

Немецкие модели развития среднего бизнеса – опыт для России

Михаэль Хармс: Мы затронули очень важную тему. Развитие малого и среднего предпринимательства одинаково необходимо как в Германии, так и в России. Но если говорить о заимствовании опыта, то, что же Россия может перенять от немецкой модели развития среднего бизнеса? В Германии распространено мнение, что в России среднего класса не существует. Однако это большое заблуждение. Сегодня мы наблюдаем активное и динамичное развитие среднего предпринимательства в России: производится очень инновационная и конкурентоспособная продукция, которая пользуется большим спросом. Темы малого и среднего классов в промышленности и сельскохозяйственной сфере также обсуждаются поставщиками, субконтрактерами и специалистами аутсорсинга.

Конечно, немецкий средний класс отличается от российского. Если посмотреть на цифры, то доля всех субъектов хозяйствования, относящихся к малому и среднему бизнесу в Германии, составляет 99%, в России - 89%. Почти равные доли. Есть другие аспекты, где цифры разнятся. 21% в России и 40% в Германии – это доля малого бизнеса в системообразующих отраслях промышленности. 60% и 80% - цифры, характеризующие доступность профессионального обучения. Из этих примеров видно, что количественный аспект, относящийся к малому и среднему предпринимательству в Германии более высокий по многим параметрам, но есть и существенные различия.

В настоящее время три четверти среднего бизнеса в России заняты торговлей и сферой услуг. Существует не так много фирм и предприятий, занимающихся промышленным производством, и зачастую они не являются ведущими в этой экономической нише с точки зрения технологий. Положительные исключения – сектор IT, где наблюдаются прорывные результаты в Германии. 1300 так называемых чемпионов в своей области – фирмы, которые являются ведущими в мировом масштабе. Они занимают совершенно определенную, конкретную позицию в промышленном производстве или сфере услуг и серьезно вкладываются в разработки и научные исследования. Эти предприятия провинциальны, в лучшем смысле этого слова, то есть их основные офисы находятся не в крупных, а в маленьких городах, где-то на периферии. Их высококвалифицированные сотрудники занимаются не столько массовой продукцией, сколько стремятся ориентировать свой продукт непосредственно на клиента, делают «костюм по мерке».

Лидером в сфере малого бизнеса сегодня являются США, там располагается более 350 ведущих мировых предприятий. Италия занимает второе место. Германия не отстает от них в этом рейтинге. Как получается, что Германия так успешна в области бизнеса? Можно, конечно, далеко зайти в историю, коснуться корней, но это не относится к нашей сегодняшней дискуссии. Важно понять и определить, какие инструменты необходимы для

того, чтобы малый и средний классы в России развивались и продвигались с помощью заимствования немецкого опыта.

В последние годы в России активно стимулировалось развитие промышленности для того, чтобы получить активный средний класс во многих отраслях. На федеральном уровне реализовывались экономические программы, благодаря которым многие бизнесмены могут позволить себе недорогие кредиты. Существуют налоговые преференции, очень активно продвигаются кластерные идеи в промышленной политике, инжиниринговые центры, есть банк МСБ (Международный Строительный Банк), который реализует программы поддержки малого и среднего предпринимательства. Это правильные и верные шаги, но насколько они достаточные? Мой посыл состоит в том, что такие шаги - далеко не все, можно сделать.

К решающими факторами, способными повлиять на развитие среднего класса в России, относится изменение рамочных условий и инвестиционного, предпринимательского климата. В Германии содействие молодым бизнесменам также является одной из основных задач. Над этим надо непрерывно работать, и мы это делаем по всему миру. Сегодня стремительно развивается та часть политических инициатив, которая касается помощи предпринимательству. Как этому способствовать, какие рамочные условия для этого нужны?

На словах решить эти проблемы довольно просто, но реализовать новые модели развития бизнеса на практике достаточно сложно. Средний класс все это прекрасно понимает. Высокие издержки по финансовым транзакциям – одно из препятствий, которое необходимо преодолевать, так как это тормозит развитие любого предприятия. Если на производство продукта затрачивается больше времени и труда, оформление транзакций сложное и существует очень жесткий контроль, который идет не на пользу, а во вред, то все это неизбежно включается в стоимость товара, и времени у предпринимателя на совершенствование своей продукции не остается. Отсутствие возможности повышать качество предоставляемых услуг или товара - один из ключевых показателей, замедляющих становление благоприятных условий для создания бизнеса.

