

## Новые тексты

### ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА: АНАЛИЗ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОДЕЙСТВИЮ ВОВЛЕЧЕНИЮ НАСЕЛЕНИЯ В МАЛЫЙ БИЗНЕС

Российский независимый институт социальных и национальных проблем

Директор проекта – д. э. н. Чепуренко Александр Юльевич

E-mail: [chepurenko@voxnet.ru](mailto:chepurenko@voxnet.ru)

Участники проекта: к. э. н. Алимова Т.А., д.соц.н. Тихонова Н.Е., Обывденнова Т.Б.

(Окончание. Начало см. [Том 4, № 2, 2003](#))

#### От склонности – к предпринимательской идее

В условиях, когда примерно у половины протопредпринимателей нет уверенности либо в своих силах, либо в наличии общих благоприятных условий для обзаведения собственным бизнесом, вполне понятно, что от раздумий общего характера к конкретным планам создания нового предприятия переходит лишь менее половины протопредпринимателей (см. табл. 16). Но и 6% от выборки – вполне приличное число, если учесть все неопределенности и риски неустоявшегося российского рынка. Если допустить, что удалось бы до нуля снизить барьеры для входа и обеспечить эффективную институциональную поддержку этим людям (консультации, тренинг, информационная поддержка и т.п.), то число созданий индивидуальных и малых предприятий в России (которое, как было отмечено выше, сегодня составляет в среднем 8 единиц на 1000 чел. населения, т.е. 0,8%) возросло бы на порядок! Допуская, что – с учетом нетрудоспособного населения и препятствий на начальном этапе развития – до стадии старта дошла бы только четверть из них, следует констатировать, что и в этом случае численность создаваемых МП на 1000 чел. населения в России могла бы составить порядка 25 фирм. Если бы эти создаваемые фирмы привлекали в среднем всего 3–5 чел. в качестве наемных работников (ср. с табл. 18), то они дополнительно обеспечивали бы прирост порядка 80 новых рабочих мест на 1000 чел. взрослого населения!

*Таблица 16.* В течение последнего года предпринимали ли Вы что-либо, чтобы начать бизнес на практике – например, подыскивали место для размещения или оборудование, занимались подбором будущего персонала, работали над бизнес-планом, начали накапливать финансовые средства, готовили документы для регистрации, делали иные шаги

	% от выборки (N=1756)	% от числа потенциальных предпринимателей (N=237)
1 – да	6,0	44,7
2 – нет	7,5	55,3

О том, что речь идет о вполне осмысленных планах, свидетельствует высокая степень точности, с которой респонденты отвечали на вопрос о будущей отраслевой принадлежности фирмы, которую они намерены открыть (см. табл. 17). Лишь около 5% затруднились конкретно определить, в какой сфере деятельности они намерены попробовать свои силы.

В большинстве случаев предполагаемая сфера деятельности уже была «опробована» протопредпринимателем, делающим конкретные шаги по созданию нового бизнеса, либо в качестве наемного работника, либо в предыдущий период самостоятельной предпринимательской деятельности. Отметим, что предпринимателю, «нащупавшему» новую для него и перспективную рыночную нишу, подчас проще организовать под нее новое предприятие, чем интегрировать новое направление в уже сформировавшийся пакет производимых товаров, работ, услуг.

*Николай З. из Свердловской области вместе с коллегами-программистами в 1991 г. организовал на базе отдела НИИ фирму по разработке компьютерных программ для автоматизированной обработки данных по поставкам/продажам продукции для промышленных предприятий. Спрос на продукцию фирмы в условиях свертывания производства продержался недолго. Зато рабочие контакты с заказчиками позволили сформировать свой банк данных предприятий – участников технологических цепочек по выпуску разного рода промышленной продукции. Параллельно на собственном опыте Николай убедился, что информация в бизнесе решает если не все, то многое. Стала развиваться посредническая деятельность по образцу «покупатель и продавец ищут друг друга». Но барьером дальнейшего развития нового направления было мнение соучредителей, согласно которому «негоже нам, образованным людям, в купи-продай переквалифицироваться».*

*В результате, в 1995 г. появилось новое МП с уже единоличным хозяином – Николаем З., чье направление деятельности первоначально ограничивалось посредническими услугами производственного назначения. Со временем «программистское прошлое» дало о себе знать. Появилась информационная составляющая бизнеса – создание бизнес-справочников, бизнес-карт, а также поисковых систем специализированного спектра действия.*

Таблица 17. К какой отрасли будет относиться новое предприятие (выберите основную)

	% от числа потенциальных предпринимателей (N=237)
1. Промышленность	4,2
2. Строительство	11,0
3. Транспорт	11,0
4. Оптовая торговля	7,2
5. Розничная торговля	20,3
6. Бытовое обслуживание	11,4
7. Общественное питание	4,6
8. Сельское хозяйство	4,6
9. Посредническая деятельность	4,2
10. Финансовые услуги	0,8
11. Научно-техническая деятельность	1,3
12. Интеллектуальные услуги (включая образование), консалтинг	8,4
13. Туризм, спорт, культура	3,8
14. Здравоохранение	2,5
Затрудняюсь ответить	4,6

Поотраслевая структура заметно отличается от реальной нынешней структуры малого предпринимательства России: существенно ниже доля потенциальных стартовых предприятий в промышленности, общественном питании, несколько ниже – в торговле, финансовых услугах, выше – в бытовом обслуживании населения. Разумеется, начало реального «строительства» бизнеса заставит тех, кто решится сделать последний шаг, скорректировать свои планы. Однако очевидно, что стремления заниматься главным образом торговлей, посредничеством и общественным питанием, которое было присуще стартовым МП в начале рыночной трансформации, у потенциальных начинающих предпринимателей сегодня уже нет. Сказывается, по-видимому, не только собственный профессиональный опыт, но и понимание – возможно, пока весьма приблизительное – востребованности более широкого, чем прежде, круга товаров и услуг на рынках.

Разумеется, планы респондентов еще не вполне устойчивы даже в основных чертах. Так, отвечая на один из вопросов анкеты, указали, что они будут единственными владельцами нового предприятия, 31% респондентов, тогда как в ответах на аналогичный вопрос в другом месте анкеты эта доля снизилась уже до 23%. В целом же у респондентов довольно четкое представление о том, как распределятся функциональные обязанности в новой фирме и какова будет численность занятых на ней (см. табл. 18).

Таблица 18. Сколько человек на новом предприятии...

1. ... будут собственниками и/или управляющими, включая Вас	2. ... будут работать сначала по найму	3. ... будут работать по найму через 5 лет
Средневзвешенное значение = = 2,22 чел.	Средневзвешенное значение = = 5,65 чел.	Средневзвешенное значение = = 18,52 чел.

Таким образом, по мнению опрошенных, на первых порах их фирма насчитывала бы не менее пяти новых рабочих мест, а к исходу первых пяти лет ее существования фирмы численность занятых утроилась бы. Если по-прежнему придерживаться гипотезы, что до старта могли бы прийти примерно 25% опрошенных, то эти фирмы оттянули бы на себя не менее 15–20% экономически активного населения. (Разумеется, мы здесь исходим из идеальных условий, не принимая во внимание неизбежное расхождение планов с реальностью, а также тот факт, что значительная часть стартующих фирм банкротятся и закрываются в течение весьма короткого периода времени, так что занятые на них работники снова пополняют число безработных, и т.д.)

Насколько реалистичными можно считать планы создания собственных новых фирм, во многом зависит от наличия команды и необходимых материально-финансовых ресурсов. Как следует из результатов опроса, в значительной мере подбор команды определяется семейно-дружескими связями потенциального предпринимателя (см. табл. 19). Это может быть вполне приемлемо при создании семейного бизнеса, но при ориентации на растущее и развивающееся малое предприятие скорее послужит тормозом, нежели стимулом развития, о чем свидетельствует не вполне благополучный опыт работы с ближайшими родственниками и друзьями, многократно зафиксированный в ряде предыдущих исследований РНИСиНП<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> См., напр.: Обыденнова Т.Б. Малый бизнес и проблемы занятости // Малый бизнес в СНГ и Вост. Европе: трудности роста (середина – вторая половина 90-х гг.). М.: РНИСиНП, 1998. С. 46–51; Занятость, малый бизнес и рынки труда в России и Молдове / Обыденнова Т.Б., Чепуренко А.Ю. М.: РНИСиНП, 2000. С. 83–85; Чепуренко А.Ю., Обыденнова Т.Б.

Довольно типичную историю рассказал ныне менеджер по продажам одной из московских фирм Павел В., 32 лет. Его малое предприятие, созданное в середине 1990-х годов, поначалу внушало только оптимизм, во многом благодаря «железной хватке» бухгалтера с большим стажем работы на крупном госпредприятии, который сразу четко структурировал и «осметил» затраты, «выставил заслон» неэффективным расходам. Тот факт, что бухгалтером была мать Павла, только прибавлял ему уверенности. Уж у него не станут перекачивать средства на сторону! Со временем, однако, выяснилось, что частный бизнес времен рыночных реформ требует иного финансового управления, чем госпредприятие периода административно-командной экономики. Не вдаваясь в детали производственно-семейного конфликта, бывший предприниматель лишь констатировал: результатом стало закрытие предприятия после пяти лет безуспешных попыток переучить «старого специалиста». Разумеется, о его увольнении не могло быть и речи.

Впрочем, возможно, это связано не столько с желанием, сколько с необходимостью работать с ближайшими родственниками и друзьями – в силу того, что значительная часть средств, необходимых для открытия фирмы, предоставляется именно ими (см. табл. 20).

