

УДК 316.334.23

ББК 60.561.22

Б 79

**И.И. Болдышев**

*Старший преподаватель кафедры гуманитарных и социально-экономических наук Ставропольского высшего военного авиационного инженерного училища, тел. 8 918 745 99 28*

## **Социокультурная институционализация отечественного малого предпринимательства**

**Аннотация:** Исследованы вопросы, связанные с установлением социокультурных факторов обеспечения устойчивого развития социума, выделена духовно-нравственная составляющая в государственном и региональном развитии, выяснены приоритеты социокультурной динамики малого бизнеса в современной России.

**Ключевые слова:** Малое предпринимательство, социология предпринимательства, социокультурная институционализация отечественного малого бизнеса.

**I.I. Boldyshev**

*Senior Lecturer of Department of Humanities and Social-Economic Sciences of the Stavropol Higher Military Aviation Engineering School, ph.: 8 918 745 99 28*

## **Sociocultural institutionalization of a domestic small business**

**Abstract:** The paper discusses the questions related to an establishment of sociocultural factors of ensuring a sustainable development of a society. The author distinguishes the spiritual-moral component in the state and regional development and elucidates priorities of sociocultural dynamics of small business in modern Russia.

**Keywords:** Small business, business sociology, sociocultural institutionalization of a domestic small business.

В современной России формирование малого бизнеса как сектора экономики началось в конце 80-х гг. XX в. Заметный рост числа малых предприятий пришелся на тот период (до 1995 г.), когда практически отсутствовало законодательное регулирование в данной области. После принятия закона, регулирующего деятельность малых предприятий, темпы роста их числа резко сократились. В научной литературе того времени данному феномену нашли следующее объяснение: «малый бизнес уже заполнил все полагающиеся ему ниши российской экономики».

Однако с 1999 г. количество малых предприятий стало сокращаться. Но при этом увеличивалось число индивидуальных предпринимателей, что изменило взгляд на проблему малого бизнеса. Сейчас совершенно очевидно, что снижение темпов развития малого бизнеса, а тем более уменьшение числа малых предприятий, вовсе не результат насыщения ими экономики страны. Количество малых предприятий и индивидуальных предпринимателей в нашей стране значительно отстает от соответствующих показателей в зарубежных странах. В развитых странах на одну тысячу жителей приходится 20 - 25 человек, занятых в малом бизнесе, а в России - 5 - 6 человек. Но при этом в российской экономике очень мало промышленных и инновационных малых предприятий.

Такое состояние малого бизнеса обусловлено не только экономическими причинами. Законодательная база малого предпринимательства находится на начальной стадии. Действующее законодательство не только неэффективно, но и не регулирует целый ряд вопросов в данной области. Даже легальное определение субъекта малого предпринимательства не выдерживает никакой критики. Очевидно, что дальнейшее развитие малого бизнеса в нашей стране невозможно без совершенствования его нормативной базы. Несмотря на несомненную значимость малого предпринимательства для российской экономики, в научной литературе ему уделяется недостаточное внимание.

Финансовая поддержка малого предпринимательства должна носить стимулирующий и выборочный характер. Стимулировать надо прежде всего жизнеспособные хозяйственные структуры, деятельность которых отвечает целям и направлениям социально-экономической политики, поддержка не должна принимать форму основного источника увеличения дохода и повышения рентабельности. Здесь понятие «социальный факт» может рассматриваться в количественном и качественном, смысле: как единичный факт, имеющий многоплановую социальную интерпретацию. Единичный факт, или малая совокупность таких фактов, должны быть истолкованы в многообразии их социальных значений, должны быть подвергнуты качественному анализу. Такой анализ, как указывает В. Ядов, предполагает, во-первых, определение многообразных значений наблюдаемого события в его многообразных связях. Во-вторых, интерпретация факта может быть предложена с позиций разных концептуальных подходов. В-третьих, следует установить (и это предполагает переход к изучению на большой статистике), насколько данное событие или события типичны, выражают массовую тенденцию или, напротив, нетипичны, но могут свидетельствовать о существенных особенностях возможных изменений в будущем [1].

