № 1-ЛЕК (пром) срочная «Сведения о производстве и отгрузке важнейших видов лекарственных средств» (23.09.2008г. № 235). | Все юридические лицам, имеющие лицензию на производство лекарственных средств и осуществляющим их выпуск. | Месчная (на 7 день после отчетного периода). | Все объекты наблюдения. |
| № 1-ВЭС «Сведения о деятельности предприятия с участием иностранного капитала» (23.09.2008 г. № 235). | Юридические лица с долевым участием иностранных инвесторов или полностью принадлежащие иностранным инвесторам (кроме микропредприятий). | Годовая. | Все объекты наблюдения. |
| № 1-инвест «Сведения об инвестициях в Россию из-за рубежа и инвестициях из России за рубеж» (7 июля 2008г. №184). | Юридические лица, получающие инвестиции из-за рубежа и осуществляющие инвестиции за рубеж. | Квартальная. | При сборе используется метод основного массива, то есть обследованию подвергается та часть единиц, которая вносит наибольший вклад в изучаемую совокупность. |
| № 3-кооператив «Сведения о деятельности кредитных кооперативов» (7 июля 2008г. №184). | Юридические лица, являющиеся кредитными сельскохозяйственными потребительскими кооперативами. | Годовая. | При сборе используется метод основного массива. |
| № 1-услуги «Сведения об объеме платных услуг населению» (26.08.2008г. № 205). | Юридические лица и граждане, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, за исключением микропредприятий. | Годовая 1 марта. | Выборочное обследование. |
| № 1-КСР «Сведения о деятельности коллективного средства размещения» (26.08.2008г. № 205). | Юридические лица и граждане, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, за исключением микропредприятий. | Годовая 1 апреля | Выборочное обследование. Объем выборки – 33%. |
| № 1-турфирма «Сведения о деятельности туристской фирмы» (26.08.2008г. № 205). | Юридические лица и граждане, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, за исключением микропредприятий. | Годовая 20 апреля. | По малым предприятиям и индивидуальным предпринимателям – на выборочной основе. |

Действующая система статистической отчетности субъектов малого предпринимательства. Продолжение

| Форма статистического наблюдения (дата утверждения и номер приказа) | Объект наблюдения (кто предоставляет) | Периодичность, срок представления | Метод наблюдения |
|---|---|-----------------------------------|---|
| № ПМ-торг «Сведения об обороте торговли малого предприятия» (20.08.2008г. № 199). | Юридические лица (коммерческие организации, организации потребительской кооперации), являющиеся малыми предприятиями (кроме микропредприятий), основным видом деятельности которых является оптовая и розничная торговля (включая торговлю автотранспортными средствами, мотоциклами, из узлами и принадлежностями, моторным топливом). | Месячная. | Выборочное обследование, объем выборки 20% от числа организаций с кодами ОКВЭД 50 (кроме 50.10.1, 50.10.3, 50.2, 50.30.3, 50.40.1, 50.40.3, 50.40.4), 51 и 52 (кроме 52.7). |
| № 3-торг (ПМ) «Сведения о продажах и запасах товаров малого предприятия розничной торговли» (20.08.2008г. № 199). | Юридические лица, являющиеся малыми предприятиями (кроме микропредприятий), основным видом деятельности которых является розничная торговля (включая торговлю автотранспортными средствами, мотоциклами, их узлами и принадлежностями, моторным топливом). | Квартальная. | Выборочное обследование, объем выборки 20% от числа организаций с кодами ОКВЭД 50 (кроме 50.10.1, 50.10.3, 50.2, 50.30.3, 50.40.1, 50.40.3, 50.40.4) и 52 (кроме 52.7). |
| № 1-учет «Учет объема розничной продажи алкогольной продукции» (20.08.2008г. № 199). | Юридические лица, независимо от их организационно-правовой формы и формы собственности, имеющие лицензию на розничную продажу алкогольной продукции. | Годовая. | Все юридические лица, имеющие лицензию на розничную продажу алкогольной продукции. |
| № 1-автобензин (торг) «Сведения о продажах и запасах автомобильного бензина» (20.08.2008г. № 199). | Юридические лица, включая малые предприятия (кроме микропредприятий) и средние предприятия, осуществляющие оптовую и розничную торговлю нефтепродуктами. | Месячная. | Наблюдается до 10% предприятий. |
| № 1-вывоз «Сведения о вывозе продукции (товаров)» (20.08.2008г. № 199). | Юридические лица, включая малые предприятия (кроме микропредприятий), осуществляющие вывоз продукции (товаров). | Годовая. | Обследуются все малые предприятия со средней численностью работников от 50 до 100 человек, осуществляющие вывоз продукции (товаров). |