Таблица 19. Если у Вашего предприятия будут совладельцы, то кто именно

	% от числа потенциальных предпринимателей (N=237)
1 – ближайшие родственники	31,2
2 – друзья	33,8
3 – нынешние коллеги	11,0
4 – нынешний работодатель	3,0
5 – другие лица	4,2
6 – Вы будете единственным владельцем	23,6

Ответы респондентов показывают, что основным источником мобилизуемых финансовых средств являются их личные деньги; семейные сбережения и средства друзей в совокупности составляют примерно столь же важный источник. Несколько неожиданными являются данные о том, что примерно 1/5 получала (или надеется получить) финансирование для предпринимательского старта от банков, а 10% – из государственных программ. Далее, неожиданно малой является роль нынешнего нанимателя, а также знакомых и соседей, хотя очень значительная доля не ответивших на соответствующий вопрос именно по данным строкам – на наш взгляд, косвенное свидетельство того, что роль неформальных финансовых партнеров в действительности все же является заметно более существенной.

Таблица 20. Получали ли Вы (рассчитываете ли получить) средства для начала деятельности данного предприятия из следующих источников

		Да	Нет	Не знаю	Нет ответа
1. Личные средства	% от предпринимавших в течение последнего года конкретные шаги по открытию дела (N=106)	78,3	18,9	–	2,8
	% от числа потенциальных предпринимателей в целом (N=237)	59,9	27,4	3,0	9,7
2. Семья или родственники	% от предпринимавших в течение последнего года конкретные шаги по открытию дела (N=106)	46,2	43,4	7,5	2,9
	% от числа потенциальных предпринимателей в целом (N=237)	38,4	42,2	10,1	9,3
3. Друзья	% от предпринимавших в течение последнего года конкретные шаги по открытию дела (N=106)	34,0	52,8	7,5	5,7
	% от числа потенциальных предпринимателей в целом (N=237)	30,4	47,3	11,8	10,5
4. Знакомые или соседи	% от предпринимавших в течение последнего года конкретные шаги по открытию дела (N=106)	0,1	81,1	0,0	18,8
	% от числа потенциальных предпринимателей в целом (N=237)	6,8	74,3	5,1	13,9
5. Коллеги по работе	% от предпринимавших в течение последнего года конкретные шаги по открытию дела (N=106)	10,4	70,8	10,4	8,4
	% от числа потенциальных предпринимателей в целом (N=237)	8,9	67,5	8,4	15,2
6. Работодатель	% от предпринимавших в течение последнего года конкретные шаги по открытию дела (N=106)	0,1	76,4	0,0	23,5
	% от числа потенциальных предпринимателей в целом (N=237)	6,8	72,2	5,5	15,6
7. Банк или иной финансовый институт	% от предпринимавших в течение последнего года конкретные шаги по открытию дела (N=106)	21,7	50,9	0,2	27,2
	% от числа потенциальных предпринимателей в целом (N=237)	25,3	43,5	16,0	15,2
8. Правительственные программы поддержки	% от предпринимавших в течение последнего года конкретные шаги по открытию дела (N=106)	10,4	58,5	20,8	10,3
	% от числа потенциальных предпринимателей в целом (N=237)	14,3	51,5	18,6	15,6

### От потенциального к реальному предпринимательству: мотивационные особенности, формы участия и источники капитала начинающих предпринимателей

В выборке оказался 121 действующий предприниматель, причем только шесть из них создали свои фирмы в 2001 г. и один – в 2002 г., поэтому высказывания и оценки респондентов характеризуют трудности стартового предпринимательства скорее за годы рыночных реформ в целом, нежели специфические проблемы, которые приходится решать стартовым МП в последние годы.

Таблица 21 дает представление о наиболее распространенных формах участия респондентов в бизнесе: владение или совладение фирмой (сочетающееся, как правило, с выполнением обязанностей управляющего); участие только в капитале, без выполнения реальных предпринимательских функций; наконец, неформальное участие в бизнесе (через предоставление финансовых и иных ресурсов) также без прямого участия в осуществлении предпринимательских функций. Как видно из таблицы, абсолютно доминирует первый тип, но и третий получил значительное распространение (почти 1/5 «предпринимателей» таковыми формально и по сути не являются, перекладывая как риски, так и обязанности по текущему управлению на реальных действующих владельцев бизнеса).

По-видимому, представителей второго и третьего типа следует охарактеризовать как квазипредпринимателей, некоторая часть которых, по-видимому, латентно выполняет предпринимательские функции – в таком случае, это может быть промежуточной ступенью к превращению в собственно предпринимателей.

Таблица 21. Какое из приведенных ниже высказываний справедливо в отношении Вас

		Да	Нет	Нет ответа
1. Вы в настоящее время являетесь владельцем фирмы, в управлении которой Вы участвуете	% от выборки (N=1756)	5,3	1,3	0,3
	% от числа действующих предпринимателей (N=121)	76,9	19,0	4,2
2. Вы являетесь владельцем или совладельцем фирмы, но лично в ее текущей деятельности не участвуете	% от выборки (N=1756)	0,6	5,5	1,0
	% от числа действующих предпринимателей (N=121)	9,1	80,2	10,7
3. За последние три года Вам приходилось лично участвовать в привлечении средств, чтобы кто-то другой мог начать свое дело – без официального участия в капитале или акциях данной фирмы	% от выборки (N=1756)	1,3	4,8	0,7
	% от числа действующих предпринимателей (N=121)	19,0	70,2	10,8

Распространенность неформального кредитования в предпринимательских и околорепрезентативных кругах на деле, очевидно, еще более широка – во всяком случае, одалживать деньги для ведения бизнеса другим людям эпизодически приходилось более чем половине действующих предпринимателей (см. табл. 22), причем, как правило, это были друзья, значительно реже – родственники и коллеги по работе (см. табл. 23).

Таблица 22. Приходилось ли Вам одалживать деньги для ведения бизнеса другим людям?

	% от выборки (N=1756)	% от числа действующих предпринимателей (N=121)
Да	3,9	56,2
Нет	3,0	43,8

Именно то обстоятельство, что деньги одалживались – пусть даже в деловых целях – исходя из наличия прочных личных связей и привязанностей, объясняет, почему чаще всего это делалось на беспроцентной основе (см. табл. 24). Вероятно, сказанное иллюстрирует, насколько важно для успеха в малом и семейном бизнесе в России (где банковское финансирование практически недоступно, а иные формы кредитной поддержки распространены весьма слабо) наличие разветвленных межличностных связей. Иными словами, *социальный капитал вполне может при необходимости компенсировать нехватку оборотных средств, причем на условиях, более благоприятных, чем в формальном банковском секторе.*

Таблица 23. Если Вы одалживали деньги для ведения бизнеса другим людям, то кто это был

	% от выборки (N=1756)	% от числа действующих предпринимателей (N=121)
1 – близкий родственник (супруг/супруга, сын/дочь, отец/мать, внук/внучка и т.п.)	0,9	12,4
2 – менее близкий родственник	0,3	5,0
3 – коллега по работе	0,9	13,2
4 – друг или знакомый	2,4	34,7
5 – незнакомый человек с хорошей предпринимательской идеей	0,1	1,7
6 – другое лицо	0,1	0,8

*Однако, как уверял в ходе интервью Сергей Р., 35 лет, предприниматель из Санкт-Петербурга: «Вы вряд ли найдете даже у самых близких и обеспеченных родственников и друзей длинные и большие деньги. Обернуться в случае нужды помогут. Но то, что называется бизнес-планом, вам придется реализовывать на свои – если, конечно, вы не готовы поделиться собственностью». Иными словами, партнерский кредит не выходит за рамки обслуживания денежного оборота, никак не может претендовать на звание венчурного финансирования.*

Таблица 24. Если Вы одалживали деньги для ведения бизнеса, то делали это

	% от выборки (N=1756)	% от числа действующих предпринимателей (N=121)
1 – под проценты	0,7	10,7
2 – на беспроцентной основе	2,7	38,8
3 – на иных началах	0,5	6,6
Не одалживали	3,0	43,8

Социальный капитал необходим не только как субститут денежных средств, но и как важная предпосылка формирования «ядра» будущей команды, а затем – и персонала предприятия: по данным ряда предыдущих исследований РНИСиНП, даже на давно существующих российских МП преобладают неформальные каналы поиска и привлечения дополнительных работников.

Примерно в половине случаев у действующего предпринимателя есть совладельцы (см. табл. 25). Что касается персонала, то численность работающих по найму (см. табл. 26) несколько превышает статистические значения по российским МП (около 8 чел.); по оценке респондентов, через пять лет численность работающих возрастет примерно вдвое и составит около 20 чел. (близко к тому значению, которое называли только собирающиеся открыть собственное дело потенциальные предприниматели).

*Таблица 25.* Если Вы сказали, что являетесь собственником или менеджером предприятия, ответьте, пожалуйста: Вы – единоличный владелец?

	% от выборки (N=1756)	% от числа действующих предпринимателей (N=121)
1 – да	3,5	51,2
2 – нет	3,0	43,8
3 – затрудняюсь ответить	0,3	5,0

*Таблица 26.* Сколько человек на данном предприятии...

