

УДК 316.334.23

**Ю.А. Скляренко**

**Yu.A. Sklyarenko**

Пермский национальный исследовательский  
политехнический университет

Perm National Research Polytechnic University

## **МАЛЫЕ И СРЕДНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ В РОССИИ: ТРУДНОСТИ ОБЩЕСТВЕННОЙ ЛЕГИТИМАЦИИ**

### **SMALL AND MEDIUM ENTREPRENEURS IN RUSSIA: DIFFICULTIES OF SOCIAL LEGITIMATION**

Статья посвящена анализу общественной легитимации малого и среднего предпринимательства в России. На основании исследований последних лет представлен анализ современных проблем, барьеров со стороны государства и общества, с которыми сталкивается малый и средний бизнес. Особое внимание уделено проблеме общественной легитимации предпринимательской деятельности. Рассмотрена важность и необходимость предпринимателей для государства и общества.

**Ключевые слова:** предприниматели, малое и среднее предпринимательство, общественная легитимация, инновации, конкуренция.

This article is devoted to the analysis of small and medium-sized businesses in Russia. On the basis of recent research this article presents analysis of problems and barriers from the state, faced by small and medium entrepreneurs in the process of operation. Special attention is paid to the problem of social legitimation of entrepreneurship. Considered the importance and necessity entrepreneurs for the state and society.

**Keywords:** entrepreneurs, small and medium business, public legitimation, innovation, competition.

Предприниматели – это особая группа людей, отождествляющих себя с делом, преобразовывающих идеи в успешные инновации. Им свойственны индивидуализм, готовность и умение рисковать в принятии решений, осуществлении хозяйственных и экономических действий, склонность к соперничеству, рациональность в мышлении и действиях. Предприниматели, удовлетворяя свои потребности и преследуя личные интересы, невольно служат интересам рынка и всего общества, делая экономическое развитие возможным, но непредсказуемым [1]. Это делает предпринимателя подозрительным для массы, но всякая попытка обойтись без него заканчивается, как предсказывал Шумпетер, тяжелой стагнацией. В нашей статье мы сосредоточили внимание на среднем и малом предпринимательстве, так как развитие именно этого сегмента бизнеса является важнейшим условием перехода российской экономики к развитому состоянию и формированию полноценных рыночных отношений.

Малые и средние предприниматели поддерживают здоровую конкуренцию и препятствуют монополизации рынка [2]. Они отличаются друг от друга по ряду критериев, среди которых предельный размер выручки (120 млн руб. – для микропредприятий, 800 млн руб. – для малых предприятий, 2000 млн руб. – для средних предприятий), средняя численность работников (15 чел. – для микропредприятий; 16–100 чел. – для малых предприятий, 101–250 чел. – для средних предприятий). В России в течение 2010–2014 годов количество малых предпринимателей и предприятий увеличилось, однако темпы их роста замедлились: количество микро- и малых предприятий в 2010 году достигало 1644,3 тыс., а к 2014 году – 2103,8 тыс.; количество средних предприятий в 2014 году составило 13,7 тыс., как и в 2013 году [3].

Малые и средние предприниматели (далее – МСП) заинтересованы в успешном развитии, однако в России для самой активной категории населения государством сегодня созданы сложные условия для ведения бизнеса: высокий размер налогов, увеличение размера страховых взносов (с 1 января 2013 года, а с января 2017 года возвращается ЕСН), административные барьеры при выдаче различных разрешений, лицензий, при оформлении различных правовых документов, проблемой является и регистрация компании. В некоторых странах это занимает несколько дней (рисунок), а у нас – недель, а то и месяцев.