Действующая система статистической отчетности субъектов малого предпринимательства. Продолжение

| Форма статистического наблюдения (дата утверждения и номер приказа) | Объект наблюдения (кто предоставляет) | Периодичность, срок представления | Метод наблюдения |
|---|---|--|---|
| № 1-Биржа «Сведения о деятельности товарных бирж и товарных отделов (секций бирж)» (20.08.2008г. № 199). | Юридические лица, осуществляющие биржевую деятельность (товарные биржи и другие биржи, имеющие товарные отделы (секции)) по списку ФСФР России. | Годовая. | Учет по списку ФСФР России. |
| № 2-СБ-Север (срочная) «Сведения о поступлении потребительских товаров и продукции производственно-технического назначения в районы Крайнего Севера и приравненные к ним местности» (20.08.2008г. № 199). | Юридические лица, включая малые предприятия (кроме микропредприятий), осуществляющие завод продукции производственно-технического назначения и потребительских товаров в районы Крайнего Севера и приравненные к ним местности, по перечням администраций субъектов Российской Федерации. | Месячная. | По перечням администраций субъектов Российской Федерации. |
| № 1-нефтепродукт (срочная) «Сведения об отгрузке нефтепродуктов потребителям» (20.08.2008г. № 199). | Юридические лица, включая малые предприятия (кроме микропредприятий) и средние предприятия, осуществляющие производство нефтепродуктов из природного сырья на собственных или арендуемых установках (по перечню, предоставляемому Минэнерго России). | Месячная. | По перечню, предоставляемому Минэнерго России. |
| № 8 -ВЭС (услуги) «Сведения об экспорте (импорте) услуг во внешнеэкономической деятельности» (20.08.2008г. № 199). | Юридические лица, включая малые предприятия (кроме микро-предприятий), имеющие самостоятельно заключенные контракты (договора) с иностранными партнерами на предоставление (получение) услуг. | Квартальная. | Все объекты наблюдения. |
| № 1-лицензия «Сведения о коммерческом обмене технологиями с зарубежными странами(партнерами)» (20.08.2008г. № 199). | Юридические лица, включая малые предприятия (кроме микропредприятий), имеющие самостоятельно заключенные контракты (договора) по обмену технологиями с иностранными партнерами. | Годовая. | Все объекты наблюдения. |

Действующая система статистической отчетности субъектов малого предпринимательства. Продолжение

| Форма статистического наблюдения (дата утверждения и номер приказа) | Объект наблюдения (кто предоставляет) | Периодичность, срок представления | Метод наблюдения |
|---|--|------------------------------------|--|
| № 1-ТС (вывоз) «Сведения о поставке товаров в Республику Беларусь» (20.08.2008г. № 199). | Юридические лица, включая малые предприятия (кроме микропредприятий), осуществляющие поставку товаров по самостоятельно заключенным контрактам (договорам) организациям, зарегистрированным на территории Республики Беларусь, по перечню ФНС России. | Месячная. | Учет по перечню ФНС России. |
| № 8-ВЭС - рыба(срочная) «Сведения об экспорте (импорте) рыбы, морепродуктов и морепродуктов» (20.08.2008г. № 199). | Юридические лица, включая малые предприятия (кроме микропредприятий), имеющие самостоятельно заключенные контракты (договора) с иностранными партнерами на экспорт(импорт) рыбы, рыбпродуктов и морепродуктов. | Месячная. | Все объекты наблюдения. |
| № 8-ВЭС - бункер «Сведения об экспорте (импорте) бункерного топлива» (20.08.2008г. № 199). | Юридические лица, включая малые предприятия (кроме микропредприятий), имеющие самостоятельно заключенные контракты (договора) с иностранными партнерами на экспорт(импорт) бункерного топлива, бортовых запасов, балласта, крепежной оснастки и иных материалов, кулленных (проданных) российскими (иностранными) транспортными средствами в иностранных (российских) портах, аэропортах, на автозаправочных станциях. | Квартальная. | Все объекты наблюдения. |
| № 1-ВС «Сведения о поступлении валютных средств от поставки нефти, нефтепродуктов и природного газа на экспорт» (20.08.2008г. № 199). | Юридические лица, включая малые предприятия (кроме микропредприятий), осуществляющие деятельность по добыче (производству) нефти, нефтепродуктов, природного газа и (или) поставке их на экспорт. | Квартальная. | Все объекты наблюдения. |
| № 2-МП инновация "Сведения о технологических инновациях малого предприятия" (09.06.2007г. № 46). | Субъекты малого предпринимательства всех форм собственности (по перечню, установленному территориальными органами Росстата) со средней численностью работников от 16 до 100 человек включительно, с учетом внешних совместителей. | 1 раз в два года за нечетные годы. | По перечню, установленному территориальными органами Росстата. |