1. ... являются его совладельцами, включая Вас		2. ... работают по найму в настоящее время		3. ... будут работать по найму через 5 лет	
Средневзвешенное значение = =2,57 чел.		Средневзвешенное значение = =10,62 чел.		Средневзвешенное значение = =19,77 чел.	
99 – затрудняюсь ответить		99 – затрудняюсь ответить		99 – затрудняюсь ответить	
% от выборки (N=1756)	% от числа действующих предпринима- телей (N=121)	% от выборки (N=1756)	% от числа действующих предпринима- телей (N=121)	% от выборки (N=1756)	% от числа действующих предпринима- телей (N=121)
1,2	17,4	2,3	33,1	5,2	75,2

Мотивы предпринимательской деятельности у действующих бизнесменов несколько отличаются от аналогичных мотивов у потенциальных предпринимателей (ср. табл. 27 и табл. 12). Особенно заметно, что среди действующих предпринимателей треть считает, что не смогла бы найти себе другое место работы, тогда как среди потенциальных предпринимателей это соображение присутствует только у 5%.

*«Попробовав самостоятельности, – говорит Александр Р., 39 лет, руководитель МП по переработке сельхозпродукции из Свердловской области, – уже невозможно представить себя работающим «на дядю». Если ты пошел в бизнес не из-за нужды, а стремясь самореализоваться, самоутвердиться, то, несмотря на все трудности, получил прекрасную возможность проверить, что ты можешь в этой жизни. Я набил много шишек, но многому и научился. Предпринимательство – это мое. Сейчас предприятие крепко держится на плаву. Но так было не сразу и не всегда. Бывало так трудно, что хотелось бросить все. Что удерживало – знал, что все равно снова пойду в бизнес. И так думают многие из наших. Так зачем бросать то, что уже стало твоим?»*

По-видимому, на мнении «предпринимателей поневоле» сказываются заметно изменившиеся в последние годы макроэкономические условия, при которых спрос на труд, особенно на квалифицированный труд, стал расти, так что данное соображение (невозможность трудоустройства) перестало быть решающим для них.



Далее, несколько более заметную долю среди ныне активно действующих предпринимателей составили те, кто ушел в бизнес, чтобы реализовать собственные замыслы: 30% против 25% среди теперешних потенциальных предпринимателей. По-видимому, за прошедшие годы несколько убавилось романтизма и прибавилось прагматизма при принятии решения о выборе предпринимательской карьеры.

*Таблица 27.* Вы участвуете в этом предприятии, потому что хотите быть предпринимателем или потому что у Вас нет лучшего выбора места работы

	% от выборки (N=1756)	% от числа действующих предпринимателей (N=121)
1 – хочу быть предпринимателем	2,1	30,6
2 – нет другого места работы	2,3	33,9
3 – комбинация обоих факторов	1,7	24,0
4 – другие причины	0,5	6,6
5 – затрудняюсь ответить	0,3	5,0

Действующие предприниматели, имеющие за плечами многолетний опыт ведения бизнеса, являются, пожалуй, наиболее квалифицированными экспертами при оценке нынешних условий для развития предпринимательства в целом (и открытия нового бизнеса, в частности). Примечательно, что их оценки следует признать умеренно пессимистическими. Это проявляется, во-первых, в ответе на стандартный проверочный вопрос (см. табл. 28): треть респондентов затруднилась ответить, взяли ли бы они сегодня за создание нового дела, и еще почти 1/5 ответила на этот вопрос отрицательно. В совокупности это несколько превышает долю позитивных ответов.

*Таблица 28.* Если бы Вам пришлось открывать свой бизнес сегодня, стали бы Вы начинать все сначала

	% от выборки (N=1756)	% от числа действующих предпринимателей (N=121)
1 – да	3,3	47,9
2 – нет	1,3	18,2
3 – затрудняюсь ответить	2,3	33,9

Примерно четверть респондентов считает, что в течение следующих шести месяцев условия для открытия новой фирмы в их населенном пункте будут хорошими, остальные (36%) ответили «нет» или затруднились с ответом. Улучшения условий для развития предпринимательства в стране в целом в следующем году ожидают только 12% респондентов, ухудшения – 18%; треть затруднилась с ответом, более трети посчитали, что они останутся такими же (о невыносимом положении малого бизнеса примерно в то же время, когда проводился настоящий опрос, убедительно говорили участники 3-й Всероссийской конференции представителей малых предприятий).

Эти ответы в некоторой степени противоречат намерению наращивать объемы бизнеса в ближайшие пять лет (отражающим, по-видимому, скорее свойственный предпринимательской натуре оптимизм, нежели трезвый учет складывающихся условий).

### **Трудности на пути стартующих малых и семейных предприятий: мнения действующих и бывших предпринимателей**

В чем же основные трудности открытия собственного дела? Оценить их позволяют мнения как действующих (121 чел.), так и бывших предпринимателей (80 чел.), число которых в совокупности составило 201 чел. (11,4% от общей выборки). Истории успеха и неуспеха бизнеса весьма различны (см. табл. 29). Если сгруппировать их в несколько более общих типов, то получается следующая картина.

- Удачно прошли регистрационно-разрешительные процедуры и продолжают заниматься бизнесом 46,7% из числа «предпринимательской» подвыборки (5,3% выборки в целом).
- Удачно прошли регистрационно-разрешительные процедуры, но деятельность предприятий в силу разных причин прекратили 27,4% (3,1%).
- *Не смогли преодолеть барьеры на входе на рынок и бизнесом не занимаются 2,5% (0,3%).*
- Не смогли преодолеть барьеры на входе на рынок, но бизнесом занимаются 4,0% (0,5%).
- Не пытались преодолевать барьеры на входе на рынок и бизнесом занимаются «по-черному» 6,0% (0,7%).
- Занимаются бизнесом от случая к случаю, никак его не оформляя 13,4% (1,5%).

Таким образом, высокие административные барьеры при входе на рынок стали причиной отказа от занятий бизнесом еще до старта только у 2,5% респондентов; если сопоставить это число с предпринимательским потенциалом в широком смысле слова, то это примерно 2,2% из потенциально желающих заниматься бизнесом (13,5%) и примерно каждый пятый по отношению к тем, кто не только мечтает, но и активно готовится к занятиям предпринимательством. В целом *это свидетельствует* – вопреки широко распространенному взгляду – скорее, *об относительной проходимости барьеров на входе на рынок для стартующих предприятий в России.*

Различные формы нелегального предпринимательства и «эпизодическое предпринимательство» распространены достаточно широко – в них вовлечены 2,7% участников опроса. По отношению к действующим предпринимателям в выборке это почти 40%.

Одна из наиболее распространенных разновидностей «эпизодического предпринимательства» – челночная торговля, точнее, участие в разветвленной сети ее закупщиков, перекупщиков, посредников и продавцов.

*Оксана К., пенсионерка, жительница Тульской области, рассказала, что все взрослые члены ее семьи (муж, дочь, зять) так или иначе «челночат». «Сегодня для этого совсем не обязательно ездить в Турцию, достаточно раз-другой в месяц наведаться в Москву. Там на Черкизовский рынок уже все без нас завезли и на прилавок выложили. Осталось пройтись да выбрать. Да и ходить долго не приходится. Уже знаем своих оптовиков, от них и скидка может быть, и на веру, в случае чего, часть товара отдадут, и брак примут. Но дочь с зятем работы не бросают. Да и я тоже. Я ведь сейчас гардеробицей в районной поликлинике. Там мне и торговать разрешают. Одной рукой номерки выдаю, другой товар показываю. Не одна, конечно, нас там трое «за прилавком» – поликлиника ведь большая».*

По-видимому, именно «эпизодическое предпринимательство» является наиболее массовой

*формой теневой предпринимательской экономической активности.* Поскольку по сравнению с систематическим ведением предпринимательской деятельности в «тени» это – то же самое, что партизанские действия в сравнении с деятельностью регулярной армии, совершенно очевидно, что и формы борьбы, которые могут быть эффективными против настоящих теневых фирм, будут мало эффективны для нейтрализации ведущегося наскоком «партизанского» предпринимательства.

Таблица 29. Если когда-либо в прошлом Вы уже пытались начать собственный бизнес, чем это закончилось (выберите только один вариант ответа)

	% от выборки (N=1756)	% от общего числа действующих и бывших предпринимателей (N=201)
1 – предприятие было зарегистрировано в ... году, фактически деятельность продолжалась ... года/лет	2,1	18,4
2 – предприятие было зарегистрировано в ... году, и деятельность продолжается до сих пор	3,6	31,8
3 – получил патент, разрешение, лицензию на занятие индивидуальной частной деятельностью в ... году, но фактически деятельность продолжалась только ... года/лет	1,0	9,0
4 – получил патент, разрешение, лицензию на занятие индивидуальной частной деятельностью в ... году, и деятельность продолжается до сих пор	1,5	13,4
5 – не удалось зарегистрировать предприятие, предпринимательством не занимаюсь	0,2	2,0
6 – не удалось получить патент, разрешение, лицензию на занятие индивидуальной частной деятельностью, предпринимательством не занимаюсь	0,1	0,5
7 – хотя не удалось зарегистрироваться, пытаюсь заниматься предпринимательством	0,5	4,0
8 – официально регистрироваться не пытался, но реально занимался предпринимательской деятельностью на протяжении ... лет	0,7	6,0
9 – собственный бизнес начал и продолжаю, но уже в другой фирме	0,2	1,5
10 – официально не регистрировался, но иногда предпринимал определенные шаги (посредничество, перепродажа и т.п.), которые можно назвать бизнесом	1,5	13,4

Хотя число прекративших свое существование фирм относительно невелико и делать обобщающие выводы на этом основании не следует, тем не менее отметим, что 72% закрывшихся МП просуществовали менее 4 лет после прохождения регистрации либо патента (лицензии) на ведение индивидуальной предпринимательской деятельности, в том числе 32% МП (почти 1/3) и 22% ИЧП просуществовали менее года. В принципе, эти данные не расходятся

со статистикой смертности в секторе малого предпринимательства, полученными на основе оценки экспертных данных<sup>2</sup>.

