

Результаты обследования малого предпринимательства, проведенного в 2004–2005 гг. ИЭиОПП СО РАН, позволяют сделать некоторые выводы о региональных особенностях развития малого бизнеса в Сибири, проблемах и трудностях его функционирования.

Большие проблемы малого бизнеса Сибири¹

З. И. КАЛУГИНА,
доктор социологических наук,
Институт экономики и организации
промышленного производства СО РАН,
Новосибирск

Эволюция изучения предпринимательства в России

В исследовании российского предпринимательства в постсоветский период выделяют три этапа. *Первый* (начало 1990-х годов) характеризовался тем, что в центре исследовательских интересов находились социально-демографические и профессиональные портреты предпринимателей, каналы рекрутирования, мотивация предпринимательской деятельности.

На *втором* этапе (вторая половина 1990-х годов), когда группы предпринимателей в основном сложились, интерес сместился в сторону анализа условий формирования рынков и трудностей, с которыми сталкиваются предприниматели при основании предприятий. Особое внимание уделялось проблемам входа на рынок, преодоления административных и финансовых барьеров, поддержания контрактных отношений, защиты от посягательств органов государственной власти и силовых структур. Соответственно, в

¹ Статья подготовлена по материалам социолого-статистического обследования предпринимателей и экспертов по проблемам развития малого бизнеса в регионах Сибири, проведенного ИЭиОПП СО РАН при организационной поддержке представительства президента РФ в Сибирском федеральном округе и региональных администраций. Координатор программы – к. э. н. В. Е. Селиверстов.



число ключевых попали проблемы трансакционных издержек и неформальной экономики.

В начале 2000-х годов, когда структурные и институциональные основания рынков были сформированы, начался *третий* этап. Главным объектом исследования стали правила, которыми руководствуются основные участники рынка, а также механизмы их изменения².

В исследовании, проведенном в 2004–2005 гг. ИЭиОПП СО РАН, сделан акцент на региональные особенности ведения малого бизнеса. Обследование проводилось в Иркутской области, Республике Бурятия, Эвенкийском и Таймырском автономных округах. Всего опрошено 260 предпринимателей, 52 эксперта и 71 представитель коренных народов Сибири.

Среди опрошенных около 70% индивидуальных предпринимателей, работающих без образования юридического лица, каждый десятый – владелец частного предприятия, 12% – руководители ЗАО, ООО или производственных кооперативов, 2% – главы семейно-родовых общин, 7% составляли наемные менеджеры или управляющие компаний и 2% – исполнительные директора фирм.

Преобладающая форма собственности – индивидуальная частная (83,1%) или частная коллективная (акционерная, кооперативная) собственность (11,5%); 3,5% предприятий находились в муниципальной собственности, одно предприятие было арендным, одно принадлежало смешанному капиталу. Средняя численность работников на обследованных предприятиях в среднем не превышала 17 чел., примерно 85% персонала работали по найму на постоянной или временной основе.

В связи с отсутствием подробных данных о составе предпринимателей по округу, в том числе и в сфере малого бизнеса, мы не можем сопоставить выборочную совокупность с генеральной и оценить погрешность выборки. Однако случайность отбора респондентов и относительная гомогенность этой группы позволяют с определенной долей осторожности делать некоторые обобщения.

Динамика развития малых предприятий в РФ и Сибирском федеральном округе

Развитие малого бизнеса в бывшем СССР началось с принятием в 1987 г. Закона о кооперации, в котором были заложены правовые основы для легальной деятельности в негосударственном секторе экономики и появления малых предприятий.

² Радаев В. В. Социология рынков: к формированию нового направления. М.: ГУ-ВШЭ, 2003. С. 11–12.

На начальном этапе либерально-демократических реформ малый бизнес в РФ развивался очень динамично, однако с 1994 г. началось замедление. Ситуация изменилась в лучшую сторону к концу 90-х – началу 2000-х годов, вследствие улучшения условий для ведения бизнеса. Российское законодательство предоставило предпринимателям, в частности, право выбора схемы выплаты единого налога (взимаемый по упрощенной системе или на вмененный доход для отдельных видов деятельности). Основные показатели развития малого бизнеса в России приведены в табл. 1.

Таблица 1

Основные экономические показатели деятельности малых предприятий в РФ за 1998–2003 гг., на конец года³

Показатель	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Число малых предприятий, тыс.	868,0	890,6	879,3	843,0	882,3	890,9
Объем продукции (работ, услуг), млрд руб.	261,9	423,7	613,7	852,7	1160,8	1682,4
Среднесписочная численность работников (без внешних совместителей), тыс. чел.	6207,8	6485,8	6596,8	6483,5	7220,3	7433,1
Средняя численность внешних совместителей, тыс. чел.	717,9	647,8	617,4	607,0	502,9	546,2
Средняя численность работников, выполнявших работы по договорам гражданско-правового характера, тыс. чел.	475,7	409,8	406,9	345,3	252,9	248,5
Инвестиции в основной капитал, млрд руб.	19,3	17,9	29,8	43,5	49,7	59,7
Число малых предприятий в расчете на 10000 чел. населения	59	61	51	59	61	62

Несмотря на колебания числа малых предприятий в стране, объем производимой ими продукции и услуг неуклонно растет. Увеличивается и число рабочих мест, предоставляемых ими как на постоянной основе, так и по совместительству и договорам. В 2003 г. среднесписочная числен-

³ Малое предпринимательство в России. М.: ФСГС, 2004. С. 14.

