

GR В МАЛОМ БИЗНЕСЕ. ИНТЕРВЬЮ С ПРЕДСЕДАТЕЛЕМ КОМИССИИ СОСПП ПО РАЗВИТИЮ МСБ А.В. ХВАГИНОЙ

Крупный бизнес в промышленном регионе является ключевой движущей силой его развития. Кейс Свердловской области в данном разрезе уникален, поскольку крупный бизнес заинтересован в развитии территорий своего присутствия, в том числе, и развитии малого и среднего предпринимательства в регионе. Председателем комиссии СОСПП по развитию малого и среднего бизнеса Анна Владимировна Хвагина рассказывает о роли крупного бизнеса в развитии МСП и тех компетенциях, которые необходимы GR-специалисту для отстаивания интересов малого и среднего бизнеса.

Ключевые слова:

Малое и средне предпринимательство, GR, government relations, взаимодействие с государственными органами, бизнес-ассоциации, СОСПП, РСПП, налог на самозанятых, брендинг территории.

Хвагина Анна Владимировна, председателем комиссии СОСПП по развитию МСБ:

Поговорим о малом, очень малом бизнесе и среднем бизнесе. Нужно сказать, что GR – это работа отраслевых организаций. Я являюсь заместителем генерального директора по GR крупной компании «Транссибурал». Это многопрофильная компания, основной бизнес которой – железнодорожные перевозки. Практически все свои вопросы я решаю внутри компании, но безусловно мы ищем поддержки и в общественных объединениях. Мой непосредственный руководитель возглавляет комитет по транспорту и логистике в СОСПП, но свои вопросы мы стараемся решать напрямую. У малых и средних предприятий такой единицы в штате нет, поэтому роль бизнес-объединений как никогда велика.

Малый бизнес – предприятия с численностью от 16 до 100 сотрудников, а их выручка не превышает 400 млн руб. Все, что меньше, – это микро-бизнес. А средний бизнес включает от 101 до 250 сотрудников, а годовой оборот не превышает 1 млрд. руб.

Малый и средний бизнес предпочитает заниматься торговлей, ремонтом автомобилей и других изделий, то есть разного вида сервисами. Не могу не отметить тенденции по региону: переход дистрибьюторской компании в производственный сегмент, когда дистрибьютерская, дилерская компания разбирает на винтики некий продукт, продает и создает новый продукт, то есть происходит практически импортозамещение.

Мне кажется, что не существует универсальных GR-специалистов. Ценны специалисты-отраслевники. Я набираю компетенцию в транспортной отрасли, для чего я должна знать все – от регламента по установке колесной пары до практически всех маршрутов. В сфере GR для МСП такой воз-

можности нет, это межотраслевая сфера, поэтому я бы выделила несколько основных проблем. К сожалению, количество субъектов МСП сокращается на 6-7% в год по России, на 11% – по Свердловской области, а в УрФУ – на 13%.

Вшивцева Марина Николаевна, исполнительный вице-президент СОСПП:

Данная негативная тенденция связана с тем, что идет большой крестовый подход против фирм-однодневок. Остается надеяться, что процент этот будет снижаться.

Хвагина А.В.:

К тому же существуют предприятия, работающие в серой зоне. Сокращается количество граждан, занятых в МСП, потому что МСП переходит на черную зарплату.

Один из важных аспектов – это риски ведения серого бизнеса, пути выхода из серой зоны. В частности, в Свердловской области интересна история с введением налога на профессиональный доход. При этом, налог на самозанятых в некоторых отраслях оптимизирует процесс, а в некоторых, наоборот, рушит. Мы планируем провести круглый стол по этому вопросу. Свердловская область не включена в пилотный проект, но есть хорошие шансы в него попасть. Правительство ставит перед нами амбициозные задачи: достичь к 2024 г. количество занятых в малом и среднем бизнесе до 25 млн человек, а долю в ВВП – до 22%.

Что же МСП ждет? Безусловно, заказов, кооперации с крупными компаниями в любых вопросах, применения конкретных инструментов финансирования (грантов, займов, субвенций). На региональном уровне формируются программные документы – концепции стратегии развития МСП. Деловые объединения участвует в этом процессе, собирают мнения, чтобы

корректно представить свою позицию. В частности, по Свердловской области этим занимается Марина Николаевна Вшивцева: только благодаря ей появился пункт о кластерном развитии, включенный в концепцию стратегии, на которую мы теперь можем ссылаться.