Анализ причин закрытия стартовавших бизнесов (см. табл. 30) показывает, что основной причиной этого, по мнению самих опрошенных, явилась недостаточность финансовых средств. Однако, если суммировать показатели по двум строкам, характеризующим роль властей (отсутствие связей и давление проверяющих органов), то в совокупности *значимость административных факторов даже превышает значимость наличия финансовых средств* – свыше 80%! Такое суммирование представляется тем более оправданным, что наличие связей, как правило, бывает необходимо именно для смягчения контрольно-проверочного давления на бизнес. Иными словами, если верить полученной картине, то власти «мягко стелют» (барьеры на входе минимальны), но потом малому предпринимателю без нужных связей бывает «жестко спать».

Все остальные причины объективного и субъективного характера (включая отсутствие грамотного бизнес-плана, недостаток специальных знаний и пресловутое давление криминальных структур) далеко уступают по своему негативному воздействию на успех малого предприятия.

Таблица 30. Если Вы в прошлом пытались начать собственный бизнес, но неудачно, в чем главные причины этого (выберите три наиболее важных варианта ответа)

	% от выборки (N=1756)	% от числа бывших предпринимателей (N=80)
1 – убедился, что быть предпринимателем – это не для меня	0,7	16,3
2 – не хватило финансовых средств на раскрутку бизнеса	3,6	78,6
3 – не оказалось нужных связей в органах власти (муниципальной, городской, региональной – нужное подчеркнуть)	1,9	41,2
4 – давление криминальных структур	0,8	17,6
5 – давление проверяющих, контролирующих органов (например, пожарная инспекция, СЭС и т.п.)	1,9	41,2
6 – не удалось найти контакты, поддержку среди действующих предпринимателей	0,4	8,8
7 – отсутствие либо непродуманность плана развития собственного бизнеса на перспективу	0,9	18,8
8 – не удалось найти покупателей своей продукции, услуг	0,6	12,6
9 – не хватило специальных знаний в следующих областях: управление предприятием, управление персоналом, маркетинг, финансовое планирование (нужное подчеркнуть)	0,9	20,1
10 – не удалось найти помещение (производственное, офисное – нужное подчеркнуть)	0,5	11,3

<sup>2</sup> Ср.: Российское обозрение малых и средних предприятий – 2001. М.: ТАСИС, Ресурсный центр малого предпринимательства, 2002. С. 59.

11 – не удалось найти нужного оборудования	0,2	4,9
12 – не удалось найти нужных специалистов, работников	0,3	7,5
13 – не удалось преодолеть процедуру регистрации	0,3	7,5
14 – по состоянию здоровья	0,4	3,5
15 – по семейным обстоятельствам	0,6	8,8
16 – не видел перспектив	1,0	21,3
17 – другие причины	0,6	12,6

Ответы на вопрос относительно необходимых предпосылок для успешного предпринимательского старта несколько не меняют полученную картину (см. табл. 31): выясняется, что тремя самыми важными предпосылками, наряду со стартовым капиталом, являются все-таки личные связи в органах власти, контрольных и правоохранительных органах и предпринимательский склад характера (последние два фактора собрали поровну – по 50% ответов).

Таблица 31. Что, по Вашему мнению, необходимо для успешного начала предпринимательской деятельности (выберите три наиболее важных варианта ответа)

	% от выборки (N=1756)	% от числа действующих и бывших предпринимателей (N=201)	% от числа региональных экспертов (19 чел.)	% от числа специалистов сервисных организаций (72 чел.)
1 – особый предпринимательский склад характера	5,8	50,7	63	76
2 – стартовый капитал	9,2	80,1	68	50
3 – личные связи в органах власти (муниципальной, городской, региональной – нужное подчеркнуть)	3,5	30,8	32	17
4 – личные связи в правоохранительных органах	0,9	8,0	–	0
5 – личные связи в контролирующих органах (например, пожарной инспекции, СЭС и т.п.)	1,4	11,9	–	0
6 – личные связи и поддержка со стороны действующих предпринимателей	1,3	10,9	–	4
7 – наличие четкого плана развития собственного бизнеса на перспективу	3,4	29,4	53	53
8 – наличие предварительных договоренностей с будущими поставщиками и покупателями о совместных действиях	1,4	11,9	26	7

9 – наличие специальных знаний в следующих областях: управление предприятием, управление персоналом, маркетинг, финансовое планирование (нужное подчеркнуть)	2,0	17,4	11	15
10 – доступ к помещениям (производственным, офисным – нужное подчеркнуть)	0,9	7,5	21	8
11 – возможность взять необходимое оборудование в аренду, лизинг	1,3	10,9	11	7
12 – наличие команды специалистов и работников нужной квалификации	1,7	14,4	26	38
13 – возможность своевременно получить квалифицированную консультацию по проблемам бизнеса	вопрос не задавался			22

### Оценка трудностей и потребностей в поддержке стартующих предпринимателей: мнения экспертов

Полученные результаты (особенно в части проблем стартующих и стартовавших предпринимателей) были дополнительно проверены, во-первых, путем рассылки кратких и простых для заполнения стандартных вопросников по имеющимся адресным базам; во-вторых, в ходе ряда качественных интервью с экспертами, представляющими государственные и общественные организации поддержки малого бизнеса. Сначала специальная анкета была распространена путем адресной электронной рассылки (директ-мейл) в адреса 255 организаций, представляющих различные – государственные, местные, общественные – структуры поддержки малого предпринимательства в более чем 70 регионах России<sup>3</sup>. Примерно 1/3 адресов оказались не работающими, из примерно 170 остальных адресатов ответили на вопросы анкеты 19 экспертов, представлявших соответственно Архангельскую, Московскую, Ленинградскую (2 чел.), Волгоградскую (2 чел.), Ивановскую, Костромскую, Вологодскую, Иркутскую, Пермскую (2 чел.), Тверскую, Тульскую, Челябинскую, Рязанскую области, Республики Башкортостан, Карелия, Чувашия. В число экспертов вошли в основном представители специализированных учреждений поддержки МП (больше половины), а также ассоциаций малого бизнеса и ТПП; незначительное меньшинство составили работники региональных органов власти.

Характерно, что на разосланные примерно в 12 адресов московских структур поддержки малого предпринимательства анкеты не было получено ни одного (!) ответа, что, по-видимому, объясняется некоторой «усталостью» московских функционеров от бесчисленных опросов и другими обстоятельствами.

Из полученных ответов складывается некоторая картина, на основе которой – учитывая малочисленность и ограниченную репрезентативность – едва ли возможно формировать обобщающие оценки, но которая достаточно красноречива. Кроме того, отметим, что суждения

<sup>3</sup> При формировании адресной базы использовались информационные ресурсы сайтов: [www.siora.ru](http://www.siora.ru), [www.delo.ru](http://www.delo.ru), [www.rcsme.ru](http://www.rcsme.ru), а также ряда регионов Российской Федерации.

экспертов в целом не расходятся с мнением самих начинающих либо действующих предпринимателей<sup>4</sup>, что свидетельствует о хорошем знании реального положения дел.

Прежде всего, судя по ответам экспертов, сложившееся состояние и перспективы развития малого предпринимательства на местах определяются на сегодня не столько действиями центральных властей (законодательство, иные механизмы косвенного воздействия), сколько позицией местных властей. Такая констатация, на первый взгляд, банальна: малый бизнес – явление локального масштаба, и кому, как не местным властям, выступать в роли ведущего фактора воздействия на малый бизнес. Но в условиях становления рыночной среды в России еще пять-семь лет назад подобные опросы, как правило, демонстрировали высокий уровень корреляции (во всяком случае, по мнению региональных экспертов) между позицией федерального центра и состоянием предпринимательства на местах<sup>5</sup>. Сейчас же роль федерального законодательства и политика федерального центра в отношении малого бизнеса хотя и получили второе-третье места по значимости, все же значительно уступили отмеченному выше основному моменту. Более того, даже уровень налогообложения и уровень социально-экономического развития региона, хотя и были названы примерно половиной экспертов в качестве четырех важнейших факторов, далеко отстали по своему значению от позиции местных властей.

С другой стороны, ответы на вопрос о том, кто больше всего помогает, а кто мешает развитию малого предпринимательства, позволяют заключить: *в развитии малого предпринимательства на местах местные власти гораздо чаще играют негативную роль, чем другие субъекты государственно-политического воздействия на МП*: свыше трети экспертов обратили внимание на то, что местные власти «мешают», а один эксперт отметил, что местные власти в его регионе «активно мешают» развитию малого бизнеса. И наоборот: явным лидером в области поддержки малого предпринимательства в стране является, по мнению экспертов, только президент страны (95% позитивных и очень позитивных оценок!).

Кроме того, отрицательный баланс сложился в оценке роли региональных законодательных собраний, еще более выраженный негативный баланс – в оценке роли федерального правительства (два эксперта считают, что оно «активно мешает» развитию малого предпринимательства!). В контексте оценки позиции федерального правительства примечательно, что свыше 2/3 экспертов склонны считать, что за последний год налоговое бремя на малый бизнес возросло (ни один из них не отметил, что оно стало ниже – вопреки всем продекларированным правительством «налоговым улучшениям» для МП!), а также что административные барьеры за тот же период также скорее стали выше, чем сократились (и это – на фоне возглавляемой МЭРТ кампании по борьбе за снижение уровня барьеров!)<sup>6</sup>. На фоне

---

<sup>4</sup> Так, почти половина экспертов считает, что основным побудительным мотивом предпринимательского старта является на сегодня стремление к материальному успеху, примерно треть называет стремление к самореализации, а около 1/5 – отсутствие иных возможностей обеспечить существование семьи. Отметим, что если сопоставить эти оценки с вышеприведенными данными опроса, существенно переоценена значимость последнего фактора, в остальном картина примерно совпадает с самооценкой стартующих предпринимателей.