ность занятых на малых предприятиях РФ составляла примерно 15% общей численности занятых в экономике, доля внешних совместителей – 36,5%, а работающих по договорам – 22,6% их общей численности⁴. Динамика развития малого бизнеса в Сибири в целом и по обследованным регионам показана на рис. 1–3.



Рис. 1. Динамика малых предприятий в Сибирском федеральном округе, 1997–2003 гг., тыс. единиц⁵

На рис. 1 не представлены Таймырский и Эвенкийский АО, где в 2002 г. было 17 и одно малое предприятие соответственно. По данным за 2004 г., в Эвенкии действовало уже 27 малых предприятий, специализировавшихся в основном на сельскохозяйственном производстве и строительном бизнесе. Ими было произведено продукции на общую сумму 30,5 млн руб. и предоставлено 164 рабочих места.

По данным государственной статистики, доля малого бизнеса в России в 2002 г. не превышала 11–12% в производстве продукции и 11% – в численности занятых (см. рис. 2 и 3). Между тем в странах с развитой рыночной экономикой малый бизнес дает свыше 20% валового внутреннего продукта, до 50% всех поступлений в госбюджет и обеспечивает около 70% общего числа рабочих мест⁶.

⁴ Малое предпринимательство в России. М.: ФСГС, 2004. С. 14.

⁵ Регионы России. Социально-экономические показатели. Госкомстат России. М., 2003. С. 362, 363; 2004. С. 394, 395.

⁶ Стратегия развития предпринимательства в реальном секторе экономики / Под ред. Г. Б. Клейнера. М.: Наука, 2002. С. 7.

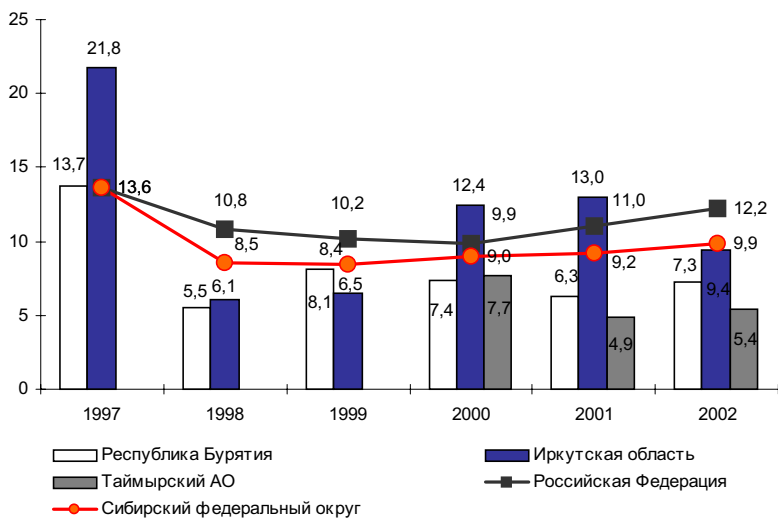


Рис. 2. Доля малых предприятий в производстве продукции по регионам Сибирского федерального округа в 1997–2002 гг., %⁷

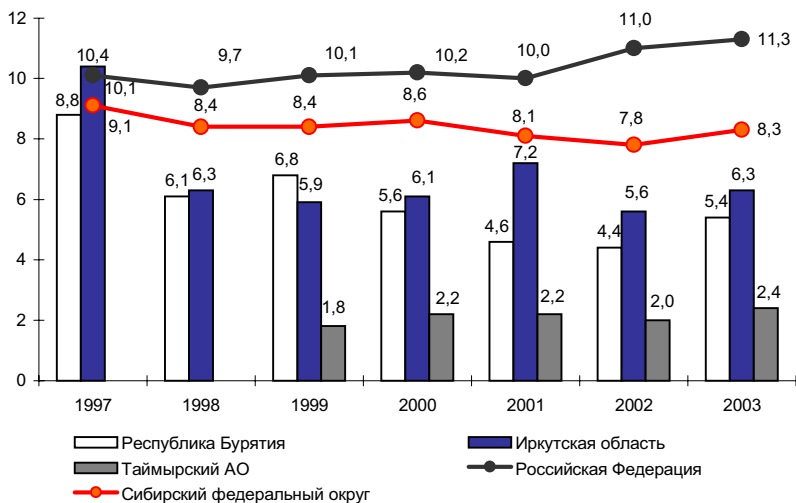


Рис. 3. Доля занятых на малых предприятиях в общей численности по регионам Сибирского федерального округа в 1997–2003 гг., %⁸

⁷ Регионы России. Социально-экономические показатели. Госкомстат России. М., 2003. С. 319, 320, 370, 371; 2004. С. 347, 348, 402, 403.

⁸ Там же. С. 82–83, 366, 367; 2004. С. 86, 87, 398, 399.

По данным Национального института системных исследований проблем предпринимательства⁹, на 1 октября 2004 г. в РФ было зарегистрировано 952,5 тыс. малых предприятий с общей численностью занятых (без учета внешних совместителей и работающих по договорам гражданско-правового характера) 7707,1 тыс. чел. – 15,9% общей численности занятых. По сравнению с предыдущим годом прирост по числу малых предприятий составил 6,8%, по численности занятых – 0,9% (табл. 2).

