

**Г.В. Разинский**

Пермский государственный технический университет

## **ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО ПРИКАМЬЯ: ПРОБЛЕМЫ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ**

Представлено аналитическое обобщение результатов регионального социологического исследования, посвященного изучению предпринимательского сообщества как социальной страты.

Современное российское общество – это общество, для которого характерны глубинные социально-структурные преобразования, детерминированные качественными изменениями в отношениях собственности, власти, в уровне доходов различных слоев и групп населения. В таком обществе возрастает проблема дифференциации слоев, определения их статусно-ролевых характеристик, т.е. места и роли в новой общественной ситуации. Одной из таких социальных групп или, вернее сказать, социальных общностей является предпринимательство. Рост числа предпринимателей, субъектов малого и среднего бизнеса есть показатель улучшения не только экономической, но и социальной ситуации в обществе, т.е. участие в предпринимательской деятельности населения способствует вертикальной мобильности в обществе, возрастанию материального благополучия и росту общественного благосостояния. Предпринимательство как развитая и главная сфера экономики страны выполняет в обществе не только экономические функции, способствующие развитию рынка, рыночных отношений, но и функции социально-политические и социокультурные.

Таким образом, включение в предпринимательскую деятельность, с одной стороны, обеспечивает решение проблемы рациональной занятости населения и, соответственно, рост благосостояния включенных в него субъектов трудовой деятельности и их родных и близких, а с другой – обеспечивает возможности восходящей социальной мобильности, способствует становлению одного из базовых социокультурных элементов среднего класса – основы социальной стабильности и развития современного общества рыночного типа. Сегодня (данные 2005 года) в мировой экономике в секторе малого бизнеса занято 60–75 % всех работающих, а число малых и средних предприятий превышает 80 % от общего числа предприятий. Однако такое развитие событий – это лишь отдаленный ориентир для российского общества, в котором социальные процессы, в том числе развитие и становление предприниматель-

ства, протекают внутренне противоречиво, этапы динамики сменяются периодами застоя, а то и отката.

Так, в Пермском крае в 2005 году численность работников, занятых в малом предпринимательстве, составила 89,4 тыс. чел., что чуть больше 3 % от всего населения Прикамья. При этом львиная доля их приходится на Пермь (63 тыс. чел., по данным 2006 года)<sup>1</sup>.

Таким образом, становление и развитие предпринимательской социальной общности протекает в существенно более медленном темпе, а позитивные изменения носят кумулятивный, накопительный характер, испытывая на себе всю специфику российского капитализма.

Исследование, проведенное лабораторией социологии ПГТУ (объем квотной выборки – 1008 единиц наблюдения – предпринимателей, опрошенных в 21 поселении Пермского края), позволило определить основные социальные тенденции, обуславливающие становление и развитие предпринимательства в России и их региональные проявления в Пермском крае.

Малое и среднее предпринимательство (МСП) в России имеет относительно недавнюю (со второй половины 1980-х гг.) историю, и процесс его становления столкнулся с действием двух взаимопротиворечивых тенденций: обретение институционального статуса совершенно нового для России типа собственности – частной – и противодействия ее легитимизации как на культурно-историческом (связанном с традициями российского общества), так и на этатистском (притязания государства и чиновников, его обслуживающих) уровнях.

Все это не могло не повлиять на всю ситуацию вокруг бизнеса, обострить проблему его легитимизации и институционализации, что наряду с другим нашло отражение и в полученных в ходе исследования данных о *статусе предпринимательства* в регионе.

Каждый третий из четырех опрошенных по организационно-правовой форме своего бизнеса является индивидуальным предпринимателем, имеющим в своей собственности предприятие микроуровня. И лишь каждый 4-й образовал ту или иную разновидность юридического лица. Бизнес лишь 11 % опрошенных имеет статус среднего или малого. Стаж предпринимательской деятельности респондентов (более половины которых в этом деле менее 5 лет) позволил сделать вывод, что на территории Пермского края бизнес преимущественно находится в стадии своего становления и развития, а, как известно, это один из самых сложных этапов его функционирования.

---

<sup>1</sup> Запевалов И.В. Государственная поддержка и развитие малого предпринимательства на территории Пермского края; Он же. Малый бизнес в Перми. URL: <http://perm.ru/files/lesson 5.doc>; <http://nr2.ru/106666.html>

Сложность оформления и становления предпринимательства в условиях трансформационного процесса сказалась на *социальных установках и ценностных ориентациях опрошенных*.

