

УДК 334.012.64:339.5

В.Г. Норин,

канд. экон. наук, доцент кафедры мировой экономики и таможенного дела  
Хабаровского государственного университета экономики и права

Д.В. Андриенко

РОЛЬ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЕАЛИЗАЦИИ  
ЭКСПОРТООРИЕНТИРОВАННОЙ СТРАТЕГИИ РФ

*В статье рассматривается роль малого и среднего бизнеса в реализации экспортоориентированной стратегии РФ.*

**Ключевые слова:** государственное регулирование, малое предпринимательство, малый и средний бизнес, экономика, конкурентная среда, внешние рынки.

*This article discusses the role of small and medium business in the implementation of export-oriented strategy of the Russian Federation.*

**Keywords:** state regulation, small entrepreneurship, small and medium business, economy, competitive environment, foreign markets.

Современная мировая социально-экономическая ситуация характеризуется:

- глобализацией производства и рынков;
- высокими темпами технологического развития и модернизации, увеличением на рынке доли высокотехнологичной продукции;
- короткими циклами жизни, высокой степенью диверсификации товаров и услуг, резкими колебаниями спроса на разные виды продукции;
- увеличением значения нематериального производства, «креативного капитала» и «экономики знаний» в глобальной экономике;
- ограниченностью материальных ресурсов и повышенными требованиями к экологичности и безопасности выпускаемой продукции;
- повышенными требованиями к качеству товаров и услуг, введением единых международных стандартов качества.

В этих условиях субъекты малого и среднего предпринимательства (МСП) оказываются более гибкими при реагировании на постоянно изменяющуюся рыночную конъюнктуру, обеспечивая высокую эффективность капиталовложений.

В условиях углубляющегося международного разделения труда и глобализации мировой экономики всё более отчетливую тенденцию приобретают процессы вовлечения субъектов малого и среднего бизнеса (МСБ) в инновационную сферу хозяйства: малое и среднее предпринимательство становится производительной силой инновационной экономики, что предполагает возможность и необходимость выработки новых механизмов государственной поддержки и стимулирования инновационных форм деятельности субъектов малого и среднего бизнеса на макро-, мезо- и микроуровнях экономики [1; 5].

Малый и средний бизнес – это среда для инноваций, более гибкая, приспособ-

ливающаяся к меняющимся условиям рынка, спроса. Поэтому это внутренний источник развития, который необходимо всеми силами поддерживать. Малое и среднее предпринимательство является важным фактором социальной и политической стабильности как в РФ, так и на региональном уровне, и в значительной степени является основой становления местного самоуправления.

На малое и среднее предпринимательство возлагаются большие надежды по увеличению темпов роста развития экономики и повышения благосостояния общества, поскольку именно субъекты данного сектора экономики являются и основными потребителями высокотехнологичной, а значит, дорогостоящей продукции. Малое и среднее предпринимательство способствует формированию конкурентной среды, созданию рабочих мест, насыщению рынка отечественными товарами и услугами, увеличению налоговых поступлений в бюджеты всех уровней.

В развитых странах сектор МСП играет важную роль в социально-экономическом развитии и повышении уровня благосостояния населения, обеспечивает значительную долю валового внутреннего продукта и занятость населения. Но при этом субъекты МСП нуждаются в стимулировании и поддержке со стороны государственных и общественных структур, поскольку в массе своей не в состоянии реализовывать всю полноту управленческих функций. Особенно это касается ресурсного обеспечения на старте бизнеса и минимизации затрат на сервисные управленческие функции, такие как исследование рынка, поиск партнёров

и заказов, информационное и правовое обеспечение и т.п.