Таблица 2

Состояние малого бизнеса в Российской Федерации и Сибирском федеральном округе в январе–сентябре 2004 г.¹¹

Показатель	РФ	СФО
Число малых предприятий в расчете на 100 тыс. населения (на 1 октября 2004 г.)	656,2	523,8
Численность занятых на МП, тыс. чел.	7707,1	743,6
То же к соответствующему периоду 2003 г., %	104,4	102,3
Доля МП в общей численности занятых, %	15,9	11,5
Производство продукции, млн руб.	1636956,8	141510,1
То же к периоду 2003 г., %	121,7	104,0
То же в расчете на душу населения, руб.	11276,6	7053,3
Инвестиции в основной капитал, млн руб.	62160,8	8609,0
То же к периоду 2003 г., %	138,2	146,8

Однако прирост числа малых предприятий (МП) в Сибири был ниже, чем в РФ в целом и составил в расчете на 100 тыс. населения 30,9 ед. против 41,7 ед. В 1999–2003 гг. рост числа малых предприятий наблюдался в Алтайском крае, Кемеровской, Новосибирской и Томской областях¹⁰. В 2004 г. из всех субъектов Сибирского федерального округа только Алтайский край вошел в число регионов с наивысшим приростом малых предприятий (103,6 ед.).

⁹ Сайт НИСИПП: www.nisse.ru

¹⁰ Малое предпринимательство в России. М.: ФСГС, 2004. С. 23.

¹¹ Ввиду отсутствия статистических данных о численности индивидуальных предпринимателей без образования юридического лица и объеме производимой ими продукции, работ и услуг приведенные данные касаются в основном малых предприятий.

Увеличение средней численности занятых в этой сфере экономики наблюдалось в 64 регионах РФ, в том числе в двух субъектах округа: в Усть-Ордынском Бурятском АО – в три раза и Эвенкийском – в два раза. По сравнению с предыдущим периодом объемы производства малого бизнеса выросли в Усть-Ордынском Бурятском АО в 3,2 раза, но сократились в Таймырском – на 31,5% и Новосибирской области – на 23,3%.

Индивидуальное предпринимательство

Самостоятельный сегмент малого бизнеса образуют физические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица. По данным Федеральной налоговой службы на 1 января 2004 г., этот сегмент образуют 4670,1 тыс. индивидуальных предпринимателей. По сравнению с 1999 г. их численность выросла на 30%. По данным выборочных обследований, их реальная численность намного выше. Для 42,8% занятых работа в этой сфере – основная работа по найму, а для 38,9% – самостоятельная деятельность. В качестве дополнительной работы предпринимательской деятельностью занимаются 1,5% наемных работников и 16,8% работников, для которых предпринимательство – сфера самостоятельной деятельности.

Примерно 50% индивидуальных предпринимателей составляют женщины. Доля сельских предпринимателей – 46%. Обращает на себя внимание большая доля лиц с высшим образованием среди тех, для кого работа в малом бизнесе – самостоятельная трудовая деятельность, и среди организаторов и руководителей малых предприятий (табл. 3).

По данным последней Всероссийской переписи, численность населения РФ, занятого предпринимательской деятельностью без образования юридического лица, составляла 3,2 млн чел., или 5,2% всего занятого населения в возрасте от 15 лет и старше. Примерно такую же долю индивидуальные предприниматели занимали и в Сибирском федеральном округе, их численность в 2002 г. составляла 456,4 тыс. чел.¹²

¹² Малое предпринимательство в России. М.: ФСГС, 2004. С. 131, 133.

**Уровень образования индивидуальных предпринимателей
(по месту основной работы), ноябрь 2003 г., % к итогу¹³**

Образование	Всего	Работа по найму	Работа не по найму
Высшее профессиональное образование (полное и неполное)	13,9	11,7	16,3
Среднее профессиональное	21,6	22,4	20,6
Начальное профессиональное	17,4	20,8	13,8
Среднее (полное) общее	30,9	32,9	28,7
Основное общее	13,1	11,1	15,4
Начальное общее, не имеют начального общего	3,1	1,1	5,2

Основной сферой деятельности индивидуальных предпринимателей являются торговля и общественное питание, сельское хозяйство, промышленность и строительство. По данным выборочного обследования, проведенного во всех регионах РФ, доля индивидуальных предпринимателей в обороте розничной торговли составляет в настоящее время около 50%, при этом наблюдается тенденция к ее росту. Более 40% товарооборота составляют продукты питания. Примерно столько же – непродовольственные товары текущего спроса или длительного пользования¹⁴.

В сибирских регионах индивидуальные предприниматели специализировались в сферах торговли, транспортных, бытовых, медицинских и информационных услуг. Помимо этого они занимались производственной и строительной деятельностью, а также переработкой сельскохозяйственной продукции; незначительная доля предпринимателей была занята традиционными народными промыслами. Средняя численность занятых на их предприятиях была втрое меньше по сравнению с другими предпринимательскими структурами и составляла примерно 11 чел.

По уровню образования индивидуальные предприниматели отличались более высокой долей лиц со средним спе-

¹³ Малое предпринимательство в России. М.: ФСГС, 2004. С. 136.

¹⁴ Там же. С. 137, 139.

циальным образованием (25,4% против 13,2%) и меньшей долей лиц с высшим и незаконченным высшим образованием (54,7% против 67,1%) в числе других предпринимателей. В сибирских регионах женщины составляют также 50% занятых мелким бизнесом.