Государственную политику стимулирования малого предпринимательства надо проводить с учетом приоритетности главных направлений сферы производства. Во многих развитых странах налоги на прибыль предприятия, которое занимается производственной деятельностью, не превышают 20 - 30% его прибыли и при этом строго дифференцируются в зависимости от выпускаемой продукции. Налоги на коммерческое посредничество значительно выше. Например, в США они достигают 90 - 95%. Такой механизм стимулирует перелив капитала в производство. Российская же налоговая система одинакова и для производителя, и для посредника. И пока не будет устранен этот парадокс, бегство капитала малого бизнеса из производства в сферу обращения не прекратится.

Социология предпринимательства дает объективный научный анализ предпринимательства как социального феномена, производит накопление теоретических знаний относительно этого явления. Эти знания могут быть полезны для самих представителей предпринимательской когорты в их практической деятельности. Кроме того, эти знания могут быть использованы и для формирования в общественном мнении правильного восприятия предпринимательства и образа предпринимателя как незаменимого элемента современной социальной структуры [2].

Можно выделить несколько направлений совершенствования существующей системы поддержки деятельности малого бизнеса:

— Развитие научно-аналитического и информационного обеспечения механизма инвестиционной поддержки сферы малого бизнеса. Главной задачей здесь является разработка системы приоритетов финансирования по основным направлениям развития малого предпринимательства и обоснование мероприятий по их реализации с целью отражения интересов всех уровней: федерального, регионального и самих малых предприятий.

— Усиление целевой направленности и перенесение центра тяжести процесса активизации инвестиционной деятельности малых предприятий на региональный уровень.

— Развитие перспективных форм финансирования и поддержки сферы малого бизнеса.

Особое внимание должно быть обращено на следующие моменты: развитие системы кредитования с целью увеличения количества получателей финансовой поддержки и облегчения доступа малых предприятий к коммерческим кредитам предполагает расширение сети финансовых институтов, осуществляющих кредитование малых предприятий на льготных условиях. Учитываются пониженный процент; более продолжительный срок кредитования; снижение требований к залоговому обеспечению; бесплатное консультирование.

Развитие механизма гарантий по инвестиционным кредитам, предоставляемым предприятиям малого бизнеса, должно включать наличие государственных гарантий коммерческим банкам, участвующим в финансировании этих предприятий. Механизм финансово-кредитной поддержки малого бизнеса призван способствовать развитию новых форм сотрудничества малых предприятий в области кредитования - обществ взаимного кредитования. Создание систем производственного и технологического обслуживания малого бизнеса предполагает учет того обстоятельства, что в настоящее время существенным резервом для формирования определенных элементов инфраструктуры малого бизнеса может стать использование имущества и производственных площадей несостоятельных предприятий при их ликвидации, реорганизации или перепрофилировании. Необходимо развитие системы страхования инвестиций. На Западе страхование воспринимается как неотъемлемый механизм перераспределения риска. Его повышенный уровень на предприятиях малого бизнеса предъявляет особые требования к работе страховых компаний, роли агентств поддержки малого бизнеса в развитии кредитно-финансового и инвестиционного механизмов сферы малого бизнеса.

Принято выделять пять основных институтов поддержки малого предпринимательства:

— финансовые, в том числе фонды поддержки малого предпринимательства, специализированные банки, финансовые корпорации, страховые фонды и т.д.;

— лизинговые компании;

— бизнес-инкубаторы, технопарки, промышленные полигоны, агентства и центры развития малого бизнеса;

— центры (пункты) информационного обеспечения;

— учебные центры.

Существенную роль в формировании антимонопольной структуры рынка, в преодолении не только ведомственного, но и экономического монополизма играют малые предприятия. Малому бизнесу принадлежит особое место в становлении новой социальной структуры общества, в решении проблем хронического дефицита, унаследованного от командной экономики, в решении многих и многих социально-экономических проблем, которые не могут быть решены более крупными хозяйственными структурами в силу громоздкости их управления, отсутствия у них обратных связей с потребителями. Малые предприятия в каком-то смысле находятся между крупными хозяйственными структурами и потребителями, заполняя незаполненные ниши между ними. Как правило, деятельность малого бизнеса носит специализированный характер, что позволяет при незначительных вложениях первоначального капитала иметь своих покупателей и успешно конкурировать с крупными фирмами.