От нас ожидают работу с контрольно-надзорными ведомствами, потому что никто так не страдает от проверок, как МСП. Здесь работа ведется, прежде всего, в части противодействия коррупции. Мы пытаемся найти реальные кейсы коррупции по проверке и работать адресно.

Упаковка проектов, продуктов - тоже деятельность нашей комиссии. Часто у представителей МСП есть отличная идея, но она не является проектом, в связи с чем предпроектную подготовку берет на себя комиссия. Например, собирает экспертов из отрасли, и таким образом комиссия берет на себя функцию предакселатора.

Что касается образовательных программ, то первенство следует отдать Свердловскому областному фонду поддержки предпринимательства: у них есть разнообразные программы. В этом году мы запустили свой образовательный проект «Точка роста» - серию семинаров для МСП, состоящую из блоков юридической и финансовой грамотности, и управленческого консалтинга.

Что нужно знать и уметь, какими компетенциями обладать, если вдруг вы избрали своей стезей содействие малому и среднему бизнесу? Нужно иметь высокую правовую грамотность. Это история про межотраслевые коммуникации: закупки, таможенное законодательство, антимонопольное законодательство, программные отраслевые документы и market research, принципы работы с региональными бизнес-

акселераторами, венчурными фондами, инструменты частных фондов, законодательство в сфере лицензирования и сертификации, полномочия органов государственной власти. Необходимо следить за рынком, потому что есть примеры, когда тренды рынка менялись за 2 года так, что продукт становился менее востребованным, как мог бы быть.

Что нужно уметь? GR-специалист для МСП - это оратор, аналитик, вдохновляющий субъект, который должен уметь писать, выступать и разубеждать, побеждать и проигрывать, уметь работать со СМИ, иметь чувство юмора и любить свою работу.

Кого нужно знать и зачем? Нет лишнего контакта в работе МСП. Не всегда самый простой способ - вынесение обсуждения на комитете: важен личный контакт, тут его сложно переоценить. Нужно формировать предложения органам государственной власти, например, в части программ и инструментов поддержки МСП. Мы все время слышим, что инструментов поддержки большое количество, но именно на GR-специалисте лежит миссия донести до органов, что эти инструменты не работают, что их нужно изменить, а главное, почему это нужно сделать. Работа с бизнесом по выявлению потребностей ниш для кооперации МСП - это самое сложное, так как крупный бизнес не готов к диалогу МСП. Это наследие промышленного провала 1990-х годов. GR-специалист в МСП ведет работу по поиску финансирования, взаимодействует с акселераторами, фондами, работает с предпринимательскими инициативами, упаковывает продукт, работает над формированием кластерных инициатив.

Когда вы работаете GR-менеджером в крупной компании, ваша мотивация очевидна, однако когда вы работаете на МСП, то в целом ваша мотивация не очевидна.

Орлов И.Б.:

Часть малого и среднего бизнеса ассоциирована с деловыми объединениями, какая-то часть не входит в деловые объединения. Вы сказали, что крупный бизнес не готов сотрудничать с малым, что это значит? Или не готовы отдельные предприятия, а комиссия готова? Комиссия СОСПП занимается только GR?

Хвагина А.В.:

Комиссия занимается развитием МСП, поиском потенциальных проектов и GR.

Орлов И.Б.:

Чем тогда занимаются «Деловая Россия» и «Опора России»?

Хвагина А.В.:

Пул МСП, которые входят во все комитеты, на региональном уровне практически один и тот же. По МСП не должно быть ограничений. И у нас нет ограничений по членству.

Вшивцева М.Н.:

Нас называют «профсоюзом олигархов», но мы работаем с широкой линейкой предприятий. Крупному бизнесу инструменты GR нужны исключительно, это системные подходы с работой КЦП, инвестициям, то есть с теми задачами, которые необходимы экономике. У малого бизнеса такие системные задачи стоят на втором месте. Мы работаем с системными изменениями, кейсы нам необходимы для того, чтобы мы могли подкрепить системную проблему. Для отдельных историй, когда субъект МСП не смог решить какие-то вопросы с ОГВ, есть институт омбудсмена по правам предпринимателей, мы не подменяем его.