Действующая система статистической отчетности субъектов малого предпринимательства. Продолжение

| Форма статистического наблюдения (дата утверждения и номер приказа) | Объект наблюдения (кто предоставляет) | Периодичность, срок представления | Метод наблюдения |
|---|--|---|--|
| № 2-МП инновация «Сведения о технологических инновациях малого предприятия» (09.06.2007г. № 46). | Субъекты малого предпринимательства всех форм собственности (по перечню, установленному территориальными органами Росстата) со средней численностью работников от 16 до 100 человек включительно, с учетом внешних совместителей. | 1 раз в два года за нечетные годы. | Упо перечню, установленному территориальными органами Росстата. |
| № ДАС «Обследование деловой активности строительной организации» (14.08.2008г. № 189). | Юридические лица — строительные организации (кроме микропредприятий). | Квартальная (на 10 день второго месяца отчетного квартала). | Выборочное обследование - 12%. Отбор организации осуществляется на основе расслоненной случайной выборки. |
| № ИП «Обследование инвестиционной активности организаций» (14.08.2008г. № 189). | Юридические лица (кроме микропредприятий) осуществляющие деятельность в сфере добывающих, обрабатывающих производств, производства и распределения электроэнергии, газа и воды. | 1 раз в год (по состоянию на 10 октября). | Выборочное обследование -5%. Совокупность объектов статистического наблюдения формируются на основе многомерной расслоненной (стратифицированной) выборки. |
| № ДАФЛ «Обследование деловой активности организаций, осуществляющих деятельность в сфере финансового лизинга» (22.10.2008 № 269). | Юридические лица, осуществляющие деятельность в сфере финансового лизинга (кроме микропредприятий). | Годовая, 10 февраля. | Все объекты наблюдения. |
| № 1-фермер «Сведения об итогах сева под урожай» (18.08.2008 № 194). | Юридические лица - субъекты малого предпринимательства (кроме микропредприятий), основным видом деятельности которых является сельскохозяйственная деятельность, имеющие посевы сельскохозяйственных культур; крестьянские (фермерские) хозяйства, а также физические лица, занимающиеся предпринимательской сельскохозяйственной деятельностью без образования юридического лица, имеющие посевы сельскохозяйств. | 1 раз в год (не позднее 11 июня). | Несплошное наблюдение (цenz - по сельскохозяйственным производителям, имеющим посевы сельскохозяйственных культур). |

Действующая система статистической отчетности субъектов малого предпринимательства. Продолжение

| Форма статистического наблюдения (дата утверждения и номер приказа) | Объект наблюдения (кто предоставляет) | Периодичность, срок представления | Метод наблюдения |
|--|---|---|---|
| № 2-фермер «Сведения о сборе урожая сельскохозяйственных культур» (18.08.2008 № 194). | Юридические лица - субъекты малого предпринимательства (кроме микропредприятий), основным видом деятельности которых является сельскохозяйственная деятельность, имеющие посевы, многолетние насаждения сельскохозяйственных культур. | 2 раза в год (2 октября, 2 декабря (2 ноября) после отчетного периода). | Выборочное обследование (15%). Использование метода одноцелевых типичных выборок. |
| № 3-фермер «Сведения о производстве продукции животноводства и поголовье скота» (18.08.2008 № 194). | Юридические лица - субъекты малого предпринимательства (кроме микропредприятий и крестьянских (фермерских) хозяйств), основным видом деятельности которых является сельскохозяйственная деятельность, имеющие поголовье сельскохозяйственных животных. | Квартальная. | Выборочное обследование (15%) — ежеквартально; экономические досчеты — ежемесечно. Использование метода одноцелевых типичных выборок. |
| № 9-СХ «Сведения о внесении удобрений и проведении работ по химической мелиорации земель» (18.08.2008 № 194). | Юридические лица, осуществляющие сельскохозяйственную деятельность (кроме микропредприятий и крестьянских (фермерских) хозяйств). | Годовая. | Специализированное наблюдение (шаг отбора = 1). |
| № 10-МЭХ (краткая) «Сведения о наличии тракторов, сельскохозяйственных машин и энергетических мощностей» (18.08.2008 № 194). | Юридические лица всех форм собственности, осуществляющие сельскохозяйственную деятельность (в соответствии с Общероссийским классификатором видов экономической деятельности (ОКВЭД) коды 01.1, 01.2, 01.3, 01.4), кроме микропредприятий и крестьянских (фермерских) хозяйств. | Годовая. | Все объекты наблюдения. |
| № 10-А-СХ «Сведения о заготовке кормов» (18.08.2008 № 194). | Юридические лица, осуществляющие сельскохозяйственную деятельность и ведущие заготовку кормов (кроме микропредприятий и крестьянских (фермерских) хозяйств) | Годовая. | Несплошное наблюдение (по сельскохозяйственным организациям, ведущим заготовку кормов). |
| Приложение к форме № 21-СХ «Сведения о вывозе сельскохозяйственной продукции» (18.08.2008 № 194). | Юридические лица, осуществляющие сельскохозяйственную деятельность (кроме микропредприятий и крестьянских (фермерских) хозяйств). | Годовая (8 января после отчетного периода). | Специализированное наблюдение (шаг отбора = 1). |