Становление малого бизнеса в Сибирском федеральном округе

История возникновения и отраслевая специализация

Наиболее распространенной практикой было создание собственного дела самостоятельно (58,7%) либо совместно с партнерами (19,3%). Примерно каждый десятый респондент вступил в уже действующий бизнес. Реже встречались выкуп арендного предприятия (5%), покупка действующего бизнеса (2,7%), получение пакета акций при приватизации предприятия (1,2%) и получение бизнеса по наследству (0,8%). Большинство начинающих бизнесменов опирались на собственные накопления (42,2%), помощь родственников и друзей (24,5%). Кредиты в банках и других кредитных учреждениях получили 14,7%, заемными средствами у частных лиц воспользовались 12,8%. Приватизационными чеками, ваучерами и имущественными паями, на которые реформаторы возлагали большие надежды при формировании частного сектора экономики, смогли воспользоваться лишь менее 2% респондентов.

Что касается материально-технических средств, то более 50% предпринимателей их купили, в 33% случаев технику взяли в аренду, примерно каждый десятый приобрел необходимые материально-технические ресурсы, кооперируясь с другими предпринимателями.

При организации бизнеса многие предприниматели столкнулись с отсутствием кредитных ресурсов, высокими налогами, дороговизной топливных и энергетических и прочих материально-технических ресурсов, несовершенством законодательства, противодействием местных властей, бюрократией чиновников. Сдерживающим фактором был и

остается низкий платежеспособный спрос населения, обусловленный резким обеднением населения за годы реформ. По данным обследования бюджетов домашних хозяйств, в 1997–2002 гг. доля бедных по величине денежных доходов варьировалась в РФ от 45,6 до 62,8%. В 2002 г. она составляла 54,8%¹⁵. Повышение платежеспособного спроса населения связано с преодолением бедности на основе значительного повышения доходов населения, главным источником которых остается заработная плата.

Сфера деятельности малого и среднего бизнеса весьма обширна, но самый распространенный вид – торговля и посредническая деятельность (более 70%). Производственной деятельностью занят примерно каждый десятый предприниматель, примерно столько же предоставляли населению транспортные, строительные и бытовые услуги, занимались переработкой сельскохозяйственной продукции. На рынке информационных, медицинских и риэлтерских услуг было занято незначительное число местных предпринимателей. Традиционными народными промыслами было занято не более 3%. Отраслевая структура деятельности малого бизнеса в регионах Сибири примерно соответствует общереспубликанским тенденциям, но с большим уклоном в торговую-посредническую деятельность.

В процессе работы 16% обследованных предпринимателей сменили сферу деятельности, мотивируя это более высоким спросом и прибыльностью нового вида деятельности, семейными обстоятельствами либо личным интересом и стремлением к самореализации; 8% предпринимателей вели параллельный бизнес в нескольких отраслях.

Конкуренты, партнеры и потребители

Основные потребители продукции и услуг малого и среднего бизнеса – местное население, а также жители ближайших городов и населенных пунктов. В другие регионы, в страны СНГ и дальнего зарубежья вывозят свою продукцию не более 8% предпринимателей. Помимо этого их про-

¹⁵ Богомолова Т. Ю., Тапилина В. С. Бедность в современной России: масштабы и территориальная дифференциация // ЭКО. 2004. № 11. С. 44.

дукцией и услугами пользуются частные фирмы и предприниматели, государственные учреждения и организации, торгово-посреднические организации.

В целом предприниматели оценивают спрос на свою продукцию как средний (50,2%), примерно в 30% случаев отмечены сезонные колебания спроса, каждый десятый оценивает спрос как высокий, а 7% – низкий. Положительные тенденции в изменении спроса на продукцию за последние годы отметили 33% опрошенных, примерно столько же считают его устойчивым, и только около 25% предпринимателей зафиксировали его снижение.

Представители малого бизнеса в Сибири занимают определенную и достаточно устойчивую нишу в производстве услуг и товаров массового спроса, что в перспективе может служить дополнительным фактором роста этого сектора экономики.

Большинство предпринимателей (около 70%) имеют постоянных партнеров по бизнесу. При этом более трети опрошенных не видят каких-либо трудностей во взаимодействии с ними. Среди отмеченных трудностей указаны (по мере убывания): несвоевременность расчетов; ненадежность, нарушение договорных обязательств; недостаточный профессионализм; нечестность и обман. Одна из причин наблюдающихся трудностей – разобщенность предпринимателей. Только каждый десятый опрошенный является членом ассоциации или профессиональных объединений.

Подавляющее большинство предпринимателей отметили, что они работают в условиях жесткой (56%) или умеренной (34%) конкуренции. По оценкам 75% респондентов, конкуренция в последние годы заметно возросла. Наблюдаемые изменения предприниматели объясняют увеличением числа производителей аналогичных товаров и услуг (60%), изменением спроса на товары и услуги (33%), ростом доли импортируемых товаров (4%).

Главными конкурентами малому и среднему бизнесу выступают другие предприниматели (88%), частные фирмы (24%), а также государственные предприятия (8%).

Хорошим знаком, свидетельствующим об оздоровлении отношений в сфере бизнеса, является утверждение полови-

ны опрошенных об отсутствии каких-либо проблем во взаимодействиях с конкурентами. Однако другая половина отметила нечистоплотность конкурентов, открытое переманивание клиентов, обман и хищения. Незначительное число предпринимателей указали на угрозы физической расправы со стороны конкурентов. Очевидно, эпоха силового предпринимательства постепенно уходит в прошлое¹⁶.

