

УДК 330.341

Необходимые условия роста предпринимательской активности
населения в России

Т.И.Пунанова

Костромской государственный технологический университет

Статья посвящена одной из наиболее актуальных в условиях спада экономики проблеме создания условий для роста предпринимательской активности населения.

Ключевые слова: малое и среднее предпринимательство, предпринимательская активность, социальное самочувствие

По данным Федеральной службы государственной статистики, спад экономики России в 2015 году составил 3,7%. Наиболее быстрыми темпами снижалось потребление: оборот розничной торговли упал за год на 10%, в том числе в последнем месяце года - на 15,3% к декабрю прошлого года. Причиной сжатия потребления стало сокращение доходов россиян, в том числе зарплат. Несмотря на снижение инфляции, реальные зарплаты в России постоянно падают с ноября 2014 года. Номинальный рост зарплат в декабре 2015 года составил всего 1,6%. Таких низких показателей не было с 1993 года[1]. Ускорились также сокращение инвестиций, которые падают уже третий год подряд - до 8,4% за год. Снижение показателей наблюдается также в

промышленном производстве и строительстве[1].

В этих условиях особое значение для восстановления экономики имеет эффективная государственная политика. Среди важных направлений государственного регулирования в кризисный период одним из ключевых направлений является содействие развитию малого и среднего предпринимательства. Малое и среднее предпринимательство является тем резервом, за счет которого возможно не только развитие экономики, но и обеспечение социальной стабильности. Подъем малого бизнеса способствует решению таких острых социальных проблем, как безработица и сокращение доходов населения. Создание условий для развития малого и среднего предпринимательства, открытие возможности для населения заниматься бизнесом в конечном итоге значительно сокращают социальную напряженность в обществе, что в наших условиях важнее, чем увеличение макроэкономических показателей (смотри, например, [2] и [3]).

Как показывает мировой опыт, на фазе кризиса возможно количественное и качественное развитие малого и среднего бизнеса, если для этого созданы необходимые условия. Малые предприятия в силу своей гибкости могут быстрее и успешнее приспосабливаться к различным изменениям рыночной конъюнктуры, чем крупный бизнес. Преимуществами малого и среднего предпринимательства в условиях высокой нестабильности внешней среды являются мобильность, экономичность, высокая восприимчивость к разного рода новшествам, оперативность реагирования на изменение ситуации. Малые предприятия легче и быстрее создаются, на них распространяется

упрощенная система отчетности и налогообложения. Кроме того, в условиях слабой насыщенности российского потребительского рынка многие предпринимательские проекты оказываются достаточно прибыльными, при этом для открытия бизнеса не требуется крупных финансовых вложений. В силу этих обстоятельств, малое и среднее предпринимательство развивается, в основном, в сферах торговли, бытовом обслуживании, транспорте, сельском хозяйстве, то есть в секторах экономики, связанных с повседневной жизнью каждого человека, удовлетворяющих насущные запросы массового потребителя.

Однако, вклад малого и среднего предпринимательства в экономику России по-прежнему остается сравнительно низким. По данным организации «ОПОРА России» малый и средний бизнес создает около 21% валового внутреннего продукта страны, тогда как в Евросоюзе этот показатель составляет около 58%, в странах БРИКС — около 42%, в Испании, Греции и Норвегии — около 65-75%[4].

Оценивая условия для развития предпринимательства в нашей стране, многие россияне не видят для себя перспектив в этой области, что ведет к очень низкому уровню предпринимательской активности населения. Так, в 2009 году 44% опрошенных оценивали условия для развития бизнеса в своем городе, поселке или селе как плохие или очень плохие, в 2013 году таких ответов было уже 55% (в небольших городах и на селе этот показатель достигает уже 62% [5].