«Деловая Россия» интересна тем, что это объединение людей, сделавших себя сами, а не в результате приватизации. Это люди, которые выросли из малого бизнеса, люди-собственники, в то время как мы работаем с менеджерами. Собственники - это совершенно другая психология, они не заинтересованы в решении системных вопросов. Им удается уходить в конкретные проекты, это совсем другая работа.

Почему мы занимаемся МСП? Это не стратегическая задача, в какой-то мере свою роль сыграл субъективный фактор. Член нашего президиума, генеральный директор «Трансэкспро», возглавляет комитет по транспорту и является председателем правления малого и среднего бизнеса, потому что тоже рос на этой площадке. Стоит совместить эти комиссии, и мы работаем над этим.

Являясь «профсоюзом олигархов», мы не можем обходить тему взаимодействия МСП с крупными компаниями. Здесь разноплановые реалии, работа с малым бизнесом - это тоже элемент социальной ответственности, но не выстраивание кооперационной цепочки, хотя нашей задачей является доведение уровня качества до реального взаимодействия.

Следует отметить кейс города Каменск-Уральский 2015 г., когда сработал субъективный фактор. Руководитель нашего союза вместе с представителем ТПП сочли необходимым создать внутри муниципальную кооперацию, так как резко начала чувствоваться ситуация с падением рынка. На совете директоров было принято решение на площадке мэрии выбрать пул внутригородских работ на предприятиях, которые можно раздать МСП. В результате за год бюджет города вырос на 200 млн рублей, что для Каменск-Уральского является большим показателем. Хотя попытка распространить

этот опыт на другие муниципалитеты не сработала. Тем не менее, нужно отдать должное Министерству инвестиций, которое сделало под это строку в бюджете, а Фонд подготовил необходимую сумму для тиражирования. Попытка научно-технической кооперации не совсем сработала по разным причинам: некоторые предприятия находятся в сфере натурального хозяйства, оборонные предприятия не готовы рисковать, а в крупных корпорациях решение принимается на уровне Москвы. Задача в том, чтобы популяризировать этот опыт, привлекать внимание крупного бизнеса на различных площадках, крупных конференциях. Поэтому Союз работает с МСП, это один из сегментов нашей деятельности.

Хвагина А.В.:

До 2015 г. «ВСМПО-АВИСМА», дочернее предприятие «Ростеха», было ориентировано в стратегии на высокие переделы титана, обработку конечного продукта, механическую обработку титана, стоек шасси для самолетов Boeing. С наступлением 2015 г. «Ростех» спускает новую концепцию, в которой стоит задача увеличить объемы продаваемого сырья: «ВСМПО-АВИСМА» становится не заинтересован в производстве титана, но параллельно развивался кластер, то есть инициативная группа, которая могла выполнять лазерную резку, шлифовку. Все эти предприятия прошли процедуру аккредитации в Минэкономразвития и получили субсидию на развитие, но ВСМПО они стали не нужны. Кластер не «полетел», просто потому что изменился программный документ.

Фролова Мария Юрьевна, студентка 4-го курса НИУ ВШЭ:

На каком этапе представители МСП сталкиваются с наибольшими трудностями?

Хвагина А.В.:

На этапе открытия своего бизнеса – сфера правовой деятельности (лицензирование, сертификация продукции), взаимодействие с контрольно-надзорными органами. Здесь мы выступаем в форме просветителя, эту работу также ведет Фонд поддержки предпринимателей. У нас есть проект «Юридическая клиника», реализуемый совместно с Юридической академией. Это бесплатная юридическая помощь, где каждую пятницу квалифицированные юристы и магистранты принимают представителей МСП. Больше всего вопросов у представителей стартапов, которые интересуются, на каком этапе к ним придут контрольно-надзорные органы. Проблема первоначального капитала стоит даже в меньшей степени.