Результативность и перспективы малого бизнеса

По данным государственной статистики, доля прибыльных малых предприятий в общем их числе по отраслям экономики варьировалась в 2003 г. от 52,4% в сельском хозяйстве до 71,6% в науке и научном обслуживании. В 2003 г. 64,6% малых предприятий РФ были прибыльными. За последние пять лет удельный вес прибыльных предприятий оставался практически стабильным. Исключение составили сельское хозяйство, строительство, торговля и общественное питание, где увеличение доли прибыльных предприятий составило соответственно 4,9, 0,9 и 1,4%¹⁷. При этом рентабельность продукции малого бизнеса снизилась в 1999–2003 гг. с 5,5% до 2,1%, что можно объяснить стремительным ростом цен на энергоносители и другие материально-технические ресурсы.

Мониторинг деловой активности малых и средних предприятий, осуществляемый органами государственной статистики РФ¹⁸, показал, что экономическая ситуация на малых и средних предприятиях оценивается в основном как удовлетворительная, хотя имеются определенные различия по отраслям деятельности: наиболее благоприятная ситуа-

¹⁶ Волков В. В. Силовое предпринимательство: экономико-социологический анализ. М.: ГУ-ВШЭ, 2005; Волков В. В. Нормы и ценности нелегальных силовых структур // Журнал социологии и социальной антропологии. 1999. №1. С. 78–86; Волков В. В. Политэкономика насилия, экономический рост, консолидация государств // Вопросы экономики. 1999. № 10. С. 44–59.

¹⁷ Рассчитано по источнику: Малое предпринимательство в России. М.: ФСГС, 2004. С. 85.

¹⁸ В ежеквартальных опросах участвует свыше 3000 малых промышленных предприятий, более 2000 малых строительных организаций и свыше 1500 малых предприятий розничной торговли из 79 регионов РФ.

ция на предприятиях розничной торговли, наименее – в строительных организациях (табл. 4).

Таблица 4

**Экономическая ситуация на предприятиях РФ
во II квартале 2004 г., % от общего числа предприятий¹⁹**

Организации	Благоприятная	Удовлетворительная	Неудовлетворительная
Крупные и средние промышленные	5	79	16
Малые промышленные	6	77	12
Крупные и средние строительные	8	72	20
Малые строительные	5	76	19
Крупные и средние организации розничной торговли	18	77	5
Малые организации розничной торговли	10	82	8

Более половины предпринимателей считает свой бизнес достаточно успешным, хотя четверть считает эти успехи недостаточно устойчивыми (ответы типа «раз на раз не приходится»). Более трети бизнесменов отметили, что по итогам года их доходы превышают расходы, еще 15% отметили ежемесячное превышение доходов над расходами. Примерно каждый десятый респондент считает, что он еле-еле сводит концы с концами, его доходы не превышают расходов.

Подавляющее большинство бизнесменов предполагают использовать прибыль на развитие действующего, смежного или новых видов бизнеса. Конкретно планируется приобрести оборудование, сырье и материалы, транспортные средства, комплектующие и запасные части. В строительство зданий и сооружений намерен вкладывать каждый четвертый предприниматель. При этом более 60% помимо собственных средств на развитие бизнеса привлекают заемные. На кредитные ресурсы банков рассчитывают около половины предпринимателей, остальные обращаются за помощью либо к родственни-

¹⁹ Малое предпринимательство в России. М.: ФСГС, 2004. С. 102, 105, 108.

кам (33%), либо к частным лицам (40%). Более трети респондентов предполагают израсходовать прибыль на покрытие текущих расходов и около 10% – на накопление.

Успешность бизнеса во многом предопределяет и планы на будущее. Более 50% предпринимателей намерены в перспективе расширить свой бизнес, около 20% – оставить его в прежних размерах. Сменить сферу деятельности предполагают около 4%. Неопределенные планы (ответы типа «будет зависеть от обстоятельств») дали 10% респондентов, свернуть свое дело намерены лишь 2% опрошенных.

Перспективные виды предпринимательской деятельности в регионах Сибири, по оценкам экспертов, – народные промыслы: производство сувениров, рыболовство, охота, оленеводство и коневодство (табл. 5). В качестве сдерживающих факторов упоминается отсутствие финансовых ресурсов, низкий платежеспособный спрос населения, высокие налоги, отсутствие сбыта продукции, бюрократизм чиновников. Незначительное число ответов касалось нечестности партнеров и низкого профессионального уровня работников.

Таблица 5

Перспективные виды народных промыслов в регионах Сибири (мнение экспертов), % к числу ответивших

Народный промысел	По региону	Иркутская область	Бурятия	Таймырский АО	Эвенкийский АО
Производство сувениров	54,5	88,9	73,8	21,4	33,3
Рыболовство, охота	47,7	11,1	26,7	92,9	50,0
Оленеводство, коневодство	27,3	–	6,7	64,3	33,3
Переработка продукции традиционных отраслей	15,9	11,1	26,7	7,1	16,7
Переработка даров леса	13,6	33,3	13,3	–	16,7
Туризм, курортный отдых	4,5	–	–	7,1	–

Оценивая положительные результаты своей деятельности, предприниматели отметили как материальные выгоды, так и социальные приобретения: уверенность в будущем своей семьи и своих детей, расширение круга общения, уважение окружающих. Высоко оценены возможность самореализации, достижение независимости, самостоятельности в хозяйственной деятельности. Ответы типа «ничего не выиграл, ничего не достиг» встречались крайне редко.