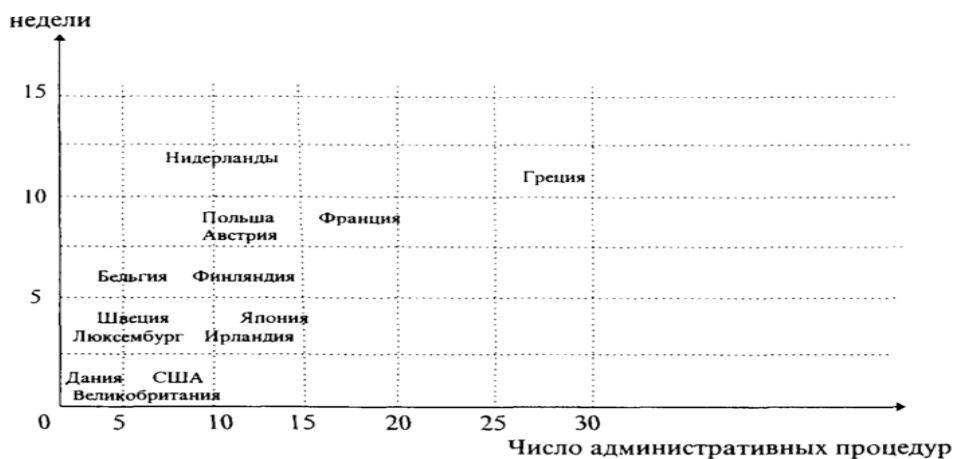


Рис. Сроки регистрации МСП в разных странах

Особую важность для развития МСП представляет проблема доступности кредитов, поскольку чем легче доступ к деньгам, тем легче внедрить свои инновации на рынок [1]. По результатам исследования, проведенного по заказу общероссийской организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА России» в 2012 году (выборка составила более 6 тыс. малых и средних предпринимателей производственного сектора) [4], 78 % респондентов

волнует низкая доступность финансов. Чаще всего банки выдают кредит для предпринимателя весьма неохотно. Это вполне объяснимо тем, что банки не хотят связываться с заемщиком с неясной платежеспособностью. Выдавая кредит, банк должен убедиться, что предприниматель соответствует нескольким критериям: ведет прибыльный бизнес не менее одного года и имеет идеальную кредитную историю. Так, многочисленные проблемы и трудности предпринимателей, барьеры, созданные государством, негативно сказываются на росте эффективности предпринимательской деятельности. Не случайно в рейтинге благоприятности деловой среды, который ежегодно составляют Всемирный банк и Международная финансовая корпорация (IFC), Россия занимает далеко не лидирующее место. Так, по итогам 2015 года, наша страна находится на 62-й позиции.

Предприниматели заинтересованы не только в успешном развитии, но и в общественном признании значимости своей деятельности, получении достойного статуса в обществе. Общественная легитимация предпринимательской деятельности является одним из условий ее успешного развития. Под общественной легитимацией понимается одобрение обществом кого-либо (чего-либо); соответствие явления представлениям людей о нем. Общественная легитимация представляет собой процедуру признания, подтверждения законности прав, полномочий, статуса кого-либо. Легитимация не является правовым процессом, не обладает юридическими функциями. Она может основываться на обычаях, традициях, укоренившихся в обществе. Дж. Александер, П. Килби считают высокий социальный статус предпринимателей, престиж предпринимательства и позитивное отношение общества к бизнесу залогом возникновения и успешного развития этой сферы деятельности. Т. Парсонс и Н. Смелзер доказывают, что благоприятным внешним условием для развития предпринимательства является толерантное отношение к нему со стороны общества [5]. Следовательно, в обществе, где высоко значение предпринимательского труда, их деятельность легальна и социально одобряема, где разработана система легитимации (либо она находится в стадии разработки при самом внимательном отношении правящей элиты), предприниматели окружены вниманием, значение их деятельности оценивается высоко. Причем это внимание сопровождается высокой степенью социального контроля с помощью постоянного мониторинга деятельности предпринимателей, создания прозрачной системы оценок и стандартов их экономической деятельности, социальной ответственности и т.п. В итоге такое общество создает более благоприятные условия для занятия предпринимательством.

В России условия для развития предпринимательства нельзя назвать благоприятными. Оценки и суждения людей о предпринимателях сегодня носят скорее негативный характер. Из 1,6 тыс. чел. из 45 регионов РФ 73 % не верят, что предприниматели могут честно зарабатывать большие деньги даже при условии

творчества, инициативы, смекалки, самоотдачи (опрос «Левада-центра» был проведен 19–22 апреля 2013 года, погрешность опроса не превышает 3,4 %).