Вишивцева М.Н.:

Относительно 44-ФЗ, то в данной области возникает много экономических проблем, особенно вопросов по заключенным договорам. Министерство финансов взялось за работу по выявлению доходов и расходов муниципального управления. Министры на ежемесячной основе собирают комиссию по определению задолженности муниципалитетов перед бизнесом. Проблема в том, что работа была выполнена, акты подписаны, а бюджет не платит до последнего, экономят. Эта проблема почти решена, однако есть серая зона, когда между выполненной работой и подписанным актом существует непонятный временной период, но пока что изучать этот вопрос не хотят. Вопрос еще заключается в том, является ли это системной проблемой или разовыми случаями?

Фельдман Павел Львович, эксперт НУЛ исследований в области бизнес-коммуникаций НИУ ВШЭ:

Ведете ли Вы работу с чиновниками по «научению» их взаимодействию с МСП?

Хвагина А.В.:

На Свердловский фонд поддержки бизнес-предпринимательства возложена функция взаимодействия с главами муниципалитетов именно в этой части.

Вшивцева М.Н.:

Инструменты территориального развития таковы, что сейчас есть ощущение нужности территориальной программы типа биржи контактов крупных заводов, которые находятся на данной территории. Системного ответа нет: кто-то активно работает на уровне муниципалитета, кто-то в сложный период поддерживает своих, то есть ремонтные работы отдает горожанам. Есть задача создания системной биржи контактов, это задача территориальных подразделений. Мы планируем сотрудничать с ТПП, с остальными организациями в зависимости от территориального покрытия.

Хвагина А.В.:

Вспомнился кейс. Я вхожу в комиссию по выдаче беспроцентных займов, специфика которой заключается в рассмотрении заявок предпринимателей, многие из которых из муниципалитетов. В Каменск-Уральском выступил предприниматель с идеей открытия бассейна с пулом услуг для детей с ОВЗ, где порог заболеваний высок. На проект требовалось софинансирование. СОСПП вышел на администрацию города, вместе нашли территорию и здание, которое могло бы стать бассейном. Они заключили договор на представление этой территории в безвоз-

мездное пользование. Предприниматель сейчас реализует свой проект.

Матюненко Юлия Алексеевна, стажер Научно-учебной лаборатории исследований в области бизнес-коммуникаций:

Существуют ли региональные механизмы по выводу предприятий из серой зоны?

Хвагина А.В.:

Проблема есть, но единого механизма для всех отраслей не существует. Идет дискуссия по введению налога на самозанятых как инструмента по легализации бизнеса. Представитель общественного совета по такси, наш бывший заместитель министра транспорта Владимир Герасименко - ярый сторонник введения этого инструмента легализации бизнеса. Это связано с тем, что таксист, не регистрирующийся как ИП, не может быть зарегистрирован на платформе агрегатора. Агрегаторы анонсировали, что они будут работать с теми, кто платит налог на самозанятых. Таким образом, имея соответствующее удостоверение, он пополнит рынок таксистов.

Второй рынок, на котором озвучивается данная тема, - рынок индустрии красоты. Эксперты «Опоры России» выяснили, что порядка 60% индустрии красоты - серый рынок. В результате этого бюджет ежегодно недополучает 56 млн рублей в год, при этом я думаю, что эта цифра недооцененная. При проведении опроса участников белого рынка выяснилось, что те негативно относятся к введению налога на самозанятых, так как по нему самозанятые будут платить меньше, чем индивидуальные предприниматели. Внутри рынка существует противодействие этому.

Третий рынок - переработка лома и металлов. Для осуществления данного вида

деятельности необходимо иметь лицензию, которую самозанятые получить не могут, а только ИП. Таким образом есть инструмент, чтобы стать легальным, но они не могут им воспользоваться.

Что касается инструментов, то нет единых, только отраслевые. К тому же играет роль образование, потому что не всегда субъект МСП способен оценить риски.

Вшивцева М.Н.:

У нас был период, когда мы активно работали с Министерством экономики в части расширения видов занятости для упрощенной системы налогообложения и патентной системы. Свердловская область является одним из регионов, где это было. Сопротивление было фундаментальное. Патенты на репетиторство, на домашнюю работу, домашний клининг. Небольшие для человека налоги позволяют ему выходить из серой зоны, потому сфера социальной защиты также должна быть привязана к идентификации.