Вместе с тем были отмечены некоторые потери или издержки занятия бизнесом. Большинству предпринимателей пришлось поплатиться своим свободным временем и отдыхом, спокойствием и здоровьем, общением с членами семьи и родственниками и их добрым отношением. И только 5% предпринимателей не отметили каких-либо социальных издержек (ответы типа: «ничем не пожертвовал»).

Проблемы малого бизнеса

В настоящее время, по оценкам предпринимателей, они сталкиваются в своей деятельности со следующими проблемами: высокие налоги, дороговизна материально-технических средств, отсутствие кредитных ресурсов, что негативно сказывается на финансовом состоянии их предприятий (табл. 6).

Серьезный сдерживающий фактор – низкий платежеспособный спрос населения, которое является основным потребителем продукции и услуг малого бизнеса. Как отмечают специалисты, главная черта современной социальной пирамиды в России – формирование и хроническое воспроизводство масштабной бедности, которая на протяжении десятилетия охватывает более 30% населения страны. Среди них более 10% в обозримой перспективе не имеют шансов изменить свое материальное и общественное положение²⁰.

Согласно многим исследованиям, предприниматели, особенно мелкие, единодушно жалуются на тотальный и повседневный грабёж со стороны государственных чиновников. Государственные службы буквально терроризируют их

²⁰ Средние классы в России: экономические и социальные стратегии / Е. М. Аврамова и др.; под ред. Т. Малевой. М.: Гендальф, 2003. С. 431–432.

**Факторы, сдерживающие развитие малого бизнеса,
% к числу ответивших**

Фактор	Мнение экспертов	Мнение предпринимателей
Отсутствие кредитных ресурсов	53,1	48,6
Административные барьеры	30,6	11,4
Территориальная обособленность региона, повышенная транспортная составляющая в расходах	24,5	62,4*
Низкий потребительский (платежеспособный) спрос	12,2	40,0
Несовершенство законодательства, неустойчивость государственной политики	22,4	35,9
Нестабильность рынка сбыта	8,2	7,3
Низкая квалификация предпринимателей (работников)	8,2	24,1
Отсутствие консультационных центров	4,1	
Высокие налоги	–	40,8
Незащищенность прав собственности	–	19,6
Дороговизна техники, оборудования	–	26,9
Дороговизна топливных и энергетических ресурсов	–	35,1

* Эти факторы предприниматели отметили, отвечая на вопрос о специфических трудностях ведения бизнеса в районах Сибири.

требованиями мелочной отчетности, частыми инспекциями и штрафами. Взяв довольно высокие налоги, государство взамен не обеспечивает предпринимателям сколько-нибудь эффективной поддержки.

О сложностях взаимоотношений предпринимателей и региональных властей свидетельствуют также данные экспертного опроса, проведенного Союзом промышленников и предпринимателей. В опросе приняли участие 919 чел., отнесенных к категории «эксперты» и представляющих в основном малый (66%) и средний (20%) бизнес из всех федеральных округов РФ, Москвы и Санкт-Петербурга. Из них 79,0% считают, что региональная власть своими действиями создает проблемы в бизнесе, так как преследует свои интересы или интересы близких к ней предпринимателей. Проводимая административная реформа, по мнению 42%

слушателей Академии народного хозяйства при правительстве РФ, вряд ли изменит или даже ухудшит отношения между бизнесом и властью²¹.

На низовом уровне предприниматель также сталкивается с непониманием и субъективным отношением к малому бизнесу со стороны местной бюрократии. По мнению президента всероссийской ассоциации предпринимателей «Честное дело», Н. В. Бархатовой, «мелкий чиновник – это самое опасное, что может быть для бизнеса»²².

Другая не менее важная проблема – это низкая квалификация самих предпринимателей и наемных работников. На последнее сетовал, по крайней мере, каждый четвертый из числа опрошенных. Однако экономисты, опираясь на анализ динамики производительности труда и основных фондов на предприятиях, приходят к противоположному выводу – о низком качестве российского предпринимательства и высоком качестве наемной рабочей силы²³. На это указал и каждый десятый эксперт в нашем опросе.

Между тем некомпетентность управляющих или недостаточная способность персонала принимать решения стала главной причиной разорения малых фирм. Во многих странах с рыночной экономикой разрабатываются специальные программы управленческой поддержки малого бизнеса, создаются центры развития или «инкубаторы» мелкого бизнеса. Целесообразность создания подобных центров отметили более половины наших респондентов. Перечисленные проблемы характерны не только для регионов Сибири, но и для всего малого и среднего бизнеса России.

Специфическими проблемами ведения бизнеса в регионах Сибири являются высокая доля транспортной состав-

²¹ *Латов Ю. В.* Предприниматели и чиновники России – неразлучные враги или заклятые друзья? // Куда идет Россия. Формальные институты и реальные практики. М., 2002. С. 120–121; *Громов А.* Государство Робин Гуд // Эксперт. 2005. № 10; *Заславская Т. И.* Взгляд нового поколения бизнесменов на современную экономику России и политику государства // Общество и экономика. 2005. № 5. С. 180.