<sup>5</sup> См., напр.: *Шереги Ф., Чепуренко А.* Условия развития малого бизнеса в российских регионах: данные экспертных оценок // Политэконом. 1998. № 1. С. 30–41.

<sup>6</sup> Эта оценка совпадает с выводами мониторинга, проводимого для МЭРТ командой экспертов ЦЭФИР по заказу Мирового банка (см., напр.: Малым предприятиям приготовили налоговую

усиления давления налогового пресса и высоких административных барьеров на входе, по мнению экспертов, при некотором росте доли МП в экономике их регионов заметно возрос уровень конкуренции в этом секторе экономики, при этом доля занятых практически не изменилась. Иными словами, рост идет в тяжелых условиях, потому и не может быть значительного роста занятости – относительно успешные МП выживают, по-видимому, путем интенсификации труда<sup>7</sup>.

Но самое главное, если верить суждениям экспертов, в значительной части регионов России на сегодня сформировалась явно аномальная ситуация, когда именно тот уровень власти, который ближе всего к малому бизнесу, менее всего настроен способствовать его развитию. Причины, на наш взгляд, заключаются в явном урезании налоговых полномочий регионов (которые, в свою очередь, стремятся компенсировать это усекновение фискальных возможностей местного уровня власти). В результате складывается такое положение, когда местные власти не имеют стимулов для поощрения развития малого предпринимательства, включая стартующие фирмы, ибо все потенциальные преимущества от ускорения развития МП проявятся не скоро, а плоды их – в виде роста налоговых поступлений – достанутся вышестоящим уровням власти.

Однако ожидания экспертов в отношении перспектив развития малого бизнеса в их регионах в основном позитивны: через год, судя по балансу данных ими оценок, снизятся административные барьеры, несколько снизится и налоговое бремя. В этих условиях при значительном возрастании конкуренции окажется возможным и рост доли МП в экономике регионов, а также рост числа занятых в данном секторе региональной экономики.

Наряду с позицией местных властей и налоговым климатом, все же более важным ограничителем вовлечения населения в малое предпринимательство является отсутствие у людей стартового капитала (так считает подавляющее большинство экспертов). Лишь треть наряду с этим указала на низкий платежеспособный спрос – хотя от региона к региону значимость данного фактора оказалась весьма различной: в депрессивных регионах (Иваново) она была существенно выше, чем в относительно устойчиво развивающихся или стабильных (Московская, Ленинградская, Пермская области и др.).

Важным итогом экспертного опроса стала констатация того – зафиксированного в ходе анализа результатов опроса населения – факта, что население относится к малому предпринимательству вполне сочувственно, так что мнимые фобии россиян в отношении малого бизнеса сдерживающим фактором отнюдь не являются.

Среди шагов, не требующих значительных инвестиций или бюджетных расходов, но обеспечивающих улучшение условий для стартующих МП, эксперты назвали в первую очередь следующие:

- упрощение доступа к нежилой недвижимости (2/3 экспертов);
- снижение активности контрольных и иных проверяющих органов;
- стимулирование создания кредитных союзов малых предприятий.

---

ловушку // Коммерсант. 26 июля 2002. №130; Бизнес не верит в налоговую реформу // Финансовые известия. 1 августа 2002. №652).

<sup>7</sup> По данным упоминавшегося выше обследования малых предприятий, которое ЦЭФИР провел по заказу Мирового банка в 21 регионе России в 2002 г., лишь четверть респондентов отметила, что за прошедший год количество рабочих мест на их предприятиях возросло (см. <http://www.cefir.ru>).



Из указанных мер, по-видимому, только создание некоего фонда производственных площадей для малого бизнеса может считаться достаточно затратной мерой (зачастую производственные площади крупных предприятий, первые этажи жилого фонда, незавершенное строительство не могут быть использованы для нужд МП без значительных вложений в переоборудование и ремонт), тогда как даже льготлируемые услуги по обучению и консалтингу вполне могут предоставляться в рамках программ активной политики на рынке труда. Однако понятно, что для осуществления даже малозатратных мероприятий, указанных экспертами, требуется ясное видение перспективы и немалая политическая воля по преодолению сопротивления государственного аппарата. Только их отсутствием можно объяснить тот факт, что все эти меры, обсуждаемые на протяжении как минимум 5-7 лет, а в ряде регионов (Москва) частично уже и осуществляемые, по-прежнему называются в числе перспективных.

Впрочем, суждения экспертов о том, что необходимо для успешного предпринимательского старта, до некоторой степени противоречит как их оценке ситуации в регионах и исходных условий для развития малого бизнеса, так и мнениям самих стартующих предпринимателей (ср. табл. 31). Так, эксперты значительно большее значение придают наличию четкого плана на перспективу, а также возможности доступа к арендуемым площадям, предварительной договоренности с будущими поставщиками/покупателями и наличию команды работников. Кроме того, они выше оценивают такой фактор, как предпринимательский склад характера.

Напротив, по их мнению, наличие стартового капитала, хотя и весьма важно, но все же не в той мере, как полагают сами начинающие предприниматели. Совсем не нужны, по их мнению, связи в правоохранительных и контрольных органах (при том, что сами же они считают деятельность проверяющих органов весьма критическим фактором воздействия на малый бизнес), а также поддержка со стороны действующих предпринимателей (что тоже непонятно – ведь без такой поддержки без достаточного стартового капитала фирму не «раскрутить!»). Наконец, гораздо ниже оценивается экспертами, больше половины которых представляет организации поддержки малого бизнеса, и необходимость специальных знаний в области финансов, маркетинга и управления.

Последнее до некоторой степени противоречит мнению самих же экспертов о том, какие услуги сервисных организаций наиболее нужны стартующим предпринимателям – здесь, после бухгалтерского обслуживания, поиска и подбора помещений, третьими по значимости с небольшим отрывом от предыдущей позиции оказались как раз экономические и юридические консультации. Далее, с некоторым отрывом, – предоставление маркетинговых и рекламных услуг, услуги по регистрации, лицензированию, сертификации. Перечень наиболее значимых услуг замыкают лизинг и обучение персонала (более трети экспертов назвали их в числе наиболее важных для стартующих МП).

На заключительном этапе реализации проекта было проведено 6 глубинных неформализованных интервью с чиновниками различного уровня разных – федеральных и региональных (московских) – органов исполнительной власти, в основном представляющих структуры поддержки малого предпринимательства. Предметом интервью были промежуточные итоги исследования, реализованного в ходе проекта, и поиск путей для облегчения входа потенциальных предпринимателей на рынок.

Выяснилось, что общие причины трудностей, приводящих к тому, что примерно лишь каждый восьмой латентный предприниматель создает стартовое предприятие, видятся довольно одинаково. Основными трудностями являются, по их мнению: (1) недостаток стартового капитала (некоторые эксперты отметили, что за последние несколько лет удельная капиталоемкость наиболее распространенных бизнесов в сфере услуг, общественного питания, торговли возросла в несколько раз); (2) отсутствие навыков предпринимательской деятельности

у многих начинающих – даже у тех, кто поработал ряд лет в частном бизнесе, но в роли наемного управляющего или специалиста; (3) произвол местного чиновничества, которое, несмотря на значительное упрощение в последние годы процедуры входа на рынок (регистрация, лицензирование), находит возможности для создания эффекта «бутылочного горла» при входе на рынок (такого мнения придерживались представители федеральных структур); (4) дефицит кадров достаточно высокого квалификационного уровня, но не предъявляющих неподъемных для стартующего МП требований в отношении оплаты труда.

Какие пути для решения этих проблем видят сами чиновники? Во-первых, необходимо найти решение проблемы, возникшей с принятием нового Бюджетного кодекса: государственные учреждения (а таковыми являются в большинстве своем фонды поддержки малого предпринимательства) лишились возможности выполнять функции субсидирования и кредитования предпринимателей, в том числе стартующих, а альтернативных, коммерческих, источников дешевых заемных ресурсов для начинающих предпринимателей не просматривается.

Во-вторых, необходимо внедрять преподавание основ предпринимательской деятельности в средних и высших учебных заведениях: астрономию, по мнению одного из экспертов, преподают в школе всем, хотя астрономами становятся единицы, а основы предпринимательства – нет, между тем как попытку стать предпринимателем делает затем гораздо больший процент бывших школьников. Далее, предлагалось содействовать развитию частного консалтинга: нанятый консультант в процессе подготовки и обсчета бизнес-плана может многому научить начинающего предпринимателя.

В-третьих, следует сократить число согласований при получении основных видов разрешений, какими являются регистрация и лицензирование. Имеется в виду, что нужно отделить функции контроля за текущей предпринимательской деятельностью (СЭС, пожарный надзор и т.п.) от предоставления права на занятие предпринимательской деятельностью и удостоверения возможности – в силу квалификации, образования и т.п. – выполнять определенные виды деятельности. Как заметил один из экспертов, если для получения диплома о литературном образовании даже в советские времена не требовалось согласия цензора (поскольку диплом подтверждал лишь факт литературной подготовки, но никак не свидетельствовал об уже совершенном в литературном опусе прегрешении против требований соцреализма по причине отсутствия такового), то и сейчас не следует получение лицензии на продажу, например, ликеро-водочной продукции ставить в зависимость от визы пожарных, СЭС и других контролирующих органов. Тогда меньше останется возможностей для затягивания и усложнения получения необходимых для предпринимательского старта разрешений.

