

3. МАЛЫЙ БИЗНЕС В РЕСПУБЛИКАХ СЕВЕРНОГО КАВКАЗА: РИСКИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ И ПУТИ ИХ СНИЖЕНИЯ

Казенин К.И., к.ф.н., с.н.с. научного направления «Политическая экономия и региональное развитие» Института Гайдара; директор центра региональных исследований и урбанистики ИПЭИ РАНХиГС

Экономический кризис и пандемия COVID-19 в 2020 г. стали испытанием для малого бизнеса во всех регионах России. На Северном Кавказе некоторые виды предпринимательства являются сферой массовой занятости населения, и спад в них грозит серьезными социальными проблемами, способными привести к усилению диспропорций в пространственном развитии и появлению новых депрессивных территорий (для ряда отраслей характерна высокая концентрация в отдельных городах или районах). В условиях, когда малый бизнес в значительной степени остается в теневой зоне, возможность получения от государства востребованных форм поддержки в кризисное время может стать стимулом для «обеления» производства.

В ноябре 2020 г. в рамках разработки Стратегии социально-экономического развития СКФО автор провел экспресс-обследование, в ходе которого были опрошены предприниматели, работающие в трикотажном производстве (Карачаево-Черкесия) и обувном производстве (Дагестан). Такой выбор был связан с тем, что, по предварительным оценкам, основанным на данных открытых источников, в этих двух отраслях малого бизнеса на Северном Кавказе отмечается наиболее массовая занятость населения. Для каждой отрасли было проведено по 10 углубленных интервью с предпринимателями.

Ниже кратко описываются проблемы, с которыми, согласно результатам обследования, сталкиваются сегодня указанные отрасли, а затем предлагаются общие рекомендации, касающихся государственных мер поддержки социально значимых сегментов малого бизнеса на Северном Кавказе.

Карачаево-Черкесия: трикотажное производство

По оценкам опрошенных, в общей сложности в трикотажном производстве сейчас занято не менее 12 тыс. человек. Работает около 150 трикотажных цехов, количество станков в которых варьирует от 3–4 до 50–60. С учетом членов семей работников и предпринимателей как минимум 15% населения республики экономически зависят от этого производства. Особенно велико его значение в самом густонаселенном сельском районе Карачаево-Черкесии – Малокарачаевском, где в отрасли занято около половины всего

работающего населения. Вторым местом концентрации трикотажного производства является столица республики Черкесск. Средний годовой объем переработки сырья за последние 5 лет оценивается предпринимателями на уровне 10–12 тыс. т.

В ситуации пандемии и экономического кризиса трикотажный бизнес в Карачаево-Черкесии столкнулся с серьезными трудностями и при покупке сырья, и при сбыте продукции. В результате в большинстве цехов сезонный перерыв, ранее включавший около двух месяцев в летний период, увеличился в 2 раза или более, многие цеха перешли с двухсменного на односменный режим работы, сокращение сбыта по сравнению с прошлым годом большинство предпринимателей предварительно оценивает минимум в 20–30%.

Сырье (пряжа) доставляется в Карачаево-Черкесию почти исключительно из-за рубежа, преимущественно из Турции (на 2-ом месте Китай). Поставки сырья осуществляются в основном региональными предпринимателями, которые продают его производителям в рассрочку: сбыт местной трикотажной продукции носит ярко выраженный сезонный характер, и расплачиваются производители с поставщиками после осеннего пика продаж. При этом суммы платежей зависят от курса доллара на момент расчета. Снижение курса рубля к доллару в текущем году заметно сократило прибыль производителей, для многих из них затруднительно расплатиться с поставщиками в установленные сроки.

Существенно сократились возможности сбыта через тот канал, который до пандемии был основным – через оптовые рынки в нескольких городах-миллионниках. Многие оптовые продавцы, реализовывавшие продукцию Карачаево-Черкесии, после весеннего локдауна ушли из бизнеса или заметно сократили его объемы, опасаясь новых ограничительных мер. В условиях сокращения покупательной способности населения продукцию из региона в оптовой торговле стали вытеснять ее более дешевые аналоги из Китая.

При этом опыт реализации продукции через крупные торговые сети большинство предпринимателей оценивают как неуспешный, поскольку сети диктуют низкие цены, часто требуют чрезмерно больших для местных цехов объемов поставок, а также настаивают на подписании договоров на год с фиксированной ценой, что грозит производителям потерями из-за колебаний курса рубля. Более перспективным путем диверсификации сбыта предприниматели назвали торговлю через интернет-магазины, преимущество которых они видят в более низкой цене для конечного потребителя и в независимости торговли от возможных противоэпидемических ограничений. Объем своей продукции, реализуемой в текущем году через интернет-магазины, владельцы цехов оценивают в 20–40%. Барьером для использования интернет-магазинов является отсутствие необходимого опыта работы с ними, вследствие чего на рынок выходят посредники, скупающие продукцию по заниженным ценам для ее последующей онлайн-реализации.