Основные направления государственного стимулирования, поддержки и развития МСП в развитых странах следующие:

- постоянный мониторинг состояний и тенденций развития МСП;
- регулярное совершенствование нормативно-правовой базы в целях создания благоприятных условий для бизнеса в изменяющейся социально-экономической ситуации;
- развитие научно-технологической инфраструктуры, ориентированной на инновационные и высокотехнологичные субъекты МСП (бизнес-инкубаторы, технопарки (свободные экономические зоны и т.п.);
- выстраивание эффективного взаимодействия крупного, среднего и малого бизнеса. Кластеризация, субконтрактинг, аутсорсинг;
- совершенствование и постоянное расширение форм финансовой и иной ресурсной поддержки МСП;
- повышение экспортного потенциала МСП и развитие форм международного сотрудничества в области развития МСП;
- повышение престижа предпринимательской деятельности среди населения, вовлечение в бизнес социально незащищённых групп населения и молодежи;
- развитие единой инфраструктуры поддержки и развития МСП, построенной от государственного до муниципального уровня, обладающей достаточными полномочиями, механизмами и средствами для эффективной работы;
- развитие системы непрерывного образования и профессионального обучения и повышения квалификации всех со-

трудников, включённых в деятельность по развитию МСП: государственных служащих, специалистов инфраструктуры поддержки МСП, предпринимателей, менеджеров и специалистов;

- интенсивное развитие информационных сетей и систем, обслуживающих разнообразные потребности МСП.

В условиях усиления давления на российскую экономику со стороны западных государств посредством введения новых санкций роль малого и среднего предпринимательства возрастает. Именно на этот сектор экономики в условиях кризиса ложится основное бремя. Государство должно стимулировать качественный рост МСП путём устранения следующих недостатков:

- в управлении малым и средним предпринимательством преобладает администрирование;

- отсутствует принцип селективности. Существующая система поддержки малого и среднего предпринимательства имеет общий характер и не способствует выявлению «точек роста»;

- существуют пробелы в поддержке и развитии предпринимательства. Отсутствует целостная благоприятная среда как для выращивания потенциальных предпринимателей на дотационных территориях, так и создания управленческих команд для развития инновационных бизнесов на развитых территориях. Имеются разрывы в цепи непрерывной поддержки субъектов МСП разных категорий и различного уровня развития, в том числе предприятий, ориентированных на инновации;

- отсутствует единое информационное поле для принятия эффективных управленческих решений в отношении МСП.

Необходимо ориентировать деятельность предприятий малого и среднего бизнеса на внешние рынки, формируя тем самым экспортную ориентацию, а значит, и конкурентоспособность данного сектора экономики. Именно развитие экспортоориентированной деятельности малого и среднего бизнеса может стать своего рода иммунитетом от инфляционных и кризисных явлений, с которыми сталкивается экономика нашего государства на современном этапе своего развития [1].

Поскольку глобализационные экономические процессы и нестабильная динамика рыночных отношений постоянно изменяют среду функционирования предприятий малого и среднего бизнеса, что ведёт к более жёсткой конкурентной борьбе, им необходимо научиться адаптироваться к новым условиям, более эффективно реализовывать свою стратегию внешнеэкономической деятельности [2].

Таким образом, основной целью осуществления внешнеэкономической деятельности предприятий малого и среднего бизнеса должно стать повышение конкурентоспособности на внешнем рынке.

Создание эффективной стратегии внешнеэкономической деятельности рассматривается предприятиями малого и среднего бизнеса как фактор повышения конкурентоспособности и занятия доминирующих позиций на избранных в стратегии внешних рынках.

Безусловно, необходимым условием осуществления предприятиями малого и среднего бизнеса внешнеэкономической деятельности является обеспечение конкурентоспособности на мировой арене, а для этого им необходимо правильно и

чётко определять линию поведения в долгосрочной перспективе [3]. Общая стратегия внешнеэкономической деятельности является планом управления, который распространяется на все предприятия малого и среднего бизнеса, охватывая все направления их деятельности.

Предприятие, начиная свою деятельность на внешнем рынке, сталкивается с проблемами, возникающими:

- из-за отсутствия опыта работы на рынке вести дела с торгово-посредническими организациями;
- недостаточной готовности руководителей предприятий к преодолению возникающих трудностей.

Кроме того, при выходе на внешний рынок предприятия попадают в условия жёсткой международной конкуренции. Поэтому предприятие, планируя выход на внешний рынок, должно разрабатывать собственную стратегию, подразумевающую внимательное рассмотрение всех альтернативных вариантов в сфере внешнеэкономической деятельности, относящихся к долгосрочным целям, и их обоснование для принятия тех или иных решений.