Действующая система статистической отчетности субъектов малого предпринимательства. Продолжение

| Форма статистического наблюдения (дата утверждения и номер приказа) | Объект наблюдения (кто предоставляет) | Периодичность, срок представления | Метод наблюдения |
|--|---|--|-------------------------|
| № 1-СХ (баланс)-срочная (18.08.2008 № 194). | Юридические лица, осуществляющие закупку, хранение, переработку зерна, продуктов переработки зерна (кроме сельскохозяйственных организаций, крестьянских (фермерских) хозяйств). | Квартальная | Все объекты наблюдения. |
| Приложение к форме № 1-СХ (баланс) (18.08.2008 № 194). | Юридические лица, осуществляющие закупку, хранение, переработку зерна (кроме сельскохозяйственных организаций, крестьянских (фермерских) хозяйств). | Месячная | Все объекты наблюдения. |
| № 4-ОС «Сведения о текущих затратах на охрану окружающей среды и экологических платежей» (18.08.2008 № 194). | Юридические лица, имеющие очистные сооружения, осуществляющие природоохранные мероприятия, а также производящие плату за негативное воздействие на окружающую среду (кроме микропредприятий). | Годовая | Все объекты наблюдения. |
| № 12-ЛХ «Сведения о защите лесов» (18.08.2008 № 194). | Юридические лица, осуществляющие защиту лесов от вредных организмов на землях лесного фонда и землях иных категорий, в т.ч. на лесных участках, находящихся в государственной или муниципальной собственности и переданных в постоянное (бессрочное) пользование или в безвозмездное срочное пользование, а также юридические лица, осуществляющие использование лесов, находящихся в федеральной собственности, в собственности субъектов Российской Федерации, муниципальной собственности, на основании договора аренды лесных участков, договоров аренды купли-продажи лесных насаждений, и ежегодно представляющие в органы государственной власти, органы местного самоуправления отчет об охране и защите лесов в порядке, установленном уполномоченным федеральным органом исполнительной власти. (Без микропредприятий). | Годовая (12 января после отчетного периода). | Все объекты наблюдения. |

Действующая система статистической отчетности субъектов малого предпринимательства. Продолжение

| Форма статистического наблюдения (дата утверждения и номер приказа) | Объект наблюдения (кто предоставляет) | Периодичность, срок представления | Метод наблюдения |
|---|--|---|--------------------------------|
| <p>№ 1-ПХ «Сведения о воспроизводстве лесов и лесоразведении» (18.08.2008 № 194).</p> | <p>Юридические лица, осуществляющие мероприятия по воспроизводству лесов и лесоразведению на землях лесного фонда и землях иных категорий, в т.ч. на лесных участках, находящихся в государственной или муниципальной собственности и переданных в постоянное (бессрочное) пользование или в безвозмездное срочное пользование, а также юридические лица, осуществляющие использование лесов, находящихся в федеральной собственности, в собственности субъектов Российской Федерации, муниципальной собственности, на основании договора аренды лесных участков, договоров аренды купли-продажи лесных насаждений, и ежегодно представляющие в органы государственной власти, органы местного самоуправления отчет о воспроизводстве лесов и лесоразведении в порядке, установленном федеральным органом исполнительной власти. (Без микропредприятий).</p> | <p>Годовая (22 января после отчетного периода).</p> | <p>Все объекты наблюдения.</p> |
| <p>№ 2-ТП (воздух) «Сведения об охране атмосферного воздуха» (18.08.2008 № 194).</p> | <p>Юридические лица включая средние и малые предприятия, которым выдано разрешение на выброс территориальным органом Ростехнадзора (объекты хозяйственной и иной деятельности, подлежащие федеральному государственному экологическому контролю) и органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации, осуществляющим государственное управление в области охраны окружающей среды (объекты хозяйственной и иной деятельности, не подлежащие федеральному государственному экологическому контролю). Включаются объекты с разрешенным выбросом не менее 10 тонн в год; с объемами менее 10 тонн в год - при наличии в составе выбросов загрязняющих веществ 1 и/или 2 класса опасности. Микропредприятия не учитываются.</p> <p>Однако, в случаях, когда объем разрешенного выброса укладывается в заданные критерии, такое микропредприятие включается в разработку.</p> | <p>Годовая (21 марта после отчетного периода).</p> | <p>Все объекты наблюдения.</p> |

Действующая система статистической отчетности субъектов малого предпринимательства. Продолжение

| Форма статистического наблюдения (дата утверждения и номер приказа) | Объект наблюдения (кто предоставляет) | Периодичность, срок представления | Метод наблюдения |
|--|--|--|---|
| № 2-ПТ (охота) «Сведения об охотничьих хозяйствах» (18.08.2008 № 194). | Юридические лица, индивидуальные предприниматели, которым выдана территориальным органом Россельхознадзора (с 1 января 2008 г. — специально уполномоченным государственным органом субъекта Российской Федерации по охране, контролю и регулированию использования объектов животного мира и среды их обитания на основании решения высшего исполнительного органа государственной власти субъекта Российской Федерации) долгосрочная лицензия на пользование охотничьими животными. | Годовая (21 марта после отчетного периода). | Все объекты наблюдения. |
| № 01-ГР «Сведения о геологоразведочных работах» (27.10.2008 № 270). | Юридические лица, осуществляющие геологоразведочные работы (без микропредприятий). | Годовая (27 января после отчетного периода). | Все объекты наблюдения. |
| Приложение к форме № 01-ГР «Сведения о геологоразведочных работах по полезным ископаемым по стадиям работ» (27.10.2008 № 270). | Юридические лица, осуществляющие геологоразведочные работы (без микропредприятий). | Годовая (20 января после отчетного периода). | Все объекты наблюдения. |
| № 5-ПХ «Сведения о лесных пожарах» (18.08.2008 № 194). | Юридические лица, осуществляющие мероприятия по охране лесов от пожаров на землях лесного фонда и землях иных категорий. | 1 раз в год, 10 ноября. | Все объекты наблюдения. |
| № 1-здрав «Сведения об организации, оказывающей услуги по медицинской помощи населению» (02.07.2008 г. № 153). | Юридические лица, оказывающие услуги по медицинской помощи населению (кроме микропредприятий и медицинских учреждений системы Минздрава России). | Годовая (15 января после отчетного года). | Все объекты наблюдения. |
| № 7-травматизм «Сведения о травматизме на производстве и профессиональных заболеваниях» (02.07.2008 г. № 153). | Юридические лица, кроме микропредприятий, осуществляющие все виды экономической деятельности, кроме: финансовой деятельности, государственного управления и обеспечения военной безопасности, обязательного социального обеспечения, образования, предоставления услуг по ведению домашнего хозяйства, деятельности экстерриториальных организаций. | Годовая (25 января после отчетного года). | По малым предприятиям — выборочное наблюдение. Объем выборки 20%. |