Статистика показывает, что малый и средний бизнес наиболее подвержен риску. Из каждых 10 малых предприятий выживают только 2-3. Причиной тому - наличие многочисленных факторов вероятностного характера, учет которых часто не представляется возможным из-за незнания закономерностей распределения случайных величин или громоздкости вычислительных процедур. С другой стороны, риск в бизнесе выступает как наступательный фактор. Предпринимательство в рыночной экономике

невозможно без риска. Наличие фактора риска является сильным стимулом для экономии средств и ресурсов предпринимателями, что вынуждает их тщательно анализировать рентабельность проектов, оценивать величину риска с целью минимизации возможных потерь. Многие страховщики признают, что работать с представителями малого бизнеса удобно, они мобильны и всегда стараются максимально быстро предоставить документы. Правда, этим плюсам противопоставляется слишком большое количество проблем и рисков, среди которых общеизвестная халатность предпринимателей в ведении налогового и бухучета, отсутствие финансового анализа, квалифицированных кадров и планирования деятельности компании.

Негативная для страховщика особенность взаимодействия с малым бизнесом - это необходимость работать быстро. Получить документы, провести анализ и оформить полис порой необходимо в течение одного дня. Цена же такого страхования на фоне трудозатрат невелика. По существу, чтобы работать и зарабатывать в этом сегменте, страховщику необходимо организовать четко работающий конвейер под названием «Специальная программа страхования предприятий малого и среднего бизнеса».

Когда предприниматель приходит за кредитом в первый раз и сумма ему требуется небольшая, банку и страховщику бывает просто неинтересно работать с ним: риски большие, доход маленький, культура ведения бизнеса на низком уровне. К тому же убыточность при страховании «маленьких» выше в среднем на 30%, чем по среднему бизнесу. Это часто связано с отсутствием у предпринимателей возможностей для безопасного хранения своих товарных запасов и имущества. В большинстве случаев при кредитовании клиентов малого бизнеса применяется страхование залогового имущественного обеспечения. Но имущественное страхование часто выступает и в виде беззалоговых страховых продуктов. Предприниматели страхуют и личное имущество, и имущественный комплекс предприятия: мебель, оборудование, технику, транспорт, недвижимость, офисы, квартиры.

Иногда к страхованию имущества банк требует застраховать жизнь и трудоспособность заемщика, руководителя малого предприятия. Это происходит в основном, когда весь бизнес завязан именно на нем или он вообще работает один.

Все сильнее становятся потребность и интерес банков к страхованию финансовых рисков при кредитовании банком коммерческих операций малого бизнеса. В этом случае страхователем и выгодоприобретателем является кредитор, а снижение банковского риска происходит за счет страхования риска неполучения товарно-материальных ценностей, под закупку которых выдается кредит. Страхование рисков может включать страхование кредитного риска самого банка и финансовых рисков, возникающих в процессе предпринимательской деятельности заемщика, как, например, неисполнение перед ним своих обязательств третьими лицами. Здесь нередко возникает конфликт интересов: страховщику нужно, чтобы все сделки попадали под покрытие полиса, а предприниматель и банк хотели бы страховать только особо рискованные из них и экономить на стоимости полиса.

Растет актуальность комплексных продуктов: страхование основных фондов предприятий, товарных запасов, автотранспорта, здоровья сотрудников, перерывов в производстве, гражданской ответственности. Это дополнительно снижает риски банка, позволяя предоставить более интересные условия кредитования. В дальнейшем некоторые эксперты предполагают рост общего объема страхования в секторе малого бизнеса за счет продуктов «коммерческой ипотеки», которую в ряде случаев также можно отнести к кредитам малого бизнеса. Пока что добровольно полисы приобретаются не в массовом порядке, а только теми, кто уже сталкивался со страховыми событиями. Большинство же предприятий финансирует страховую защиту по остаточному принципу и после выплат зарплаты, оплаты аренды и коммунальных услуг. Порой компании не хватает оборотных средств для страховых взносов, даже если владелец бизнеса осознает, что без этого не получит кредит. Иногда отказываться от страхования имущества вынужден сам банк,

дабы уплата страховых взносов не привела к значительному удорожанию кредитов и оттоку клиентов.

Страхование малого бизнеса принято разделять на добровольное и добровольно-принудительное (или «вмененное») страхование. Основное их отличие - в отношении страхователя к приобретению услуги. Предприниматель, заключающий договор исключительно по требованию банка, во главу угла ставит минимизацию своих затрат, а для добровольного страхователя важную роль играют условия договора и финансовая устойчивость СК.