Истоки негативного имиджа российских предпринимателей лежат в 1990-х годах. Непрозрачный процесс приватизации, быстрый рост капитала у некоторых людей убедил значительные группы населения, в том числе и представителей современного рабочего класса России, что все бизнесмены и предприниматели – воры и уголовники. Огромную роль играют и советские патерналистские настроения, связанные с тем, что для огромного числа вчерашних советских людей легитимизированным статусным идеалом является начальник, а не предприниматель-инноватор. Низкая общественная легитимация предпринимателей и предпринимательской деятельности в России обусловлена также непониманием или неправильным пониманием структуры и логики рынка в целом, самой предпринимательской деятельности, истинных целей предпринимательства и самое главное – непониманием причин возникновения прибыли у предпринимателей. Логика обычных людей, в большинстве своем лишенных элементарных экономических знаний, не строится на наблюдении реальных фактов. Достаточно вспомнить фантастический успех всех финансовых авантюров С. Мавроди или бурное процветание предприятий по оказанию услуг микрофинансирования с их чудовищными процентами за микрозаймы. Представления населения, мало образованного относительно предпринимательской прибыли, построены следующим образом: любой наемный работник, будь то слесарь или рабочий, получает зарплату за проделанную работу. Так, слесарь починил кран, рабочий построил дом, их труд заметен, его можно измерить и задокументировать, следовательно, заработную плату (денежное вознаграждение) они получили заслужено. Деятельность предпринимателя же зачастую незаметна и может сложиться обманчивое впечатление, что его прибыль – это результат каких-либо махинаций, жульничества, обмана наемных рабочих. Тем более, что с советских времен остался марксистский миф о том, что прибыль создается трудом работников и только они имеют на нее право. Однако такая точка зрения абсолютно неверна, так как прибыль создается не только трудом работников, но и усилиями и нововведениями предпринимателей, а также тем капиталом, который изначально был вложен в бизнес.

Труд предпринимателя действительно не виден, трудно измерим, причины делового успеха не очевидны. Как возникает предпринимательская прибыль? Она создается на основе инноваций и достигается в результате предпринимательской деятельности. Схему получения предпринимательской прибыли обозначил Шумпетер: все начинается с инновации. Эта инновация подхватывается предпринимателем (или создается им) и воплощается им в действительность. Затем его предприятие производит продукт, который в течение какого-то времени некоторым образом не имеет конкурентов и может

продаваться с высокой маржой. Так и возникает прибыль. Следовательно, для предпринимателя, вводящего инновации, единственным путем получения постоянной прибыли являются непрерывные нововведения. Погоня за прибылью постоянно побуждает предпринимателей к инновациям в производстве, следовательно, эта погоня и является двигателем экономического и технического прогресса.

Таким образом, мы определили, что предпринимательская прибыль – это награда за нововведения, тяжелый труд, требующий выдержки и умения предугадать события наперед. Без совершенствования и развития нет прибыли для предпринимателей, а без прибыли нет и развития. Здесь видна огромная значимость предпринимателя-инноватора.

Так, общество в силу обозначенных причин не отдает должного уважения предпринимателям, не доверяет им и опасается их. Активную роль в поддержании отрицательного имиджа предпринимателя играют и средства массовой информации, считающие положительные новости про предпринимателей неинтересными для широкой аудитории. Проблема низкой общественной легитимации предпринимательской деятельности в России продолжает существовать, являясь тормозом для развития предпринимательства. О необходимости решения проблемы общественной легитимации заявляет и правительство. Так, в сентябре 2015 года вышла статья в «Российской газете», где Д.А. Медведев заявляет о необходимости поддержки предпринимателей сегодня, когда «предпринимательская свобода является необходимым условием модернизации и инновационного развития» [6]. Медведев призвал к тому, чтобы государство не создавало помех для предпринимателей, а анализировало, что можно сделать, чтобы предприниматель захотел инвестировать в свою страну. Однако, несмотря на подобные заявления, по сути, мало что делается на практике. О причинах этого можно только догадываться. Возможно, это непонимание важности предпринимателей для общества и самого государства, а, может быть, это намеренное бездействие, ведь если в обществе будет продолжать существовать отрицательный образ предпринимателя, то население будет видеть во власти защиту от них, а сами предприниматели во власти будут видеть защиту от общественного недовольства. Реального решения сложившейся проблемы не произойдет, пока общество не осознает, что предприниматели занимаются сложнейшим интеллектуальным трудом, несут огромные риски, их деятельность сопряжена с колоссальной личной ответственностью за результат.