Во-первых, абсолютное большинство респондентов освоило рыночные правила поведения в обществе, но при этом половине из них удалось достичь в результате этого большего, тогда как другой – лишь обеспечить себе и своим близким приемлемые условия жизни. Во-вторых, у каждого 3-го предпринимательство ассоциируется с выживанием, и лишь у каждого 5-го – с самореализацией. Это говорит о том, что зачастую респонденты включаются в бизнес-деятельность единственно с целью улучшить свое материальное положение и лишь после удовлетворения данных потребностей ориентируются на самореализацию. В-третьих, 2/3 респондентов являются сторонниками патерналистской ориентации в отношении роли государства в жизни общества. При этом 30 % из них считают, что государство должно научить граждан жить в новых, непривычных для них условиях. В-четвертых, четверть опрошенных идентифицирует себя с собственниками, каждый второй – с представителем среднего класса, а каждый шестой – с бедными или новыми бедными.

Рынок и предпринимательство – это два взаимосвязанных элемента, которые не могут жить один без другого. Отсюда понимание предпринимателя как активного, самостоятельного и ответственного инновационного субъекта хозяйствования. Однако сегодня предприниматель в таком его истинном понимании еще отсутствует на социально-экономической арене. Он еще очень зависим от государства, его помощи и поддержки. Кроме того, у него еще не сформировалась четкая идентификация себя как собственника. Итак, для большинства респондентов характерна ориентация на выживание, на обеспечение приемлемого уровня жизни для себя и своей семьи, это повлияло на их активно-деятельностную поведенческую позицию, но не изжило их патерналистских настроений.

*Оценка состояния бизнес-деятельности* опрошенных показала, что большинство из них удовлетворены ее результатами и оценивают свой бизнес как успешный. При этом успешен бизнес у 39,6 %, успешен отчасти – у 37,3 %, т.е. практически половина предпринимателей из тех, кто считает свой бизнес успешным, не могут абсолютно этого утверждать.

Комплексный анализ успешности/неуспешности респондентов по обследуемым типам поселений с точки зрения достижения ими целей, поставленных вначале предпринимательской деятельности, и результативности самого предприятия позволил выделить успешные типы поселений по результативности и продуктивности бизнеса их респондентов – Пермь и крупные промышленные центры, «средняки» – исторические промышленные центры и райцентры сырьевой направленности, неуспешные – райцентры, этнические и депрессивные поселения. В бизнесе опрошенных понятие «успех», в основ-

ном, имеет под собой материальную основу (что, естественно, поскольку бизнес – это вид деятельности, связанный с извлечением прибыли), связанную с увеличением прибыльности и ростом объемов продаж товаров и услуг. Усовершенствование материально-технической оснащенности и повышение квалификации персонала респондентам реже удается достичь в своей деятельности.

Оценка состояния предпринимательской деятельности опрошенных показала, что проблемы материального характера для них являются первоочередными, отсюда и отношение их к предпринимательству, прежде всего, как к *выживанию*, а уже потом – как к самореализации. Причем эти проблемы респонденты хотят решить и при поддержке государства, тех или иных органов власти.

*Взаимоотношения бизнеса и власти* есть показатель развитости принципов гражданского общества. От их характера, уровня конструктивности зависит создание благоприятного предпринимательского климата. С одной стороны, властные структуры имеют возможность обладать необходимой информацией о проблемах и трудностях функционирования бизнеса. С другой стороны, бизнес-сообщество может и должно участвовать в формировании и реализации государственной политики в области развития МСП. Как показывают результаты исследования, данные взаимоотношения на сегодняшний день складываются противоречиво. Во-первых, отношение органов власти (региональных и муниципальных) к бизнесу опрошенные в целом оценивают положительно, но в среднем треть из них – отрицательно. Во-вторых, у трети опрошенных взаимоотношения с властными структурами складываются на партнерско-деловой основе, на отсутствие каких-либо взаимоотношений указало 40 % респондентов. В-третьих, из 40 % опрошенных, обращавшихся в органы власти по вопросам своей бизнес-деятельности, более половины смогли решить их только после долгих хождений и напоминаний, что негативно характеризует качество контактов опрошенных с органами власти. В-четвертых, деятельность контролирующих органов устраивает в среднем лишь четверть респондентов, в целом же удовлетворенность их деятельностью у респондентов располагается в пределах «не устраивает – в чем-то устраивает, в чем-то нет». В-пятых, деятельность организаций и учреждений инфраструктуры поддержки МСП смогли оценить минимум респондентов, что связано с низким уровнем их информированности об их существовании, задачах и целях.

Отсюда следует, что бизнес-сообщество Пермского края в лице опрошенных предпринимателей в силу своего неустоявшегося как экономического, так и институционального положения не может активно включаться в процесс взаимодействия с властью на равных условиях, сегодня бизнес еще очень зависим от власти, подотчетен ей в лице соответствующих контролирующих органов, отдельных представителей власти. Он еще не приобрел ста-

туса самостоятельного и ответственного в истинном понимании. Отношения бизнеса и власти во многом напоминают отношения господства–подчинения, хотя подвижки в изменении данного положения уже происходят не только на государственном уровне, но и в представлениях самих респондентов, в частности, каждый 4-й опрошенный желает участвовать в создании или работе профессиональных, общественных и иных объединений предпринимателей.