Действующая система статистической отчетности субъектов малого предпринимательства. Продолжение

| Форма статистического наблюдения (дата утверждения и номер приказа) | Объект наблюдения (кто предоставляет) | Периодичность, срок представления | Метод наблюдения |
|---|---|-----------------------------------|---|
| № МП (микро) «Сведения об основных показателях деятельности микропредприятия» (23.09.2008г. №235). | Микропредприятия Микропредприятия всех видов экономической деятельности. | Годовая 5 февраля. | Выборочное обследование (расслоенная случайная выборка), в целом по России наблюдается около 20% от общего числа микропредприятий. |
| Приложение № 1 к ф. № МП (микро) «Сведения о стоимости договоров финансового лизинга, заключенных микропредприятием» (23.09.2008г. №235). | Юридические лица — микропредприятия, осуществляющие деятельность в сфере финансового лизинга. | Годовая, 5 февраля. | Все микропредприятия с основным видом деятельности «Финансовый лизинг» (код ОКВЭД 65.21) а также организации других видов экономической деятельности, осуществлявшие в отчетном году лизинговую деятельность. |
| Приложение № 2 к ф. № МП (микро) (23.09.2008г. №235). | Юридические лица — микропредприятия, осуществляющие туристскую деятельность. | Годовая, 5 февраля. | Выборочное обследование, с объемом выборки 30%. |
| № 1-инвест «Сведения об инвестициях в Россию из-за рубежа и инвестициях из России за рубеж» (07.07.2008 №184). | Юридические лица, получающие инвестиции из-за рубежа и осуществляющие инвестиции за рубеж. | Годовая | Все объекты наблюдения. |
| № 3-кооператив «Сведения о деятельности кредитных кооперативов» (07.07.2008 №184). | Юридические лица, являющиеся кредитными сельскохозяйственными потребительскими кооперативами | Годовая. | Все объекты наблюдения. |

Действующая система статистической отчетности субъектов малого предпринимательства. Продолжение

| Форма статистического наблюдения (дата утверждения и номер приказа) | Объект наблюдения (кто предоставляет) | Периодичность, срок представления | Метод наблюдения |
|---|--|---|---|
| № 2-фермер «Сведения о сборе урожая сельскохозяйственных культур» (18.08.2008 № 194). | Юридические лица – микропредприятия, основным видом деятельности которых является сельскохозяйственная деятельность, крестьянские (фермерские) хозяйства, а также физические лица, занимающиеся предпринимательской сельскохозяйственной деятельностью без образования юридического лица, имеющие посевы, многолетние насаждения сельскохозяйственных культур. | 1 раз в год (2 декабря (2 ноября) после отчетного периода). | Выборочное обследование (15%). Использование метода одноцелевых типических выборок. |
| № 3-фермер «Сведения о производстве продукции животноводства и поголовье скота» (18.08.2008 № 194). | Юридические лица – микропредприятия, основным видом деятельности которых является сельскохозяйственная деятельность, крестьянские (фермерские) хозяйства, а также физические лица, занимающиеся предпринимательской сельскохозяйственной деятельностью без образования юридического лица, имеющие поголовье сельскохозяйственных животных. | Годовая (6 января после отчетного периода). | Выборочное обследование (15%). Использование метода одноцелевых типических выборок. |
| № 1-ИП «Сведения о деятельности индивидуального предпринимателя» (23.09.2008г. №235 с изменениями от 28.10.2008г. № 271). | <p>Индивидуальные предприниматели</p> <p>Физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица (индивидуальные предприниматели), кроме – осуществляющих сельскохозяйственную деятельность,</p> <p>– осуществляющих продажу населению товаров собственного производства (кроме продажи населению автотранспортных средств, мотоциклов, их деталей, узлов и принадлежностей, моторного топлива) и ремонт бытовых изделий и предметов личного пользования.</p> | Годовая. | Выборочное обследование по всем субъектам Российской Федерации; расслоенная случайная выборка, около 10% от числа зарегистрированных индивидуальных предпринимателей. |