Человеку свойственно бессознательно примыкать к толпе, мнению большинства. Так происходит и в ситуации с предпринимательством: когда общественное мнение категорически его не приемлет и везде слышны только негативные отклики о предпринимателях, мало кто будет разбираться, что из того, о чем говорят люди, действительно правда. Возникшие стереотипы на-

столько глубоко укоренились в сознании, что изменить их крайне трудно. Чтобы отношение к предпринимателям полностью поменялось, должно смениться не одно поколение россиян. Однако определенных результатов можно достичь уже сегодня. Самое простое предложение: СМИ следует перестать заниматься негативным пиаром предпринимателей. Стоит выделять и отмечать тех, которые создают новые бренды, рабочие места, открывают новые производства. Необходимо рассказывать об историях успеха конкретных предпринимателей, как это принято, например, в западном обществе. Причем успеха, который пришел благодаря тяжелому и упорному труду.

Современный бизнес зависит от хорошей репутации и строится на ней. Это понимают и сами предприниматели. Сегодня многие из них занимают активную гражданскую позицию, вкладывают свои средства в национальную экономику, занимаются благотворительностью. Об истинных целях такой активности предпринимателей можно дискутировать, но факт остается фактом: предприниматели пытаются наладить отношения с обществом, поскольку социальная поддержка и признание очень важны для них, они зависят от общества, которое является источником их доходов и площадкой для осуществления предпринимательской деятельности.

Решение сложившейся проблемы будет способствовать, во-первых, привлечению молодых и перспективных людей в сферу предпринимательства, во-вторых, улучшению социально-психологического климата для развития предпринимательства в стране. Иначе говоря, в стране, где предприниматели являются национальными героями, гораздо проще и интереснее вести бизнес, нежели там, где предпринимателей боятся. В-третьих, положительное отношение населения к предпринимательской деятельности будет стимулировать привлечение финансовых ресурсов и приток в страну инвестиций, способствовать развитию бизнес-сообщества и инфраструктуры.

Возникают вопросы: стоит ли решать сложившуюся проблему, для чего необходимо развивать предпринимательство и нужно ли вообще это делать? Так, многочисленные трудности и барьеры, созданные государством, а также отсутствие общественной легитимации, тормозят развитие предпринимательства в нашей стране. На протяжении последних лет Россия оказывается среди 3–5 стран с самым низким уровнем предпринимательской активности населения, не превышающим 3,5–4,8 % от общей численности взрослого трудоспособного населения, по классификации Глобального мониторинга предпринимательства [7].

Зачем нужны предприниматели? Предприниматели предоставляют товары и услуги для нужд населения, создают конкурентную среду, увеличивают поступление налогов в бюджет, предоставляют рабочие места и многое др. Все окружающие нас предметы (компьютеры, телефоны, автомобили), нема-

териальные объекты (интересные фильмы, дизайнерские воплощения, развлечения) – все это идеи, воплощенные в жизнь усилиями предпринимателей. Эти объекты делают нашу жизнь гораздо комфортнее и удобнее. Мы привыкли к тому, что происходит постоянное развитие: товары и услуги меняются, совершенствуются их качество и дизайн, товары становятся все более удобными. Экономическое развитие, рост, прогресс возможны только тогда, когда может произойти разрушение и уничтожение старого и построение нового, лучшего, когда на смену устаревшим предприятиям приходят новые, молодые, современные. В основе прогресса стоит инновация, которая внедряется предпринимателем. Если представить, что придет конец рыночной системе, предпринимательству, а вместо предпринимателей останутся руководимые менеджерами монополисты, то ничего нового больше не возникнет, в лучшем случае будет перераспределяться то, что есть. Люди свыкнутся с этим, и свободолобивый дух буржуазной эпохи исчезнет [1]. Останутся наемные работники, ориентированные на удобство, стабильность, для которых чужды предпринимательство и новаторство, зато характерно стремление к консервативности и стабильности. Они придут на место инициативных предпринимателей, и им не будет никакого дела до потребностей общества, их не будут волновать вопросы о том, нужен ли их труд, востребован ли он, их будет волновать только один вопрос: а скоро ли зарплата? Без предпринимателей будет существовать в основном работа по инструкции, не будут создаваться новые идеи и продукты. Не зря Шумпетер говорил о том, что конец рыночной системы и предпринимательства является концом благосостояния, которое есть результат креативности и выгоды предпринимателей.