Руководитель малого предприятия относится к имуществу предприятия, как к своему собственному, при этом он же и является «конечной инстанцией», выбирающей СК и условия договора. Отсутствие на малых предприятиях каких-либо свободных оборотных средств и внутренних страховых фондов, которые могут быть использованы при наступлении различных непредвиденных событий, приводит к тому, что предприятия малого бизнеса более чувствительны к мелким убыткам, соответственно, перечень страховых рисков оказывается для них более широким, чем для крупных организаций, которых интересуют в основном катастрофические риски. Например, для небольшого магазина, торгующего потребительскими товарами, может быть актуален риск неосторожного повреждения товаров в торговом зале посетителями или работниками магазина с размером возможного убытка 10–20 тыс. рублей, и предприниматель может быть готов предоставить все документы, необходимые для урегулирования такого страхового случая.

С одной стороны, страхование часто воспринимается в качестве дополнительного обременения, «налога», взимаемого при получении кредита. В то же время здесь бывают парадоксальные ситуации, когда согласование с индивидуальным предпринимателем условий договора страхования проходит дольше и сложнее, чем при страховании крупных предприятий. Для добровольного страхования малого бизнеса характерно частое отсутствие у страхователя документов, подтверждающих право собственности и стоимость имущества, предлагаемого на страхование. Наличие подобных документов не обязательно при заключении договора, но необходимо для получения выплаты страхового возмещения.

Успех страны пропорционален уровню технологичности экономики. Развитие высокотехнологичных производств требует создания комплекса специализированных и развитых факторов с привязкой на конкретную отрасль. Эти факторы не так распространены, как основные факторы, потому что для их развития требуются значительные и зачастую продолжительные капиталовложения, человеческие усилия. Средства, необходимые для создания действительно развитых факторов (например, образовательные программы), сами требуют высококвалифицированных кадров и/или высокой технологии. Кроме того, развитые факторы трудно приобрести на мировом рынке. Создание их требует значительных капитальных вложений и времени. В своё время Й. Шумпетер считал предпринимателями всех тех, кто реально выполняет основополагающую функцию, даже если они не являются «самостоятельными», а являются служащими акционерного общества или любой иной частной фирмы [3].

Выбор приоритетного направления для развития должен быть основан на изучении всех имеющихся на сегодня составляющих конкурентного преимущества для данного производства, анализ инвестиций для развития недостающего блока детерминант. Данный отбор можно производить, используя стандартную методику выбора наилучшего инвестиционного проекта. Наиболее приемлемые варианты должны быть рассмотрены также с точки зрения возможности развития в регионе кластерных схем, то есть совокупности родственных отраслей, образующихся вокруг базовой (приоритетной).

Совокупность мероприятий по созданию условий для развития конкурентоспособных производств, с точки зрения государства, представляет собой

инвестиционный проект, результатом которого должно стать повышение уровня жизни населения и наиболее эффективное использование имеющихся в регионе ресурсов. Достигается это посредством создания условий для развития конкурентоспособных производств, обеспечивающих не только поступления в бюджет и рабочие места, но и возможности для расширения и производства и, самое главное, развития сопутствующих отраслей также конкурентоспособных на мировых рынках. Американские исследователи Р. Хизрич и М. Питере определяют «предпринимательство как процесс создания чего-то нового, что обладает стоимостью, а предпринимателя - как человека, который затрачивает на это все необходимое время и силы, берет на себя весь финансовый, психологический и социальный риск, получая в награду деньги и удовлетворение достигнутым» [4].

Ограниченность финансовых ресурсов и жесткие временные рамки диктуют этапность проводимых мероприятий. На первом этапе главной целью механизма должно стать создание условий для последующего технологического прорыва. Для этого необходимо решить следующие задачи: создать базу для последующего инвестирования и, в первую очередь, свободный финансовый капитал в достаточно большом объеме; организовать научные исследования в заранее определенном направлении. Подготовить кадры в соответствии со спецификой выбранных приоритетных отраслей, обратив особое внимание на подготовку специалистов, способных внедрять прикладные исследования и руководить специфичным производством.

Реальной на сегодня является перспектива развития отраслей, для которых не нужен значительный стартовый капитал. Такими отраслями традиционно являются легкая и пищевая промышленность. Более того, эффект масштаба, столь значительный в тяжелой промышленности, в рамках этих отраслей не играет столь весомой роли. Вышеперечисленные отрасли отвечают и еще одному требованию - возможности быстрого оборота капитала.