Действующая система статистической отчетности субъектов малого предпринимательства. Продолжение

| Форма статистического наблюдения (дата утверждения и номер приказа) | Объект наблюдения (кто предоставляет) | Периодичность, срок представления | Метод наблюдения |
|--|--|--|--|
| № 1-ИП «Основные сведения о деятельности индивидуального предпринимателя» (01.06.2009 № 99). | Физические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (индивидуальные предприниматели), с численностью работающих от 101 человека и более (включая партнеров, помогающих членов семьи, наемных работников). | Месячная (не позднее 4 числа после отчетного периода). | Все объекты наблюдения. |
| № 1-ИП (торговля) «Сведения о деятельности индивидуального предпринимателя в розничной торговле» (28.10.2008 г. № 271). | Граждане, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (индивидуальные предприниматели) по продаже товаров населению и ремонту бытовых изделий и предметов личного пользования. | 1 раз в год 21 сентября. | Выборочное обследование, объем выборки 5% от числа индивидуальных предпринимателей, зарегистрированных с кодом ОКВЭД 52. |
| № ПМ (ПРОМ) - ИП (23.09.2008 № 235). | Юридические лица (кроме микропредприятий), – предпринимательской деятельностью без образования юридического лица (индивидуальные предприниматели), с численностью работающих от 16 до 100 человек, осуществляющие производство продукции добывающих, обрабатывающих производств, производство и распределение электроэнергии, газа и воды, лесозаготовки, а также рыболовство. | Месячная (не позднее 4 числа после отчетного периода). | Все объекты наблюдения. |
| № 1-ИП (река) «Сведения о деятельности индивидуальных предпринимателей на внутреннем водном транспорте» (27.12.2001 № 99). | Индивидуальные предприниматели, осуществляющие перевозки грузов и пассажиров собственными и арендованными судами. | Годовая. | Все объекты наблюдения. |

Приложение 4. Детали модели статистической классификации малых предприятий по стадиям жизненного цикла

Таблица 1. Детали модели статистической классификации малых предприятий по стадиям жизненного цикла

| | Возраст | Успешность бизнеса | Численность сотрудников | Оборот | Степень стагнации | Доля предпринимательской, рентабельной прибыли | Доля рентабельной (если есть) рентабельной (если есть) прибыли | Горизонт планирования | Финансовые риски | Наемные управленцы | Планируется найм управленцев | Степень регламентации | Степень контроля | Склонность к риску | Склонность к инновациям |
|-----------------|---------|--------------------|-------------------------|--------|-------------------|--|--|-----------------------|------------------|--------------------|------------------------------|-----------------------|------------------|--------------------|-------------------------|
| Становление | 1 3,3 | 0,79 | 12,68 | 10,41 | 3 | 0,46 | 33,24 | 6,81 | 3 | 0,18 | 0,22 | 2,66 | 2,41 | 3,18 | 2,76 |
| Рост | 2 4,58 | 0,9 | 16,75 | 6,53 | 2,8 | 0,45 | 37,05 | 13,49 | 2,94 | 0,38 | 0,2 | 2,76 | 2,61 | 3,22 | 2,66 |
| Зрелость | 3 7,3 | 0,99 | 21,61 | 8,86 | 2,9 | 0,35 | 32,43 | 10,26 | 2,85 | 0,47 | 0,16 | 2,49 | 2,4 | 3,06 | 2,97 |
| Кризис развития | 4 7,53 | 0,52 | 21,69 | -17,21 | 3,59 | 0,27 | 35,57 | 6,86 | 2,67 | 0,54 | 0,1 | 2,9 | 2,94 | 3,35 | 3,17 |
| Возрождение | 5 4 | 0,67 | 14,67 | 21 | 3 | 0,83 | 39 | 8 | 3 | 0,67 | 0,5 | 3 | 3 | 3 | 2,5 |
| Спад | 6 7,14 | 0,48 | 12,44 | -12,71 | 3,53 | 0,25 | 30,53 | 7,02 | 2,93 | 0,46 | 0,14 | 2,59 | 2,68 | 3,17 | 3,29 |
| В целом | 5,96 | 0,75 | 16,93 | 0,21 | 3,15 | 0,36 | 34,07 | 8,86 | 2,89 | 0,41 | 0,17 | 2,67 | 2,59 | 3,18 | 2,96 |

Таблица 2. Медианные значения характеристик предприятий для различных стадий жизненного цикла

| | | Возраст | Численность сотрудников | Оборот стагнации | Степень | Доля реинвестируемой прибыли (если есть) | Горизонт планирования |
|-----------------|---|---------|-------------------------|------------------|---------|--|-----------------------|
| Становление | 1 | 2,5 | 9,5 | 10 | 3 | 20 | 6 |
| Рост | 2 | 4 | 13,5 | 7,5 | 3 | 22,5 | 12 |
| Зрелость | 3 | 8 | 15 | 10 | 3 | 15 | 12 |
| Кризис развития | 4 | 9 | 14 | -10 | 4 | 17,5 | 5 |
| Возрождение | 5 | 3,5 | 15 | 20 | 3 | 50 | 9 |
| Спад | 6 | 8 | 8 | 0 | 4 | 10 | 6 |
| В целом | | 6 | 12 | 5 | 3 | 20 | 6 |