В-четвертых, говорилось о том, что при нынешней налоговой системе у стартующего предпринимателя – если он решил начать дело как юридическое лицо – практически нет шансов выплыть, если он не сможет, например, сразу обеспечить наличие как минимум опытного бухгалтера. Оплата его услуг сразу может поставить начинающего предпринимателя в тяжелое финансовое положение. Чтобы как-то решить эту проблему, некоторые чиновники предлагали активно развивать систему бизнес-центров деловых услуг и бизнес-инкубирование, которые помогали бы стартующему предпринимателю преодолевать дефицит управленческих кадров.

Все эксперты скептически отнеслись к выводу, сделанному в «Российском обзоре малых и средних предприятий – 2001» о том, что с учетом индивидуальных предпринимателей и при несколько скорректированных критериях отнесения предприятий к сектору МСП (не до 100, а до 250 занятых, как в законодательстве ЕС) малое предпринимательство в России является уже достаточно сформировавшимся как по числу предприятий на 1000 чел. населения, так и по доле МСП в ВВП. Они отмечали, что если сказанное справедливо, то следует пересмотреть

отношение к малому бизнесу как к стагнирующему и отказаться от требований усиления государственной поддержки МСП. Между тем, по мнению экспертов, данные микроэкономических исследований и анализ статистики самого массового слоя МСП – собственно малых предприятий – показывают, что оснований для успокоенности нет.

Характерно, что не был поддержан ряд выдвигавшихся в ходе интервью со стороны участников проекта предложений. Так, с сомнением отнеслись чиновники к идее в финансовой поддержке стартующих МП сделать упор не на госсубсидии и кредиты или даже гарантии со стороны государственных фондов поддержки, а на продвижение законопроекта о кредитных союзах и кредитных кооперативах малого предпринимательства как форме структурирования внутренних денежных ресурсов самого малого бизнеса. Позиция аргументировалась тем, что по определению такие кооперативы и союзы будут кредитовать только развитие бизнеса уже действующих предпринимателей – их членов, тогда как наиболее острый дефицит финансовых ресурсов испытывают стартующие предприниматели; еще более скептическим было отношение к идее фактической легализации «теневого банкинга» – в виде, например, налоговых льгот для физических лиц, которые обнародовали бы суммы предоставленных ими кредитов для малого предпринимательства, по аналогии с налоговыми списаниями по затратам на образование, лечение и т.п., применяемым в рамках нынешнего режима уплаты подоходного налога.

Были высказаны сомнения относительно реализуемости идеи предоставления стартовым предпринимателям пакета услуг, среди которых обязательно должны присутствовать обучение основам предпринимательства, консультирование при составлении бизнес-плана, а при условии успешного преодоления двух первых этапов – гарантийное обеспечение части необходимого для открытия дела кредита. Причины сомнений – в том, что даже при условии успешного прохождения всего цикла услуг весьма сомнительным представляется получение банковского кредита для предпринимательского старта; в результате все затраты окажутся обесцененными. Кроме того, экспертам был неясен финансовый механизм обеспечения пакетных услуг.

Зато акцент делался на других идеях: в первую очередь, на необходимости поддержки стартового предпринимательства в некоторых приоритетных сферах – например, в инновационном бизнесе, в сфере ЖКХ. Весьма популярна идея создания неких комплексных институтов инфраструктуры наподобие московских территориальных агентств развития предпринимательства (ТАРПов), которые могли бы взять на себя комплексное сопровождение начинающих предпринимателей. Отмечалось при этом, что последние изменения в законе о регистрации нанесли значительный удар по такому виду поддержки «старт-апов» в Москве, как предоставление юридического адреса, поскольку теперь оказание такой услуги, по видимости, противоречит ряду положений нового закона.

С известным сомнением отнеслись эксперты к возможности подключения других государственных структур к решению задач поддержки стартового предпринимательства. Так, отмечалось, что – несмотря на объективную близость задач в области политики на рынке труда (повышение доли самозанятых и предпринимателей) и в области содействия стартовому предпринимательству – взаимодействие с Министерством труда и социальных отношений весьма слабое. В 1993–1994 гг., когда возможности для финансирования такого рода мероприятий из региональных бюджетов существовали, наблюдалось довольно активное сотрудничество в реализации активной политики на рынке труда (капитализация пособий по безработице в качестве стартового финансирования и т.п.), но в нынешних условиях нормативная база не способствует осуществлению таких мер. В результате те небольшие финансовые возможности, которые имеются, реализуются каждым министерством и ведомством самостоятельно, аналогичная картина – и на уровне субъектов Федерации, муниципальных образований (теперь ситуация усугубляется еще и тем, что органы, отвечающие

за политику на рынке труда, выведены из регионального в федеральное подчинение, тогда как органы поддержки малого предпринимательства имеют региональное и муниципальное подчинение). Присутствие представителей Минтруда в попечительском совете Федерального фонда поддержки малого и среднего предпринимательства практически никак не сказывается на усилении межведомственной координации.

Что касается взаимодействия с Министерством промышленности и науки в области поддержки инновационного бизнеса, то здесь делаются первые шаги, но все они – в русле поддержки уже заявивших о себе бизнес-проектов. Коммерциализация НИОКР путем поддержки создания стартовых предприятий на базе отделов, лабораторий, проектных групп НИИ и вузов воспринимается как важная задача, но в ее решении пока не сделано сколько-нибудь значимых практических шагов – венчурные инфраструктуры в зародышевой стадии, а венчурные механизмы финансирования практически не работают. Между тем, по мнению экспертов, опережающая коммерциализация инновационной сферы, в том числе – в области «малых», низкзатратных проектов – накануне вступления России в ВТО должна быть одним из приоритетов, дабы не оказаться на задворках мировой экономики.

### **Сервисные организации и их роль в поддержке стартового предпринимательства: оценки специалистов**

Результаты опроса населения (в первую очередь – действующих и бывших предпринимателей) подтвердили немаловажную роль сервисных организаций (СО) как элемента инфраструктуры поддержки предпринимательства в том, что касается предоставления услуг по сопровождению стартового бизнеса. Но готовы ли сервисные организации играть эту роль? Отвечали на этот вопрос сами специалисты сервисных организаций, заполняя специально составленную анкету. Анкетирование проводилось в ходе конференций представителей сервисных организаций, организованных весной-летом 2002 г. в рамках проекта «Комплексная программа поддержки предпринимательства», в ряде городов России (Санкт-Петербург, Ростов-на-Дону, Екатеринбург, Иркутск). Всего на вопросы анкеты ответили 72 специалиста, представляющие 41 сервисную организацию из разных регионов страны.

#### *Что показали результаты анкетирования?*

*Во-первых*, примерно четверть специалистов СО включила деятельность структур поддержки предпринимательства, к которым относятся и сервисные организации, в число первых трех факторов, определяющих сложившееся состояние и перспективы развития малого предпринимательства на местах (см. табл. 32). В этом плане роль сервисных организаций намного – практически в 3 раза – ниже значимости законодательного регулирования предпринимательской деятельности (в том числе налогового), практических действий местных властей на поле малого бизнеса, общего социально-экономического фона региона. Однако по своей значимости федеральный Центр опередил структуры поддержки не намного, а роль такого фактора, как самоорганизация предпринимателей, почти вдвое ниже роли последних.

Таким образом, представители СО солидарны с экспертами в том, что «центр значимости» практических мер в отношении малого предпринимательства переместился из Центра на места. Это, соответственно, прибавляет очки рейтингу структур поддержки предпринимательства (в том числе сервисным организациям), один из главных принципов деятельности которых – близость к клиенту/потребителю.

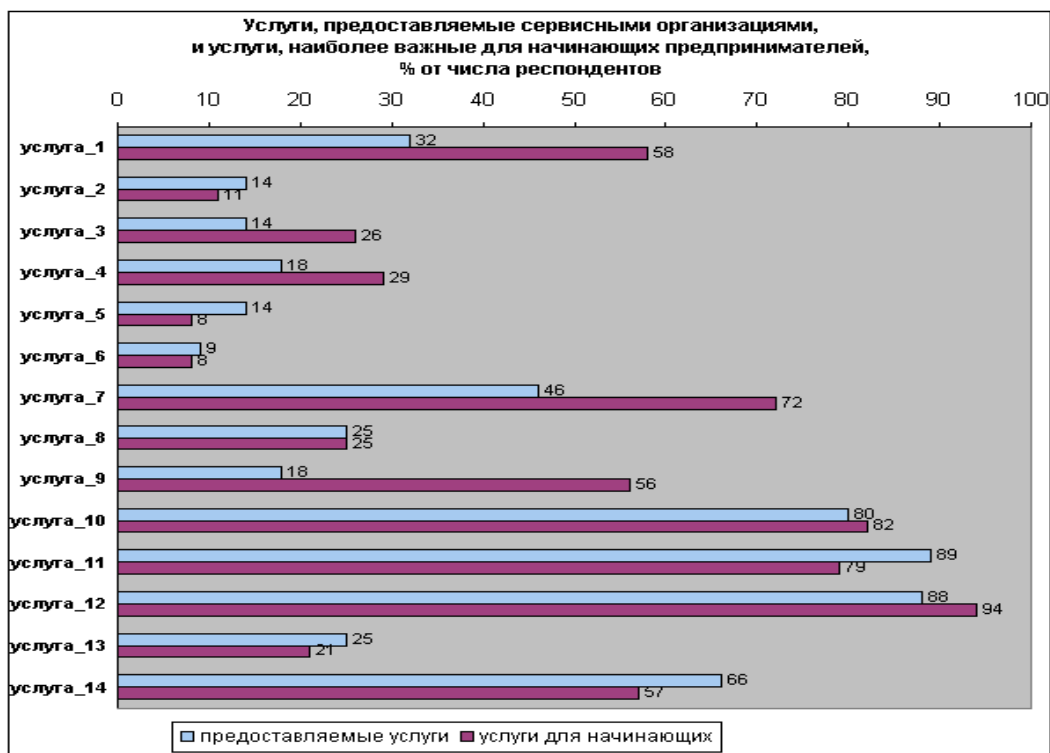
Таблица 32. Обстоятельства, которые в наибольшей степени определяют сложившееся состояние и перспективы развития малого предпринимательства в регионе