Трудности, с которыми сталкиваются представители малого и среднего предпринимательства, достаточно широко представлены в научных публикациях и социологических исследованиях (смотри,

например, [6], [7], [8], [9]). В качестве основных проблем развития малого бизнеса указываются отсутствие эффективных механизмов поддержки предпринимательства со стороны государства, частые изменения условий хозяйственной деятельности, ограниченность ресурсов, высокий риск давление крупных компаний. Предприниматели обеспокоены большим количеством всевозможных штрафов и поборов со стороны чиновников, злоупотребляющих своими полномочиями. Отдельной, очень острой проблемой для предпринимателей является низкое качество правосудия. Предприниматели чаще, чем другие категории занятых, отмечают необходимость создания справедливой и независимой судебной системы, обеспечения законности и порядка в стране. По данным социологического опроса 46% предпринимателей не доверяют судебной системе. Доверие выразили только 18% респондентов. Более 53% опрошенных предпринимателей уверены в коррумпированности судей, только 13% верят в их честность [10].

В силу этих обстоятельств, а также некоторых особенностей образа жизни, предприниматели, занятые в сфере малого бизнеса, характеризуются пониженным уровнем законопослушности. В ходе опроса 49,3% респондентов-предпринимателей согласились с тем, что в России нельзя жить, не нарушая законы. И это на 7,5 процентных пункта больше, чем среди всех занятых. Около трети опрошенных предпринимателей (32,3%) в той или иной степени согласились с утверждением «Если высшие государственные или политические деятели не соблюдают законы, то и простые люди могут не соблюдать законы». И почти четверть респондентов (23,4%) выразила мнение, что если человек считает закон несправедливым, он имеет право «обойти

его»[10].

Вследствие этого, большинство россиян, как свидетельствуют данные социологических опросов, отличаются низким уровнем социальных амбиций, предпочитая быть наемными работниками, получать стабильную зарплату и пособия. Не только представители старшего поколения, но и молодые люди отдают предпочтение не риску и высокой ответственности предпринимательства, а спокойной и стабильной карьере, желательно на государственной службе. Так, по данным «Глобального мониторинга предпринимательства» в 2012 году лишь 7% населения России занималось предпринимательской деятельностью, только 3,8% россиян предполагали открыть собственное дело в ближайшие три года. В то же время, в странах Восточной Европы этот показатель — более 24%, в странах БРИКС — около 21%. Причем около половины россиян, имеющих предпринимательские намерения, составили действующие предприниматели, планирующие открыть новый бизнес, так что на долю потенциальных новых предпринимателей приходится только около 2% населения. Этот показатель является самым низким среди стран, участвующих в международном исследовании, начиная с 2006 года[11].

Для выявления проблем не только экономического, но и социального и психологического характера, с которыми сталкиваются предприниматели, занятые в сфере малого бизнеса, социологи используют категорию «социальное самочувствие». Социальное самочувствие позволяет оценить, насколько предпринимателей устраивает их социальное положение и достигнутый уровень

благополучия. Социальное самочувствие характеризует общее внутреннее состояние индивида или социальной группы, которое формируется в повседневной жизни и включает их отношение к окружающей действительности, оценку условий жизнедеятельности и жизненных перспектив, своего положения в обществе, степень удовлетворенности жизнью.

Исследование, проведенное на основе данных «Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ» выявляет неоднозначность социального самочувствия предпринимателей, занимающихся малым бизнесом, как следствие противоречивости условий жизни и неоднородности данной категории занятых. Опора на свои силы и возможности, адаптация к изменившимся социально-экономическим условиям позволяют им оценивать свое самочувствие выше по сравнению с другими людьми[10].

Среди представителей малого бизнеса больше, чем среди занятых в целом, доля лиц, в большей или меньшей степени удовлетворенных своей жизнью (61% против 56,3%), и почти в полтора раза меньше тех, кто недоволен своим существованием (13,5% против 20,1%). Обращает на себя внимание и заметное преобладание по данному показателю лиц, занимающихся малым предпринимательством, над занятыми по найму вне предприятий (у физических лиц), значительная доля которых связана с неформальным сектором. Среди различных профессиональных групп более высоким уровнем социального самочувствия отличаются только руководители (представители) органов власти и управления всех уровней, а также специалисты

высшего уровня квалификации.

Оценивая достигнутый уровень благополучия с учетом конкретных жизненных обстоятельств, то, как складывается жизнь в целом, насколько она удачна или неудачна, в какой мере она состоялась, свыше половины опрошенных предпринимателей отнесли себя к очень счастливым и довольно счастливым людям (соответственно 21,5 и 32,5%). Кроме того, 37,1% респондентов указали, что они скорее счастливы, чем не счастливы, а доля тех, кто не очень счастлив или совсем несчастлив, составила только 8,9%.