Орлов И.Б.:

В общественном мнении сфера быта была непрестижной. Не стоит ли поменять в обществе отношение к "малому" труду? Думаю, что, не поменяв отношения к малому бизнесу, возможно, не получится добиться результатов легализации. Возможно, необходима серия статей, круглые столы, обсуждение в сетях. Или я ошибаюсь?

Вшивцева М.Н.:

В Свердловской области плотно занимаются бизнесом. Такие пропагандистские вещи есть, например, неделя малого и среднего российского бизнеса, которая в мае проводится у нас. Малый бизнес чувствуют себя причастными. Несколько лет назад мы учредили «Премия № 1», это наш инстру-

мент продвижения. Премия вручается на приеме у губернатора в День предпринимателя. В этом году мы будем вручать ее в партнерстве с издательским домом «Коммерсантъ», который на протяжении последних лет вручает премию «Ъ» (премия узнаваемости за пределами региона). В этом году они сделали такой рейтинг по Свердловской области. У нас будет 4 номинации: «Промышленник № 1», «Предприниматель № 1», «Персона № 1 в инновациях и науке», «Событие года № 1». Например, по событиям у нас 3 крупных конкурента: Чемпионат мира по футболу, выставка ИННОПРОМ и заявочная кампания ЭКСПО-2025.

Орлов И.Б.:

Есть ли у Свердловской области региональный бренд?

Хвагина А.В.:

Урал – опорный край державы.

Орлов И.Б.:

Это лозунг. Практически используется ли этот лозунг? Есть ли предпринимательские фестивали?

Вшивцева М.Н.:

Арамиль - интересное место. Там есть проект «Парк Сказов», основанный в основном на бажовских рассказах. Там используется много событийных моментов. Есть большой летний фестиваль «Чусовая», который несет в себе большое культурное значение. Есть проект по созданию туристического кластера, попытка восстановить «демидовскую концепцию» вокруг реки Чусовая, где будет размещен малый и средний бизнес. У нас создан туристический маршрут «Самоцветное кольцо Урала» по сюжету бажовских сказов. Малый и средний бизнес

вовлечен в него с точки зрения питания, проживания, сувенирной продукции.

Каждый город обязательно проводит фестивали. Активность есть, однако проблема заключается в том, что мы об этом мало говорим, в отличие от Казани. У нас нет системной работы со СМИ. Новации этого года по Дню предпринимателя состоят в том, что мы не просто объединились, а объединили медиа-планы. К нам подключился Департамент информационной политики, который все ресурсы развернул в нашу пользу. В течение 10 дней мы активно заявляли о себе.

Хвагина А.В.:

В туристическом направлении комиссия работала зимой этого года. При под-

держке Ассоциации туризма и Центра развития туризма мы провели сессию по формированию комплексного туристического продукта «Свердловская область – территория ЗОЖ», которая объединила ключевые спортивные маршруты региона в единый маршрут.

В части брендинга когда-то существовала инициатива по брендированию продуктов знаком качества Свердловской области - «Покупай местное». На некоторых товарах есть маркирование продуктов. Инициативу, возможно, продолжим, если наладим отношения с УФАС, когда брендинг территории будет привязан к брендингу продукции и к ГОСТу, то есть делаем что-то, что отвечает стандартам ГОСТа и отличает продукцию от конкурентов.

GOVERNMENT RELATIONS IN SMALL BUSINESS. INTERVIEW WITH THE CHAIRMAN OF THE COMMISSION ON SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES DEVELOPMENT A. KHVAGINA

Big business in industrial region is a key driver of its development. The case of the Sverdlovsk region is unique in this context, as large business is interested in developing the territories of its presence, including the development of small and medium-sized enterprises in the region. Anna Khvagina, Chairman of the Commission on the Development of Small and Medium Enterprises of Sverdlovsk regional union of industrials and entrepreneurs, talked about the role of large business in the development of SMEs and the competencies that a GR specialist needs to defend the interests of small and medium businesses.

Key words:

Small and medium enterprises, GR, government relations, interaction with government bodies, business associations, Sverdlovsk regional union of industrials and entrepreneurs, Russian Union of Industrialists and Entrepreneurs, self-employed tax, branding of the territory.