Таким образом, важность предпринимателей и для общества, и для государства трудно переоценить. Сегодня именно предпринимательство может остановить падение производства в стране, а затем обеспечить его подъем и экономический рост. Однако вместо поддержки государство, которое сегодня довольно тем, что экономика организована в крупные, легко контролируемые единицы, мало что делает для реальной поддержки предпринимателей, а общество не перестает бояться предпринимателей, не разобравшись и не поняв их реальной роли сегодня. А ведь общество и капитал – это союзники в борьбе против бюрократии. Их альянс – залог успешности гражданского общества в России. Те, кто пытаются создать негативный образ российского бизнеса, должны наконец понять, что альтернативой может быть только власть бюрократа, которому в принципе наплевать на свою репутацию, который управляет и не проявляет понимания ни в чем. На наш взгляд, без создания всех условий для свободного предпринимательства Россия не сможет выйти из глубокого экономического кризиса и быть равноправным партнером в мировой экономике.

### Список литературы

1. Вальвиц Г. фон Мистер Смит и рай земной. Изобретение благосостояния [Электронный ресурс]. – М.: Маргинем Пресс, 2015. – URL: <http://biznes-knigi.com/avtor-georg-fon-valvic/3505-mister-smit-i-ray-zemnoy-izobretenie-blagosostoyaniya-georg-fon-valvic/read/page-1.html> (дата обращения: 22.02.2016).

2. Какие предприятия теперь считаются малыми и средними? [Электронный ресурс] // Главбух. – 2015. – № 15. – URL: <http://www.glavbukh.ru> (дата обращения: 22.02.2016).

3. Малое и среднее предпринимательство в России [Электронный ресурс] // Статистический сборник. – 2015. – URL: [http://www.gks.ru/free\\_doc/doc\\_2015/mal-pred15.pdf](http://www.gks.ru/free_doc/doc_2015/mal-pred15.pdf) (дата обращения: 24.02.2016).

4. Шмелева Е. Ожидается потепление [Электронный ресурс] // Российская бизнес-газета. – 2012. – № 876. – URL: <http://www.rg.ru/2012/12/11/biznes.html> (дата обращения: 08.02.2016).

5. Коржов Г. Социокультурная легитимность предпринимательства в украинском обществе первого десятилетия трансформаций [Электронный ресурс]. – URL: [http://ecsocman.hse.ru/data/115/784/1219/08\\_Korzhov.pdf](http://ecsocman.hse.ru/data/115/784/1219/08_Korzhov.pdf) (дата обращения: 22.02.2016).

6. Медведев Д.А. Новая реальность: Россия и глобальные вызовы [Электронный ресурс]. – URL: <http://ar.gov.ru/news/7755/2/0/1/10/index.html> (дата обращения: 16.03.2016).

7. Чепуренко А.Ю. Возможна ли теория предпринимательства в России? // Исследуя предпринимательство. – М.: Изд. дом НИУ ВШЭ, 2014. – С. 369–397.

Получено 15.03.2016

**Скляренко Юлия Андреевна** – студентка, гуманитарный факультет, Пермский национальный исследовательский политехнический университет, e-mail: [juliaskl@yandex.ru](mailto:juliaskl@yandex.ru).

Научный руководитель – **Боронников Александр Дмитриевич**, доцент кафедры «Социология и политология», гуманитарный факультет, Пермский национальный исследовательский политехнический университет.