	% от числа респондентов
Уровень социально-экономического развития региона	68
Законодательство, регулирующее предпринимательскую деятельность	74
Политика федерального Центра в отношении малого предпринимательства	35
Действия местных властей в отношении малого предпринимательства	74
Деятельность контролирующих и проверяющих организаций	32
Уровень налогообложения	67
Деятельность структур поддержки предпринимательства	24
Работа ассоциаций и объединений предпринимателей, Торгово-промышленной палаты	14
Давление со стороны криминальных структур	4

*Во-вторых*, те, кто за счет консультирования, тренинга предоставляют специальные знания в области управления предприятием и персоналом, маркетинга, финансового планирования и т.д., т.е. специалисты СО, практически так же, как и потребители-предприниматели, оценивают значимость этой деятельности для успешного старта малого предприятия (см. табл. 31). Это хорошее «знание предмета» дает основания предполагать, что рыночная политика СО в отношении стартующих предпринимателей может быть грамотной. При условии, конечно, что верно скомпонован пакет услуг для «новичка», а сами услуги коммерчески выгодны для продавца и эффективны для покупателя.

*В-третьих*, на практике пакет услуг СО далеко не полностью соответствует потребностям стартующего МП (см. диаграмму 1). По большинству из приведенного ниже перечня услуг потребности предпринимателей на старте не обеспечены в полной мере предложением.

Диаграмма 1



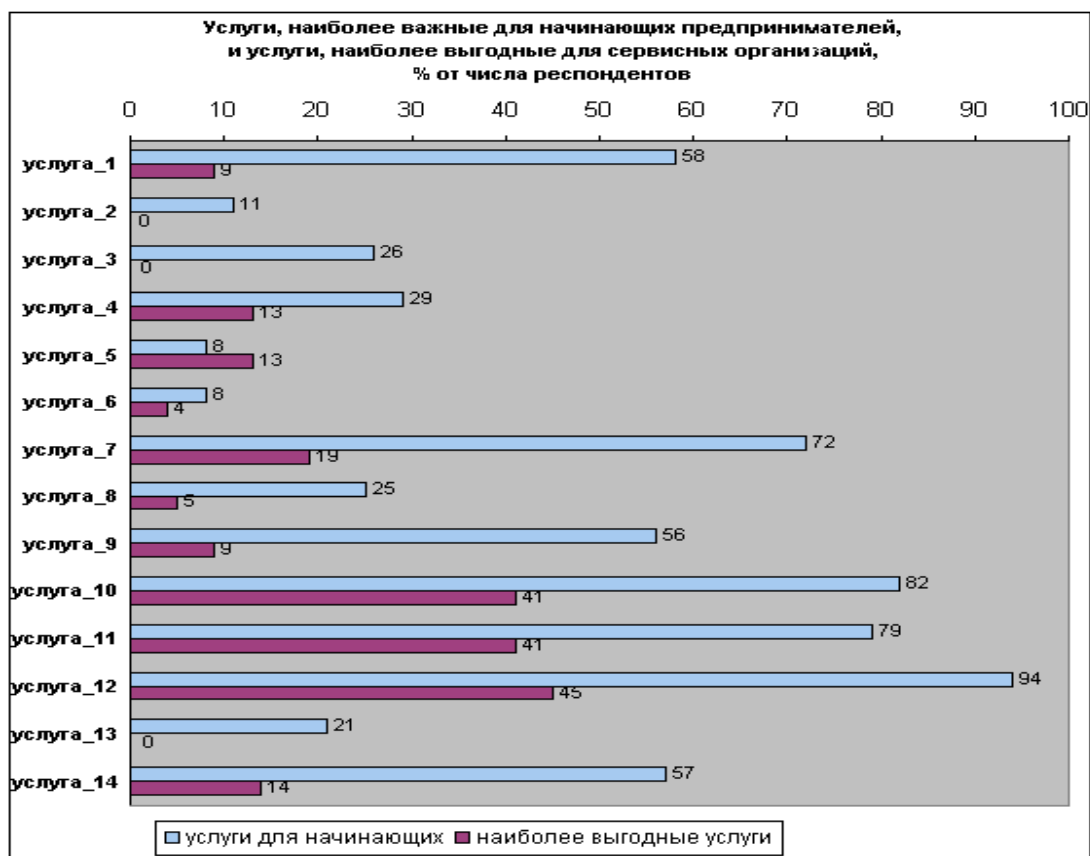
Перечень наиболее распространенных услуг, предоставляемых СО:

- |   |  |
|---|--|
| 1. Регистрация и перерегистрация предприятий.   | 8. Защита интеллектуальной собственности.                      |
| 2. Ликвидация предприятий.                      | 9. Лизинг оборудования.  |
| 3. Лицензирование видов деятельности.           | 10. Маркетинг и реклама.                                       |
| 4. Сертификация продукции, работ, услуг.        | 11. Обучение персонала.  |
| 5. Оформление экспортно-импортной деятельности. | 12. Консультации по экономическим и юридическим вопросам.      |
| 6. Оформление сделок с недвижимостью.           | 13. Поиск и подбор помещений.                                  |
| 7. Бухгалтерское обслуживание.                  | 14. Предоставление информации, баз данных, доступа в Интернет. |

Так, потребность в лизинге оборудования превышает предложение более чем в 3 раза. Потребность в услугах по лицензированию видов деятельности выше спроса в 1,9 раза, а в услугах по регистрации – в 1,8 раза. Более чем в 1,5 раза превышает предложение потребность в услугах по сертификации и бухгалтерскому обслуживанию.

В целом, однако, структура усредненного пакета услуг СО согласуется со структурой потребностей стартующего МП. А по таким основным для СО продуктам, как маркетинг и реклама, обучение персонала, консультации по экономическим и юридическим вопросам и предоставление информации, интенсивность предложения и потребности практически совпадают.

Диаграмма 2



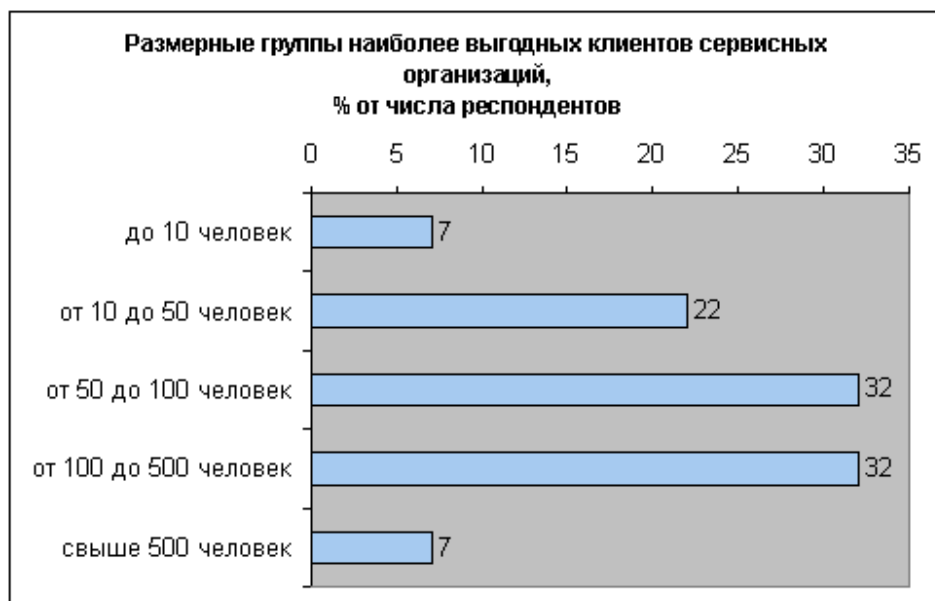
*В-четвертых*, коммерческая привлекательность услуг, в которых заинтересованы начинающие предприниматели, невелика (см. диаграмму 2).

Так, услуги по лизингу оборудования, лицензированию, ликвидации предприятий, поиску и подбору помещений вообще не являются для СО приоритетными с точки зрения их выгодности. По остальным услугам величина среднего расхождения между уровнем значимости для «новичков» и уровнем выгодности для СО составляет 3,3 раза. Максимально высокий барьер (расхождение более чем в 6 раз) отделяет потребность покупателя от коммерческой выгоды продавца по таким услугам, как регистрация и перерегистрация предприятий, лизинг оборудования.

*В-пятых*, являясь заведомо клиентами с низкой платежеспособностью (что подтверждают результаты опроса действующих и бывших предпринимателей), стартующие МП формируют группу потребителей, наименее выгодных с точки зрения специалистов СО. Заметим, что большинство СО не ведут учет клиентов-предприятий в зависимости от их «срока жизни», но достаточно точно представляют размер бизнеса, обратившегося к их услугам. Поэтому мы пользовались опосредованной оценкой уровня выгодности стартующих предприятий как потенциальных клиентов сервисных организаций: оценкой применительно к числу работников фирмы-заказчика.