Второе условие, тоже очень важное – позитивный, положительный эффект от системы правового государства. В стране должна быть сформирована такая налоговая система, которая дружелюбна по отношению к среднему классу. При слишком высоких издержках и налогах на прибыль семейное предприятие будет вынуждено уехать за рубеж, продать или вовсе закрыть свое дело.

Большую роль играют высококвалифицированные кадры. В Германии внедрена дуальная система профессионального образования. Она рассчитана на тех молодых людей, которые не идут в университеты и технические вузы, а получают диплом непосредственно на фирмах и предприятиях, сочетая практику с освоением теории в профессиональных школах. Это одна из

инициатив, которую внешнеторговая палата Германии предлагает перенять как успешную модель образования и использовать ее в Российских регионах.

Четвертое условие – хорошая экономическая политика. Средний класс должен иметь доступ к кредитам, к рынкам капитала. Также важно финансировать развитие инновационного производства. Инвестируя в какую-либо технологию, которая совсем не обязательно окажется перспективной, бизнесмен неизбежно идет на риск. Молодым предпринимателям необходима поддержка таких структур, которые будут регулярно функционировать и представлять интересы среднего и малого бизнеса за рубежом. Например, помогая участвовать в ярмарках, выставках, в международных форумах. Такое участие – прекрасная возможность и платформа для новых стартов и развития уже имеющегося опыта. По всему миру действуют более сотни хорошо зарекомендовавших себя промышленных ярмарок. Свои товары и услуги предлагают там не только молодые фирмы, но компании с мировыми именами.

Другой решающий фактор – развитие кластерных структур. Средний класс нуждается в поставщиках-субконтрактерах. Идеальная модель – когда в регионе есть и исследовательский блок, и производство, и системы сбыта, где они работают в одной связке. Это должно активно стимулироваться торгово-промышленной палатой Российской Федерации и Российско-Германской внешнеторговой палатой.

Поставщики и субконтрактеры в России являются нашей темой уже второй раз. Российско-Германская Внешнеторговая палата проводит ежегодную ярмарку в Москве специалистов в этих областях. Локализация производства иностранных фирм очень важна, и потенциал тут далеко не исчерпан.

И последний момент – это хорошая, добрая слава, положительный имидж предпринимательства, позитивная картинка. Я думаю, что в России, когда говорят о бизнесе, очень часто морщат нос и говорят: «Это олигархия, они все связаны с государством, а это не то, чего мы хотим». Перенимая опыт лучших моделей, Россия изменит свое отношение к среднему и малому предпринимательству в сознании многих людей.

Владислав Белов: Я хотел обратить внимание на то, что субъект по конституции – не просто регион как федеральная земля по Основному закону в Германии, а сложная хозяйственно-политическая организованность пространства. Такое длинное определение по-немецки называют очень просто *Wirtschaft Standort*. *Standort* - понятие, относящееся к экономической географии, его ввел младший брат Макса Вебера, Альфред Вебер в 1909 году. Почти 100 лет прошло с тех пор, как была написана первая работа по данному направлению. В отличие от российских областей, многие немецкие регионы проводят сознательную *Standort*-ную политику. Только тогда, когда власть организует диалог с бизнесом и населением, и когда бизнес включается в диалог с гражданами (у нас пока только есть диалог бизнеса с

властью), и договариваются, в чем состоят сравнительные преимущества территории, возникает модель взаимопонимания и совместного развития.

Господин Хармс упомянул кластеры. В России обычно ставят телегу впереди лошади, мы пошли по французской модели развития предпринимательства. Есть решение Владимира Владимировича Путина 2000-х годов о том, что надо разрабатывать основы кластерной политики. В 2008 году Министерство экономического развития РФ разработало соответствующие рекомендации. В прошлом, позапрошлом годах был определен 21 регион, где существуют кластерные образования. Они возникают там, где есть критическая масса малого и среднего бизнеса, где возникают сетевые взаимосвязи, и где бизнес готов сотрудничать и с властью, с образованием, и с наукой для достижения синергетического эффекта «два плюс два равно пяти». Малое и среднее предпринимательство - основа любого региона, и он успешен тогда, когда из него не уезжает население, не вывозятся местные капиталы. Первоочередная задача, которую необходимо решать – это создание дополнительных рабочих мест и условий для притока населения. Именно грамотная *standort*-ная политика – это обязательная предпосылка неформальной поддержки малого и среднего бизнеса.