Повышенным уровнем социального само-чувствия отличаются не только предприниматели, но и даже те, кто только пытался организовать свое дело. Это может свидетельствовать о том, что нередко предпринимательская активность оказывается более значимым фактором, способствующим снижению социального дискомфорта, чем достижение успеха в этой области. Не добившись успеха в одной сфере деятельности, предприимчивые и активные люди переключают свое внимание на другие и чаще всего находят свою нишу.

Значительное большинство опрошенных малых предпринимателей высоко оценивают не только уровень своего профессионального мастерства, но и отношение к себе со стороны окружающих людей. В подтверждение этого достаточно указать, что, согласно самооценкам, 62,9% респондентов расположились на трех верхних ступенях и 35,8% – на трех ступенях среднего уровня 9-ти ступенчатой шкалы уважения.

Уровень удовлетворенности своим материальным положением у малых предпринимателей выше, чем у остальных занятых (31,8%

против 25,9%). Покупательские возможности малых предпринимателей намного превосходят возможности других занятых. В частности, среди представителей малого бизнеса в 1,5 — 2 раза больше тех, кто способен купить квартиру (20,9% против 10,1%)[10].

Таким образом, уровень предпринимательской активности населения России определяется многочисленными факторами, среди которых сегодня преобладают, к сожалению, факторы, негативно сказывающиеся на экономическом и социальном положении малых предпринимателей, вынуждая многих людей либо отказываться от занятия бизнесом, либо уходить в теневой сектор экономики, либо изначально сознательно выбирать другой жизненный путь. В то же время, социологические опросы выявляют сравнительно высокий уровень социального самочувствия малых предпринимателей, что позволяет надеяться на то, что их творческий потенциал будет реализован. Для этого, без сомнения, необходимы определенные условия, в создании которых решающую роль должно сыграть государственное регулирование. Наиболее важными направлениями увеличения предпринимательской активности населения являются антикоррупционные меры и создание надежной и эффективной судебной системы.

Библиография

1. Росстат подвел итоги года//Ведомости [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.vedomosti.ru/economics/articles/201>
2. Пуланова Т.И. Основные проблемы обеспечения продовольственной

безопасности России// Сетевой электронный научный журнал «Научный вестник КГТУ» - 2015 - №2.

3.Пунанова Т.И. Избыточное неравенство как социально-экономический феномен и особенности его проявления в современной России //Вестник КГТУ. - 2015.

4.«ОПОРА России»: предпринимательская активность в стране остается низкой [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.creditforbusiness.ru/news/24757>

5. Антонец О. Бизнес-иллюзии// РБК. - 2014. - №1. - с.33.

6. Пунанова Т.И. Кредитование малого бизнеса в условиях финансовой нестабильности// Сетевой электронный научный журнал «Научный вестник КГТУ». - 2015. - №1.

7. Завьялова А.С.,Кофанова Т.А. Проблемы развития малого предпринимательства как одного из ключевых факторов роста экономики России//Сборник трудов 26 межд. межвуз. Конференции «Виттевские чтения - 2015» / кол. авт. - М.: «Дашков и КО», 2015. - с. 9468 — 473.

8. Шапошникова В.В., Тяжов А.И. Организационно-экономическое обеспечение формирования и развития социального капитала промышленных предприятий в конкурентной среде: монография — Кострома, Изд-во КГТУ, 2013.

9. Тяжов А.И., Жигалов М.И. Особенности экономического поведения малого предприятия швейного производства как производителя штучного продукта и его потребителя // Вестник Костромского государственного технологического университета. Серия: Экономические науки. - 2013. -№ 1 (3). - С. 10-12.

10. Козырева П.М. Малое предпринимательство в России:

повседневные проблемы и трудности развития// Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. - 2015 - №1.

11. Результаты «Глобального мониторинга предпринимательства» 2012 года [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.gsom.spbu.ru/all news](http://www.gsom.spbu.ru/all_news).

Punanova T.I.