В этих условиях на первый план выходит проблема неадекватности внутреннего спроса на продукцию этих отраслей. Особенно это касается легкой промышленности. Основным препятствием, тормозящим развитие этой отрасли, является низкий уровень доходов населения и значительная конкуренция со стороны иностранных производителей (зачастую использующих демпинговые цены). Развитие интрапренерства связано с тем фактором, что многие крупные производственные структуры переходят на предпринимательскую форму организации производства. Поскольку предпринимательство предполагает обязательное наличие свободы творчества, то подразделения целостных производственных структур получают право на свободу действий, что подразумевает и наличие интракапитала - «капитала, необходимого для реализации идей, лежащих в основе внутрифирменного предпринимательства» [5].

Своеобразная ситуация складывается в пищевой промышленности. Здесь на первый план выходит проблема поддержки сельскохозяйственного производителя, снижение себестоимости его продукции.

Второй этап предполагает непосредственное внедрение в производство современных технологий, желательно собственных. В рамках данного этапа необходимо направить накопленный капитал на развитие прикладных исследований, в том числе и по выбранному направлению, с целью внедрения их в производство. Основным ограничением для выбора приоритетных направлений на данном этапе должно стать наиболее полное использование имеющихся ресурсов.

В рамках данного этапа приоритеты смещаются на высокотехнологичные отрасли. Обязательным условием начала этого этапа должны стать фундаментальные научные разработки. Использование предложенного механизма повышения конкурентоспособности экономики региона позволит получить территориальным органам

управления более точные ориентиры реформирования экономики отдельного региона с учетом его специфики, позволит определить приоритетность целей и задач, стоящих в рамках стратегического управления экономикой, обосновать и классифицировать инструменты государственного управления.

Важнейшей характеристикой общественного производства при любых хозяйственных системах является категория экономического роста. В современной экономической теории под экономическим ростом обычно понимаются долговременные изменения естественного уровня реального объема производства, связанные с развитием производительных сил на долгосрочном временном интервале. В рыночной экономике стремление основных субъектов экономики к экономическому росту существует постоянно, независимо от того, какой уровень развития достигнут в обществе, поскольку производители постоянно стремятся к минимизации отставания производства от момента возникновения потребностей. Однако реальные условия производства далеко не всегда позволяют реализовать потенциал роста.

Развитие концепций понятия прибыль нашло отражение в современной учебной литературе. Например, в известном учебнике П. Самуэльсона рассматриваются четыре точки зрения на прибыль. «Во-первых, прибыль – это доход владельцев от факторов производства, которые они сами непосредственно используют. Во-вторых, прибыль – вознаграждение за предпринимательскую деятельность и введение технических усовершенствований. В-третьих, прибыль – плата за риск, неопределенность результатов предпринимательской деятельности. В-четвертых, прибыль – доход, порожденный существованием монополии» [6].

Методические положения социологии культуры - методика оценки и основные принципы анализа факторов конкурентоспособности экономики региона, подходы к формированию механизма повышения конкурентоспособности экономики региона - применимы не только для отдельно взятой области, региона, но и могут быть использованы в практике управления другими регионами страны: при разработке стратегических планов развития, текущего государственного управления.

#### **Примечания:**

1. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. М.: Добросвет, 1998. С. 52.
2. Капусткина Е.В. Социология предпринимательства как учебная дисциплина // Журнал социологии и социальной антропологии. 1998. Т. 1, № 4. С. 36.
3. Шумпетер Й. Теория экономического развития. М., 1982. С. 170.
4. Хизрич Р., Питере М. Предпринимательство. М., 1991. Вып.1. С. 20.
5. Хоскинг А. Предпринимательство в конце XX века. М., 1992. С. 20.
6. Самуэльсон П. Экономика: пер. с англ. М.: АЛГОН, 1992. С. 221.

#### **References:**

1. Yadov V.A. Strategy of sociological research. M.: Dobrosvet, 1998. P. 52.
2. Kapustkina E.V. Sociology of business as a subject discipline // Journal of sociology and social anthropology. 1998. V. 1, No. 4. P. 36.
3. Shumpeter J. The theory of economic development. M., 1982. P. 170.
4. Hizrich P., Petere M. Enterprise. M., 1991. Issue 1. P. 20.
5. Hosking A. Enterprise at the end of the 20th century. M., 1992. P. 20.
6. Samuelson P. Economics: trans.from English M.: ALGON, 1992. P. 221.