Дагестан: обувной бизнес

По данным респондентов исследования, в настоящее время в регионе работает не менее 17 фабрик с численностью работников 50–100 человек и несколько сотен малых цехов. В сентябре 2020 г. Министерство промышленности и торговли Дагестана оценило ежегодный объем «неофициального»

3. Малый бизнес в республиках Северного Кавказа

выпуска обуви в республике в 5 млн пар, а число «неофициально» занятых – в 15 тыс. человек. Цеха в основном концентрируются в Махачкале, являющейся, наряду с Ростовом-на-Дону, главным центром производства обуви на Юге России. Местные производители ориентируются в основном на виды обуви, пошив которых требует ручной работы, в связи с чем технологические процессы меняются мало. Кожа и комплектующие практически полностью завозятся из-за пределов республики, в том числе из-за рубежа.

Предприниматели отмечают, что реализация продукции через оптовые рынки заметно сократилась из-за пандемии и карантинных мер. Однако сокращение сбыта местной обуви через рынки происходило и в предшествующие 3–5 лет, что участники опроса объяснили общим снижением доли обуви, реализуемой таким способом. По мере этого снижения все больше мелких производителей становятся «субподрядчиками» нескольких крупных дагестанских цехов, шьющих обувь по заказу владельцев двух известных брендов. Эти крупные цеха часть заказов выполняют самостоятельно, а часть передают мелким цехам, снабжая их сырьем и комплектующими и, как правило, производя предоплату на уровне, обеспечивающем заработную плату работникам. По оценкам опрошенных, такая модель работы является сейчас основной для 30–50% мелких цехов. Отметим, что она во многом способствовала частичному «обелению» отрасли, поскольку все расчеты, связанные с исполнением заказов владельцев крупных брендов, производятся на основании официальных договоров. Однако мелкие производители, признавая работу с крупными цехами основным способом сохранения производства, оценивают договоры с ними как «кабальные», позволяющие скорее «выжить», чем развивать производство из-за диктуемых крупными цехами низких закупочных цен. Такое положение может стать генератором социальной напряженности, связанной в том числе и с тем, что владельцы крупных цехов главным образом являются выходцами из очень ограниченного числа влиятельных в регионе семей (преимущественно уроженцами одного горного района).

Возможный выход из нынешней ситуации опрошенные видят не в наращивании привычной торговли через оптовые рынки, а в расширении числа крупных заказчиков, создании для них более конкурентной среды. Отчасти предпосылки к этому уже складываются. Так, растут объемы заказов мелким цехам от производителей из других регионов, прежде всего из Ростовской области. С ними реализуется та же схема «субподряда», с той разницей, что сырье и комплектующие мелкие цеха в этом случае в основном не получают от заказчика, а приобретают в рассрочку. Также опрошенные видят перспективу в развитии интернет-торговли, однако большинство мелких производителей пока не освоили ее технологию и через интернет-магазины продукцию реализуют чаще всего, как и в Карачаево-Черкесии, предприниматели-посредники, скупающие продукцию малых цехов оптом по низким ценам.

* * *

На примере рассмотренных отраслей могут быть рекомендованы следующие меры государственной поддержки социально значимых отраслей малого бизнеса на Северном Кавказе в условиях нынешних экономических трудностей.

Во-первых, важна помощь предпринимателям в заключении прямых договоров с владельцами крупных брендов на изготовление их изделий

и с торговыми сетями – на реализацию продукции. Основным механизмом здесь является льготный доступ на производственные выставки и обучение методам эффективного экспонирования продукции (в настоящее время участие в таких выставках многие опрошенные оценивают как неоправданно затратное и нерентабельное).

Во-вторых, полезным было бы предоставление возможности бесплатного обучения интернет-маркетингу и интернет-торговле.

Отметим, что эти меры поддержки могут способствовать «обелению» производства, если это будет условием их предоставления. Однако другим важным условием для «обеления» является рост доверия предпринимателей к контрольным органам и соблюдение последними ограничений на проверки предпринимателей, введенных в условиях пандемии. При этом очевидно, что попытки обеспечить выход малого бизнеса из тени исключительно силовыми методами в условиях нынешних экономических трудностей приведут лишь к массовому закрытию предприятий и, как следствие, к существенным социальным рискам. 