²² <http://news.ngs.ru/more/15197.shtml>. 20 апреля 2005.

²³ *Бодриков М. В.* Производительность труда в российской промышленности // ЭКО. 2005. № 7. С. 15–30.

ляющей в расходах (62,4%), трудности сбыта продукции (20,6%), информационный голод (12,4%) и некомпетентность чиновников (3%).

Усилия предпринимателей по преодолению указанных проблем направлены в основном на улучшение технологии, снижение затрат, повышение профессионального уровня работников. Государство же, по мнению респондентов, должно направлять свои усилия на снижение налогов (64%), обеспечение доступности кредитов (62,8%), совершенствование законодательства (51,2%), резкое сокращение числа контролирующих инстанций (47,2%), защиту прав собственника (36,8%), искоренение коррупции и произвола чиновников (31,6%). Но 25% предпринимателей считает, что специфических региональных проблем в развитии бизнеса нет.

Социологические аспекты предпринимательской деятельности

Мотивация

Мотивационное ядро предпринимательской деятельности составляют так называемые притягивающие факторы: стремление к независимости и самостоятельности в хозяйственной деятельности, стремление больше заработать, улучшить благосостояние своей семьи, желание добиться успеха, реализовать свои планы, знания и опыт. Суммарно они составили 89,4%. Выталкивающие же факторы (безработица, нужда и пр.) явились побудительными мотивами для 33% предпринимателей (табл. 7).

К концу 1990-х годов разрушительные последствия реформ стали особенно ощутимы: резко возросли масштабы безработицы и обеднения населения. В этот период без работы и средств к существованию остались миллионы людей, вынужденных искать новые сферы приложения труда и источники дохода. Перестройка экономических отношений вытолкнула из привычных сфер занятости и вынудила заняться предпринимательской деятельностью часть интеллигенции, управленцев и наемных работников. Около трети респондентов занялись малым бизнесом в связи с открывшимися возможностями.

**Мотивация предпринимательской деятельности,
% к числу опрошенных**

Мотив	Всего по СФО	Республика Бурятия	Иркутская область	Таймырский АО	Эвенкийский АО
Безработица	18,8	21,3	18,9	16,0	15,8
Нужда	13,7	12,5	11,3	18,0	21,1
Возможность заняться предпринимательством	31,4	25,0	40,6	24,0	26,3
Стремление к независимости и самостоятельности	31,8	32,5	33,0	28,0	31,6
Стремление улучшить благосостояние	32,5	26,3	36,8	34,0	31,6
Желание добиться успеха, реализовать свои планы	25,1	22,5	34,9	16,0	5,3

Таким образом, негативные последствия проводимых социально-экономических реформ послужили своеобразным пусковым механизмом поиска альтернативных сфер занятости, новых источников доходов и каналов социальной мобильности. В этот период создавались также институциональные условия для развития малого и среднего предпринимательства.

**Самоидентификация предпринимателей
в социальном пространстве**

По сравнению с советским периодом структура стратификационного пространства современной России существенно изменилась. Доля среднего класса не превышает 20% российских домохозяйств, 0,5% составляет элита и 70% – так называемый промежуточный класс, класс «ниже среднего», Т. И. Заславская называет его базовым слоем²⁴.

²⁴ Средние классы в России: экономические и социальные стратегии /Е. М. Аврамова и др.; под ред. Т. Малевой. М.: Гендальф, 2003. С. 432; Заславская Т. И. Трансформационный процесс в России: социоструктурный аспект // Социальная траектория реформируемой России. Исследования Новосибирской социолого-экономической школы. Новосибирск: Наука, 1999. С. 164–165.

Одним из критериев существования среднего класса может служить самоидентификация социальных групп с этим классом. Более половины сибирских предпринимателей относят себя на иерархической стратификационной шкале из 9 ступеней по доходам, престижу и власти со средним слоем, хотя явно наблюдается скос влево на шкале властных полномочий и вправо – на шкале общественного признания (рис. 4).

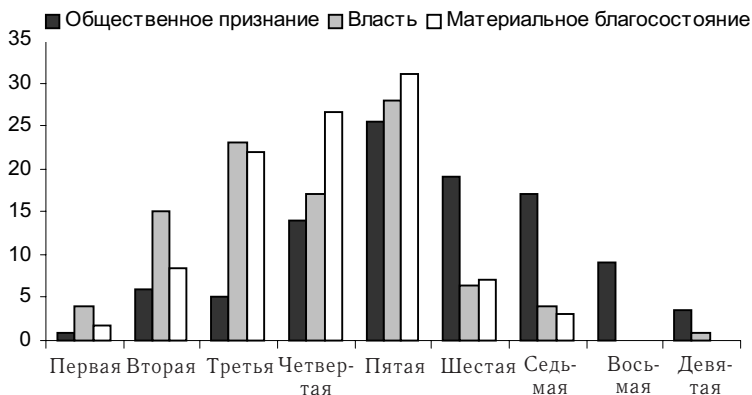


Рис. 4. Самоидентификация предпринимателей на иерархической стратификационной шкале из 9 ступеней по уровню благосостояния, власти и престижу

Другими словами, нынешние российские предприниматели, ощущая общественное признание и уважение со стороны окружающих, не уверены в том, что смогут защитить свои права в случае необходимости. И это тревожный симптом, так как только правовое государство может обеспечить продвижение по пути рыночных реформ и создать нормальные условия для становления частного сектора экономики.