Более позитивно взаимоотношения бизнеса и власти складываются в Перми, райцентрах сырьевой направленности и крупных промышленных центрах. Напротив, более конфликтны, напряженны, менее позитивны данные взаимоотношения у респондентов этнических и депрессивных поселений. Взаимоотношения с властью опрошенных в райцентрах и исторических промышленных центрах по характеру их конструктивности располагаются на срединном уровне, т.е. в этих поселениях наряду с относительно позитивной оценкой деятельности тех или иных контролирующих органов наблюдается более отрицательная оценка самого характера этих двусторонних отношений.

Итак, сегодня бизнес-деятельность на территории Пермского края успешна лишь отчасти. Судя по результатам исследования, она только вступает в стадию нарастания эффективности и продуктивности своего развития и совершенствования. И все силы и возможности предприниматели бросают на укрепление и стабилизацию своего положения, своего предприятия. В целом, опрошенные предприниматели оптимистично настроены в отношении своих предпринимательских перспектив (как весьма благоприятные оценивают их 43,6 % опрошенных), хотя направления развития бизнеса довольно ограничены исключительно увеличением объемов производства и созданием рабочих мест. Успешность/неуспешность развития бизнеса, МСП будет зависеть от активно-деятельностной позиции самих предпринимателей и от благоприятных условий (правовых, социальных, экономических, культурных) той территории, на которой действует бизнес.

Полученные данные свидетельствуют о наличии положительных тенденций в развитии малого и среднего предпринимательства в Пермском крае, по крайней мере, в восприятии самих предпринимателей (устойчивый статус их деятельности, достаточно высокий уровень адаптированности к новым экономическим условиям, преобладание доли тех, кто оценивает свой бизнес как успешный, а перспективы – как благоприятные, готовность к сотрудничеству с властью и т.д.).

Вместе с тем, исследование зафиксировало и негативные тенденции (по оценке респондентов):

- низкий уровень доходов у существенной части опрошенных – участников бизнеса (одна треть);
- преобладание в группе респондентов, успешно оценивших свой бизнес, тех, кто сомневается в своей оценке (более половины этой группы);

- сильная ориентированность и зависимость предпринимателей на помощь государства (более половины считают, что бизнес постоянно нуждается в господдержке);

- крайне низкая оценка эффективности господдержки (лишь 1,4 % оценили ее как высокую, а более половины – как низкую или практически отсутствующую) и весьма низкая удовлетворенность реализации госполитики по поддержке предпринимательства (уровень удовлетворенности не превышает 8–10 %);

- весьма критичный настрой респондентов в оценке работы госучреждений и качества контактов с ними (более 40 % опрошенных не удовлетворены результатом);

- отсутствие интереса и невысокое участие опрошенных в работе профессиональных сообществ предпринимателей и организаций, нацеленных на работу с ними (от 1/3 до половины респондентов даже не знают о существовании таких организаций, а процент контактирующих с ними колеблется от 1,3 до 6,9 %);

- доминирование в предпринимательской среде первичных форм бизнес-деятельности – микропредприятий с числом работающих менее 10 чел., владельцы которых оформлены как индивидуальные предприниматели без организации юридического лица (к таким себя отнесло 3/4 опрошенных) и неразвитость не только среднего (всего 1 %), но и малого (10,7 %) бизнеса;

- преобладание в отраслевой структуре предпринимательства торговли, прежде всего, розничной (более 50 % указало на этот вид деятельности);

- неравномерность интенсивности предпринимательской деятельности по отдельным территориям Пермского края (более интенсивна – в Перми и крупных и исторических промышленных центрах, в сырьевых центрах, менее – в этнических и депрессивных поселениях, а также в райцентрах).

В определенной степени это предопределило социальные характеристики участников бизнес-деятельности: преобладание в среде опрошенных предпринимателей женщин, которых, как показывают данные, характеризуют более низкие показатели предпринимательской стабильности; относительно невысокая (менее 1/5) доля лиц более молодых возрастов, отличающихся большей восприимчивостью к различного рода инновационным формам деятельности, и значительна – около трети – лиц старшего возраста; более высокая доля выходцев из рабочей среды (более половины), более подверженных ценностям и стереотипам советского вчера.

Этот, так сказать, фактический результат, фиксирующий состояние и развитость предпринимательства в Пермском крае, подтверждает вывод о сложности и противоречивости становления рыночных отношений в российском обществе в целом и реформирования социальной структуры в частности.

Получено 11.05.2010