Таблица 3. Оценки коэффициентов мультиномиальной логистической регрессии

| Переменная | Стадия жизненного цикла | | | | | Справочно – раунд 1. | | | | |
|------------------------------------|-------------------------|----------|----------|-------|----------|-------------------------|-----------|----------|-----------|-----------|
| | | | | | | Стадия жизненного цикла | | | | |
| | 1 | 3 | 4 | 5 | 6 | 1 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Возраст | -0,188* | 0,523*** | 0,489*** | -0,53 | 0,486*** | -0,17 | 0,65 | 0,47 | 0,56 | 0,31 |
| | -0,11 | -0,12 | -0,14 | -0,47 | -0,13 | -1,25 | (4,70)*** | (2,44)** | (2,80)*** | -1,17 |
| Успешный бизнес | 0,5 | 21,39*** | 0,44 | 1,95 | 0,27 | | | | | |
| | -0,75 | -2,67 | -0,94 | -2,11 | -0,89 | | | | | |
| Численность сотрудников | -0,03 | -0,02 | 0 | -0,21 | -0,057** | | | | | |
| | -0,02 | -0,02 | -0,02 | -0,22 | -0,03 | | | | | |
| Оборот | 0,0225* | 0,01 | -0,01 | 0,28 | -0,01 | 0,01 | -0,02 | -0,01 | 0 | -0,11 |
| | -0,01 | -0,01 | -0,01 | -0,2 | -0,01 | -0,81 | -1,3 | -0,25 | -0,24 | (1,82)* |
| Степень стагнации | 1,267** | 1,445** | 3,067*** | 8,94* | 2,311*** | -0,23 | -0,22 | 4 | 2,46 | 4,43 |
| | -0,58 | -0,64 | -0,75 | -5,09 | -0,71 | -0,47 | -0,37 | (2,24)** | (1,76)* | (2,36)** |
| Реинвестирование прибыли | 0,45 | -1,424** | -2,54*** | 37,7* | -2,78*** | -0,2 | -0,82 | 0,17 | -1,69 | 2,27 |
| | -0,58 | -0,66 | -0,83 | -20,5 | -0,79 | -0,31 | -1,17 | -0,16 | (1,77)* | -0,99 |
| Горизонт планирования | -0,117*** | -0,04 | -0,02 | -0,08 | -0,0805* | -0,05 | 0,01 | -0,25 | -0,1 | 0,05 |
| | -0,04 | -0,03 | -0,05 | -0,15 | -0,05 | -1,03 | -0,19 | (2,48)** | -1,03 | -0,8 |
| Наличие наемных менеджеров | -0,64 | 1,03 | 1,708** | 6,1 | 1,251* | | | | | |
| | -0,65 | -0,63 | -0,76 | -4,44 | -0,72 | | | | | |
| Регламентация действий сотрудников | 0,66 | -0,41 | 0,13 | 1,34 | -0,35 | | | | | |
| | -0,44 | -0,48 | -0,57 | -2,46 | -0,54 | | | | | |
| Степень контроля над сотрудниками | -0,36 | 0,26 | 0,89 | 0,1 | 1,075** | | | | | |
| | -0,43 | -0,45 | -0,56 | -1,71 | -0,52 | | | | | |
| Степень инновационной активности | -0,2 | 0,855** | 0,873** | -0,09 | 0,804** | 0,01 | 0,33 | 0,35 | 0,41 | 1,85 |
| | -0,33 | -0,37 | -0,42 | -1,1 | -0,4 | -0,04 | -1,06 | -0,79 | -0,92 | (2,24)** |
| Константа | -2,08 | -29,19 | -17,9*** | -73,3 | -12,2*** | 0,49 | -3,29 | -15,07 | -11,48 | -23,88 |
| | -2,32 | 0 | -3,66 | 0 | -3,29 | -0,3 | (1,75)* | (2,42)** | (2,32)** | (3,11)*** |
| Кол-во набл. | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 137 | 137 | 137 | 137 | 137 |

Под коэффициентами приведены значения стандартных ошибок.

Значимость коэффициентов – * – на уровне 10%, ** – на уровне 5%, *** – на уровне 1%.