Исследование среднего класса в современной России, проведенное авторским коллективом, объединившим экономистов, социологов и математиков, и охватившее 5 тыс. домохозяйств в 12 регионах страны, показало, что в насто-

ящее время успешные предприниматели образуют заметную группу (12,6%) в составе среднего класса²⁵.

Можно утверждать, что представители малого бизнеса и в перспективе будут составлять устойчивую часть среднего класса российского общества. Обладая высокими социально-профессиональными качествами, они не только успешно ведут свой бизнес сегодня, но и имеют, по их оценкам, реальные перспективы для расширения дела и повышения его прибыльности, что обеспечит им устойчивые доходы, которые могут быть использованы как на производственные, так и личные нужды.

Наличие в социальной структуре массового среднего класса, характеризующегося стабильностью, экономической самостоятельностью, законопослушностью и лояльностью по отношению к существующему социальному порядку, может служить положительным индикатором эффективности проводимых реформ. Однако вышеупомянутое исследование показало, что лишь 7% российских домохозяйств характеризуются достаточно высокой концентрацией материальных и социальных активов, что позволяет говорить об этой социальной группе как об устойчивом и бесспорном среднем классе. Судя по этому индикатору, успехи проведенных социально-экономических преобразований в стране весьма и весьма скромные.

Штрихи к портрету

Исследование характеристик экономических акторов, формирующихся в рамках новой институциональной системы, имеет большое значение, так как «от их социального качества – системы ценностей, широты взглядов, их потребностей, интересов, отношения к закону и праву, нравственности и морали фундаментально зависит будущее не только экономики, но и всего российского общества»²⁶.

Портрет сибирского предпринимателя. В составе представителей малого бизнеса преобладают лица среднего возраста (31–50 лет), молодежь составляет менее 20%,

²⁵ Средние классы в России: экономические и социальные стратегии. С. 398.

²⁶ Заславская Т. И. Новое поколение акторов российской экономики: проблемы социального качества // Общество и экономика. 2005. № 5. С. 140.

люди старших возрастов – около 11%. Мужчины и женщины занимают одинаковую долю. Предпринимательский слой характеризуется достаточно высоким уровнем образования: высшее законченное или незаконченное имели около 60% респондентов, среднее специальное образование – 22%, что соответствует среднереспубликанским показателям. Общее среднее и начальное профессиональное образование имели 11% опрошенных, остальные имели более низкое. Среди полученных специальностей преобладали гуманитарные профессии: экономисты, педагоги, врачи, юристы и бухгалтеры. Техническое образование имели около 30% предпринимателей.

По национальному составу предприниматели по преимуществу русские, представителей коренных народов Сибири среди них – около 15%. Начинающие предприниматели со стажем работы в бизнесе до 3 лет составляли 25% всех опрошенных, более 50% респондентов имели стаж от 4 до 10 лет, «ветеранов» бизнеса (стаж работы свыше 10 лет) было 15%.

Модели поведения предпринимателей. Различают две модели предпринимательского поведения: классическую и инновационную. Отличительная черта классической модели состоит в максимизации прибыли и получении наибольшей отдачи от имеющихся в распоряжении ресурсов на базе уже сложившихся технологий. Инновационная модель ориентируется на поиск более эффективных технологий переработки ресурсов и экономических методов ведения хозяйства и приводит к максимизации прибыли, как правило, лишь в некотором отдаленном будущем. Используя собственные и внешние ресурсы и формируя новые стратегии экономического развития, предприниматель берет на себя инновационные риски, связанные с новаторской деятельностью.

В периоды общественных преобразований и экономических реформ роль инновационной модели становится особенно значимой. Однако сложившаяся социально-экономическая ситуация в России была неблагоприятна для ее развития. В условиях российских реформ инновационную модель предпринимательства можно считать скорее вынужденной, чем необходимой.

Косвенным показателем, характеризующим инновационный стиль поведения предпринимателей, могут служить технологические новации, используемые в бизнесе. За последние годы технологические новшества использовали лишь 25% предпринимателей, остальные никаких изменений в технологии не применяли. Они добивались успеха за счет умелого использования имеющихся в их распоряжении ресурсов, знания конъюнктуры рынка и умения договариваться со своими партнерами и конкурентами.

Таким образом, для большинства сибирских предпринимателей – представителей малого бизнеса – характерны традиционные модели поведения. Однако такая оценка относительна, так как сама предпринимательская деятельность для современной России является нетрадиционной инновационной деятельностью.

* * *

Обследование показало, что наблюдается определенный прогресс в развитии малого бизнеса в отдельных сегментах экономики России, расширяется и круг предоставляемых рабочих мест. Однако темпы его развития и масштабы производства товаров и услуг в этом секторе экономики значительно отстают от экономически развитых стран, что свидетельствует о значительном недоиспользовании предпринимательского потенциала как в стране в целом, так и в сибирском регионе.

В целом тенденции развития малого бизнеса в регионах Сибири аналогичны среднереспубликанским, хотя масштабы производства и занятость населения в этой сфере несколько отстают от РФ. Это обусловлено, в частности, территориальной оторванностью, неразвитостью транспортных коммуникаций и высокими тарифами на перевозки, что удорожает продукцию малого бизнеса Сибири и снижает ее конкурентоспособность.