Чтобы предприятия малого и среднего бизнеса более безболезненно для себя и эффективнее для российской экономики закрепились на внешних рынках, государству необходимо разработать стратегию поддержки выхода малого и среднего бизнеса на внешние рынки [4]. В данной стратегии должны быть прописаны механизмы и инструментарий поддержки предприятий малого и среднего бизнеса от возможности налоговых льгот, до курирования торговыми атташе и торговых представительств, а также иных государ-

ственных органов. Государственным органам в рамках реализации стратегии необходимо более активно оказывать помощь МСП:

- в выходе на внешние рынки через организацию участия в международных выставках и форумах;
- представлении рекламной информации в международных каталогах и информационных системах;
- оказании другой организационной помощи при оформлении и сопровождении экспортных контрактов;
- создании специальных центров продвижения экспорта;
- открытию национальных представительств по всему миру, цель которых состоит в расширении деловых связей и продвижении соотечественников на внешние рынки, поиске выгодных международных партнеров.

Государству на постоянной основе необходимо регулярно осуществлять мониторинг и оценку состояния малого и среднего предпринимательства, чтобы гибко реагировать на колебания мировой социально-экономической системы.

Необходимо постоянно совершенствовать методы оценки, осуществлять проведение широкомасштабных международных исследований, разработать и запустить в работу систему обмена данными между национальными системами поддержки и развития МСП, объединяющую, в частности, федеральный, региональный и муниципальный уровни, а также создать глобальную сеть поддержки малого и среднего предпринимательства. Такие системы могли бы объединить государственные, коммерческие и обще-

ственные предприятия и организации, исследовательские институты и т.п., включённые в инфраструктуру стимулирования, поддержки и развития МСП, обеспечили бы всем заинтересованным субъектам открытый, своевременный доступ к требуемой информации. В качестве примера можно привести сеть бесплатного информационного обслуживания МСП SBA-Net в США, в которой действуют следующие информационные системы:

– ACE-Net (Angel Capital Electronic Network) – служба поиска инвесторов и финансовой поддержки для МСП на сумму от 0,25 до 5 млн дол. США;

– Business LINC – система обеспечения информацией предпринимателей о возможностях взаимодействия малых средних и крупных предприятий;

– PRO-Net – система для осуществления маркетинговых исследований в части изыскания и размещения государственных, региональных и частных заказов, о поставках и закупках;

– TECH-Net – информационная система о технологических ресурсах, высоких технологиях и предприятиях, реализующих эти технологии, или ведущих НИОКР в этих направлениях;

– Trade Net – система для развития экспортных возможностей МСП и поиска партнёров в международной торговле, предоставления консультаций и информации о финансовых, правовых, таможенных и других особенностях осуществления экспортных операций;

– SUB-Net – система для размещения сведений генеральных подрядчиков (федеральных, региональных и местных органов власти, крупных предприятий,

международных компаний и др.) о текущих или перспективных субконтрактных возможностях для МСП.

Таким образом, разработка стратегии поддержки выхода малого и среднего бизнеса на внешние рынки и её реализация позволит в перспективе получать не только значительные поступления в бюджеты всех уровней, но и вывести отечественную экономику на более высокий инновационно-интенсивный путь развития.

#### Список использованных источников

1 Актуальные проблемы внешнеэкономической стратегии России / под ред. С. А. Ситаряна. М. : Наука, 2003. С. 81–85.

2 Анисимов П. Международная стратегия развития внешнеэкономической деятельности российских предприятий / П. Анисимов // РИСК. 2013. № 3. С. 42–46.

3 Брезгина К. В. Стратегии развития внешнеэкономической деятельности промышленных предприятий / К. В. Брезгина // Экономические науки. 2007. № 9. С. 10.

4 Литвиненко В. А. Стратегия инновационного экономического развития России в составе ВТО / В. А. Литвиненко // Аудит и финансовый анализ. 2013. № 5. С. 374–380.

5 Михаленя М. А. Стратегия антикризисного развития предприятия / М. А. Михаленя // Сибирская финансовая школа. 2009. № 3. С. 124–128.

6 Тумин В. М. Внешнеэкономическая деятельность и маркетинговый подход в инновационном развитии предприятий / В. М. Тумин, К. В. Брезгина, Т. А. Тумина // Транспортное

дело России. 2006. № 9. С. 83.