Приложение 5. Отдельные показатели теневой активности малых предприятий⁵⁴

Таблица 1. Динамика составляющих теневого оборота субъектов малого предпринимательства с учетом стадии ЖЦМП

| | Динамика ЖЦМП | 2005 | | 2006 | | 2007 | | 2008 | | 2009 | |
|-------------------------------|------------------|------|-------------|------|-------------|------|-------------|------|-------------|------|-------------|
| | | Ср. | Ст. откл | Ср. | Ст. откл | Ср. | Ст. откл | Ср. | Ст. откл | Ср. | Ст. откл |
| Общая доля тени | + | 32,3 | – | 32,3 | – | 31,4 | – | 30,5 | – | 31,4 | – |
| | – | 39,6 | – | 39,1 | – | 33,9 | – | 30,8 | – | 26,4 | – |
| | всего | 34,4 | – | 34,2 | – | 31,8 | – | 30,2 | – | 29,5 | – |
| Теневой выпуск/ продажи | + | 16,5 | 17,2 | 16,1 | 16,8 | 15,2 | 16,5 | 14,3 | 15,9 | 14,6 | 17,1 |
| | – | 21,9 | 24,8 | 21,1 | 23,4 | 16,8 | 19,3 | 15,4 | 19,7 | 12,0 | 19,8 |
| | всего | 18,1 | 20,2 | 17,6 | 19,4 | 15,5 | 17,4 | 14,5 | 17,2 | 13,6 | 18,0 |
| Обналичка | + | 17,3 | – | 17,7 | – | 17,9 | – | 17,9 | – | 18,8 | – |
| | – | 18,9 | – | 19,4 | – | 18,5 | – | 16,7 | – | 15,9 | – |
| | всего | 17,7 | – | 18,1 | – | 17,9 | – | 17,3 | – | 17,7 | – |

Таблица 2. Динамика теневой активности предприятий с учетом размера (доля от общего оборота предприятия, в %)

| | 2005 | | 2006 | | 2007 | | 2008 | | 2009 | |
|-----------------|------|-------------|------|-------------|------|-------------|------|-------------|------|-------------|
| | Ср. | Ст. откл | Ср. | Ст. откл | Ср. | Ст. откл | Ср. | Ст. откл | Ср. | Ст. откл |
| Теневые продажи | 15,6 | 20,1 | 14,9 | 19,3 | 11,7 | 17,4 | 9,3 | 17,2 | 7,6 | 18,0 |
| Обналичка | 14,2 | 23,6 | 14,3 | 23,4 | 14,2 | 23,4 | 13,0 | 22,8 | 12,7 | 23,3 |
| Всего | 28,7 | – | 28,0 | – | 24,6 | – | 21,1 | – | 19,0 | – |

⁵⁴ С использованием данных исследования: Мигин С.В., Шестомеров О.М., Шеховцов А.О., Щетинин О.А. Оценка доли теневого оборота в малом предпринимательстве в 2002-2006 гг. М.: МОНФ; НИСИПП, 2007. — 127 с. — Серия «Научные доклады: независимый экономический анализ», № 199.

Таблица 3. Динамика теневых продаж предприятий с учетом размера (доля от общего оборота предприятия, в %)

| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|---------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| до 1 млн. рублей | 22,45 | 24,00 | 21,60 | 20,38 | 18,72 |
| от 1 до 5 млн. рублей | 20,19 | 18,91 | 16,84 | 16,16 | 16,96 |
| от 5 до 20 млн. рублей | 16,48 | 15,64 | 13,66 | 13,21 | 11,93 |
| от 20 до 50 млн. рублей | 14,04 | 12,50 | 10,77 | 8,40 | 7,69 |
| от 50 до 100 млн. рублей | 21,00 | 21,00 | 18,00 | 13,75 | 2,50 |
| от 100 до 200 млн. рублей | 5,00 | 5,00 | 5,00 | 3,00 | 2,00 |

Таблица 4. Динамика обналички с учетом размера (доля от общего оборота предприятия, в %)

| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|---------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| до 1 млн. рублей | 23,82 | 24,26 | 23,17 | 23,66 | 24,73 |
| от 1 до 5 млн. рублей | 14,80 | 16,30 | 15,53 | 15,54 | 16,83 |
| от 5 до 20 млн. рублей | 21,76 | 21,18 | 22,26 | 20,74 | 19,55 |
| от 20 до 50 млн. рублей | 10,29 | 10,33 | 9,64 | 9,56 | 9,22 |
| от 50 до 100 млн. рублей | 10,21 | 10,24 | 9,22 | 4,41 | 2,78 |
| от 100 до 200 млн. рублей | 13,84 | 13,89 | 13,72 | 13,77 | 13,92 |

Таблица 5. Динамика теневой активности предприятий с учетом размера (доля от общего оборота предприятия, в %)

| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|---------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| до 1 млн. рублей | 44,39 | 46,27 | 42,71 | 41,86 | 40,92 |
| от 1 до 5 млн. рублей | 33,82 | 33,87 | 30,99 | 30,26 | 32,07 |
| от 5 до 20 млн. рублей | 36,52 | 35,08 | 33,94 | 32,05 | 29,48 |
| от 20 до 50 млн. рублей | 23,52 | 21,98 | 19,55 | 17,08 | 15,97 |
| от 50 до 100 млн. рублей | 30,40 | 30,40 | 26,40 | 17,75 | 5,00 |
| от 100 до 200 млн. рублей | 17,75 | 17,75 | 17,50 | 15,50 | 14,50 |

**ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ
РАУНД 2**

*Общая редакция
А.А. Шамрай*

Подписано в печать 12.07.2010

Печать офсетная

Тираж 800 экз.

Фонд «Либеральная миссия»
101990, Москва, ул. Мясницкая, 20
Тел.: (495) 621 33 13, 623 40 56
Факс: (495) 623 28 58