Известно, и результаты проведенного в рамках проекта опроса действующих и бывших предпринимателей (а также, заметим, данные статистики) подтверждают это, что подавляющее число стартующих МП принадлежат к группе микрофирм, имея в своем распоряжении порядка пяти работников.

*Диаграмма 3*



*Микропредприятия*, в свою очередь, являются наименее выгодными клиентами сервисных организаций (см. диаграмму 3). Этот не слишком почетный титул они «разделили» с крупными предприятиями с числом работников свыше 500 чел. Правда, достался он им, по нашему мнению, по совершенно иным причинам. Коммерческая непривлекательность микрофирм – следствие их низкой платежеспособности (заметим, на фоне высокой предъявляемой

потребности), а крупных предприятий – результат низкого спроса на услуги сервисных организаций – участников российской инфраструктуры поддержки предпринимательства. Крупный бизнес, с одной стороны, может и должен иметь собственных специалистов по многим из направлений деятельности СО. С другой стороны, при необходимости обращается к услугам крупных же, зачастую иностранных, специализированных консалтинговых фирм.

*В-шестых*, ярко выраженное несоответствие потребностей стартующих МП в получении широкого спектра сервисных услуг и возможностей оплатить их приводит к тому, что *начинающие предприниматели крайне редко становятся клиентами СО*. Их специалисты выбирали между пятью размерными группами предприятий, три из которых принадлежат к совокупности малых предприятий, а две – к совокупности средних и крупных предприятий. На диаграмме 4 каждой размерной группе предприятий присвоен рейтинг в пределах от 1 до 5. Чем меньше значение рейтинга, тем чаще предприятия данной группы были клиентами сервисных организаций. (Напомним, что стартующие МП относятся именно к категории «микро»).

По полученным результатам, сервисные организации чаще всего работают с предприятиями, имеющими от 50 до 100 работников. Несколько реже их клиентами являются фирмы с числом работников от 10 до 50 чел. Микропредприятия (до 10 работников)/стартующие МП обращаются к услугам сервисных организаций в среднем в 1,8 раза реже, чем обе указанные выше группы предприятий.

Диаграмма 4



## Выводы

Обследование, проведенное по репрезентативной с точки зрения социально-демографического состава населения России выборке, позволяет заключить следующее.

1. Несмотря на то, что свыше 44% опрошенных отмечают снижение своего жизненного уровня в ходе реформ, а почти половина респондентов считает, что возможность повысить свое благосостояние законным образом увеличилась лишь для узкого круга людей, это не вызывает неприязненного или враждебного отношения к предпринимательству в целом ни в одной социально-демографической группе.



2. С наибольшей симпатией при этом опрошенные относятся к малому предпринимательству. Как личное отношение к нему респондентов, так и оценка отношения к малому бизнесу в местах проживания опрошенных и в стране в целом оценивается примерно 3/4 респондентов как благоприятное. В значительной степени отношение к малому бизнесу формируется под влиянием наличия предпринимателей в ближайшем окружении подавляющего большинства опрошенных.
3. Общие условия для ведения бизнеса рассматриваются населением в целом более сдержанно: как относительно благоприятные их охарактеризовали только около 1/3 респондентов; что же касается возможностей для открытия собственного дела в местности, где они сами проживают, и в стране в целом, то оценки – еще более сдержанные: улучшений здесь ожидают примерно 10% респондентов.
4. Предпринимательский потенциал взрослого самостоятельного населения достаточно высок: 13,5% опрошенных так или иначе рассматривают для себя возможность предпринимательского старта (протопредприниматели); примерно 6 % в течение последнего года осуществляли конкретные шаги по подготовке к открытию собственного дела (латентные предприниматели).
5. Если сопоставить эти данные с основанной на статистике оценкой активности населения по созданию ПБОЮЛ и МП, следует признать, что *до стадии создания собственного бизнеса в одной из этих форм доходит лишь примерно каждый восьмой латентный предприниматель*. Остальные оставляют попытки создать – во всяком случае, в рамках легальной экономики – свое дело.
6. Если бы даже 1/4 латентных предпринимателей смогли реализовать свои бизнес-планы, то численность создаваемых ПБОЮЛ и МП в стране увеличилась бы на порядок, причем примерно 15-20% экономически активного населения получило бы новые (или дополнительные) рабочие места.
7. Латентные предприниматели исходят из того, что через пять лет после начала деятельности их фирм на них в среднем будет занято примерно 18 чел.; уже действующие предприниматели (121 чел., или 6,9 % от выборки) говорят о чуть более 20 чел. При этом, правда, анализ ответов бывших предпринимателей (таких в выборке оказалось 80 чел., или 4,6% от выборки) свидетельствует, что стартовавшие МП подвержены весьма высокой смертности – почти 3/4 из них закрывается в течение первых четырех лет после начала деятельности.
8. Из числа протопредпринимателей примерно 40% руководствуются вполне прагматическими соображениями, около 1/5 составляют «предприниматели поневоле» (вынужденные искать в предпринимательстве решение своих материальных проблем, но не имеющие особой склонности к предпринимательской деятельности), остальных можно охарактеризовать как «романтиков».
9. Значительную часть (около трети) протопредпринимательских слоев составляют люди, имевшие в прошлом опыт предпринимательской деятельности, оставшиеся после этого убеждены, что предпринимательство – это «их дело», что они могут и способны им заниматься, но не ставшие предпринимать новых попыток завести свой бизнес из-за отсутствия необходимых для этого ресурсов. Их прошлый опыт научил их, что для «раскрутки» собственного дела нужны более значительные ресурсы, нежели те, которыми они располагают, прежде всего – финансовые и социальные ресурсы. Таким образом, необходимая помощь в предоставлении финансовых ресурсов и профессиональном консультировании, с одной стороны, и снижение прессы «государственного рекэта» – с другой, могли бы значительно расширить социальную базу предпринимательства в России.

10. Говоря о «государственном рэжете», мы имеем в виду в первую очередь не создание высоких барьеров на входе (они, судя по данным опроса, невысоки), а пресс контрольных процедур. При этом, по-видимому, значительная часть активности контрольных органов обусловлена вовсе не должностными инструкциями, а индивидуальной «активностью» чиновников соответствующих инстанций, стремящихся таким образом извлекать политическую ренту. Данное стремление в весьма малой степени может быть нейтрализовано одной только регламентацией осуществления проверочной деятельности, поскольку оно порождено не следованием корпоративным целям, а личными материальными интересами отдельно взятых чиновников, «приватизирующих» выполнение тех или иных государственных функций.
11. Роль основных структур поддержки развития малого бизнеса в настоящее время выполняют прежде всего социальные сети. Именно от своего ближайшего окружения начинающий предприниматель получает и соответствующий импульс к занятиям бизнесом, и необходимые ресурсы, и требующиеся ему знания и связи. Поэтому одним из важнейших компонентов социального ресурса, который есть у начинающего предпринимателя, является наличие других предпринимателей среди его ближайших родственников и друзей. В этом контексте приобретает ключевую роль то обстоятельство, что протопредприниматели и представители малого бизнеса сегодня в России – люди из одного и того же или очень близких (смежных) социальных слоев. Реальные же различия между ними сводятся в основном к объему располагаемых ресурсов, который предопределяет как практическую готовность к занятиям бизнесом, так и его успешность в случае начала предпринимательской деятельности.
12. Представители этой страты относительно лучше адаптированы к новой реальности. Но адаптация дается им ценой огромных усилий и разнообразной и постоянной активности, направленной на использование всех возможностей, предоставляемых рынком труда. Одной из важнейших стратегий, используемых ими при этом, является переквалификация.
13. Социокультурные различия фиксируются не столько между действующими предпринимателями и протопредпринимательскими слоями, которые как раз очень близки между собой по ряду позиций, сколько между протопредпринимательскими слоями и остальным населением. Характерными особенностями ценностных ориентаций протопредпринимателей выступают при этом нонконформизм и ориентация на инновационный тип поведения, а также значимость свободы, понимаемой как личная независимость. Таким образом, протопредпринимательские слои населения характеризуются именно теми особенностями психологического склада, которые являются типичной именно для инновационной по сути предпринимательской деятельности.
14. При создании новых предприятий главную трудность представляет решение проблемы финансов. Основными источниками финансирования являются при этом традиционно личные и семейные сбережения. Расширению финансовой базы стартового предприятия решающим образом может содействовать социальный капитал самого предпринимателя, наличие у него разветвленных личных связей и отношений: опрос показывает, что брать займы и одалживать деньги приходится значительной части предпринимателей, причем наличие дружеских каналов финансирования, по-видимому, позволяет делать это на беспроцентной основе.
15. Высокий уровень потребности стартующих МП в широком спектре бизнес-услуг находится в глубоком и «застойном» противоречии с их низкой платежеспособностью. Как следствие, сервисные организации – участники российской инфраструктуры поддержки предпринимательства, формируя пакет услуг, лишь в малой степени сориентированы на этот

сегмент рынка. В условиях самокупаемости СО значительно меньше заинтересованы работать с начинающими предпринимателями, чем с более зрелым, крупным бизнесом.

16. Наиболее распространенной формой теневой предпринимательской активности является «эпизодическое предпринимательство» – осуществляемые от случая к случаю посреднические операции, а не деятельность систематически работающих в «тени» малых фирм.
17. Самый близкий к малому бизнесу местный уровень власти остается наименее дружественным, по мнению региональных экспертов. Также достаточно негативно оценивается роль федерального правительства и региональных законодательных собраний в содействии развитию малого бизнеса в стране. Наивысший вклад в поддержку малого предпринимательства вносит, по их мнению, президент.