

В. П. Басков, А. Н. Кузенков

Социально-политические проблемы малого предпринимательства Ярославской области на рубеже XX–XXI вв.

В статье рассматриваются основные тенденции, характеризующие развитие малого и среднего бизнеса на территории Ярославской области, основные проблемы, с которыми сталкиваются предприниматели, приводятся данные результатов социологических опросов по изучаемой проблеме.

Ключевые слова: малое и среднее предпринимательство, налогообложение, эффективность, аренда, мотив.

V. P. Baskov, A. N. Kuzenkov

Social and Political Problems of Small and Medium Business in the Yaroslavl Region at the turn of 20th–21st centuries

In this article the authors observe the general tendencies, characterizing the development of small and medium business on the territory of the Yaroslavl region, the main problems that are faced by businessmen. The authors also show the results of social surveys about the problem.

Keywords: small and medium business, tax assessment, effectiveness, rent, motive.

В предыдущей статье (Ярославский педагогический вестник. – 2012. – №1) были рассмотрены законодательные акты, принятые в 90-е гг. в Российской Федерации, направленные на всемерное развитие малого и среднего бизнеса. Повышенное внимание к этой проблеме со стороны государства и местных органов власти положительно сказалось на развитии малого и среднего предпринимательства в различных регионах РФ.

В настоящей статье мы рассмотрим, как развивались эти процессы в Ярославской области, занимающей важное место в Центральном федеральном округе.

Органы государственной власти, политические партии, предпринимательские организации постоянно проводили мониторинги, анализировали состояние, развитие, успехи и трудности, взгляды и предпочтения ярославских предпринимателей. Такая работа была необходима для выработки наиболее действенной политики в области малого предпринимательства, его регулирования, создания благоприятных условий для развития. В январе 2002 г. в Ярославском регионе отделом Аналитического центра Совета по проблеме регионального развития был проведен социологический опрос 220 человек – руководителей предприятий малого бизнеса в Ярославской области. За основу формирования выборки были

взяты предприятия с численностью работников до 100 человек. Предпринимателям предлагалось указать важнейшие проблемы малого предпринимательства в Ярославской области.

Проведенные социологические исследования показали, что наиболее острой проблемой предпринимательства в конце 90-х гг. XX – начале XXI в. являлась действующая система налогообложения. Сравнение полученных результатов с аналогичными в других регионах этот вывод подтверждает. В исследовании, проведенном Центром социального прогнозирования в 2000 г. в Москве и области, 27,6 % предпринимателей отметили высокие налоги как основной фактор, сдерживающий развитие их бизнеса. Среди прочих проблем эта находилась на первом месте по числу ответивших респондентов. Тот же результат демонстрируют данные Госкомстата в целом по России. 79 % российских предпринимателей высказывались, что именно высокие налоги стоят на пути развития малого бизнеса. Очень высокий процент респондентов (61,8 %) позволяет говорить о несовершенстве российской налоговой системы как об объективном факторе, препятствовавшем развитию малого предпринимательства в рассматриваемый период. Предприниматели отметили наличие большого числа налогов и негативно воспринимают сложные способы их рас-

чета, изменения ставок и, самое главное, высоту налогов. У представителей малого бизнеса возникали и возникают сложности, связанные со значительными затратами времени на расчеты, проведение платежей, ведение отчетности. Все это вынуждает определенное количество предпринимателей уходить в теневой сектор и совершать иные нарушения законодательства.

Второй по степени значимости проблемой является несовершенство нормативно-правовой базы. В определенной степени (37,2 %) данная проблема также связана с налогообложением. Законодательная деятельность, зачастую ведущаяся без участия представителей малого предпринимательства, не может в полной мере обеспечить эффективное функционирование правовых актов. Несмотря на то, что с 2001 г. работа по регулированию законодательства по малому бизнесу велась непосредственно с участием представителей предпринимательских объединений, эффективность работы органов законодательной власти в сфере малого бизнеса оставляла желать лучшего.

Среди прочих особенно значимых проблем малого бизнеса отмечались вопросы финансово-кредитного обеспечения (15,9 %). Малые предприятия ограничены собственными средствами, которых зачастую недостаточно для развития бизнеса. При этом доступ предпринимателей и малых предприятий к кредитам затруднен. Существующие во многих регионах программы микрокредитования не могут обеспечить средствами все нуждающиеся МП, а банки нередко избегают предоставления им кредитов.

Не менее важным фактором, сдерживающим развитие малого бизнеса, ярославские предприниматели назвали отсутствие квалифицированных кадров. Многие специалисты, имеющие высокую профессиональную квалификацию, предпочитают работать в более крупных стабильных компаниях. В связи с этим малые предприятия вынуждены были привлекать внешних совместителей и лиц, работающих по договорам гражданско-правового характера, количество которых достаточно высоко в малом бизнесе не только в Ярославской области, но и во многих других регионах РФ.

Более 18 % ярославских предпринимателей указали в качестве основной проблемы арендные отношения и земельный вопрос. В действительности многие малые предприятия находятся в отношениях субаренды или даже выступают в качестве третичных арендаторов занимаемой

площади. При этом арендная плата достаточно высока и может меняться в зависимости от воли фактического владельца помещения.

Таким образом, все факторы, которые, по мнению представителей малого бизнеса, мешают его развитию и функционированию, можно разделить на группы. Первая – непосредственно проблемы функционирования малого бизнеса как участника рыночных отношений. К ним относятся проблемы чрезмерной конкуренции, сбыта, арендные отношения, проблемы с квалифицированными кадрами. Вторая группа – проблемы сферы государственного регулирования малого бизнеса. Это налогообложение, несовершенство нормативно-правовой базы, проблемы кредитования, проблемы регистрации и лицензирования, информационного обеспечения, отношения с контролирующими органами и властями. В процентном соотношении вторая группа проблем значительно больше отягощала развитие малого бизнеса в Ярославской области.

Одной из важных характеристик предпринимателей рассматриваемого периода является вопрос о мотивации ведения малого бизнеса. На вопрос «какое значение имеют для вас мотивы заниматься предпринимательским трудом» были получены разнообразные ответы.

Наибольшее количество (87,6 %) ответов респондентов получил такой мотив, как «быть финансово независимым». Большую значимость для начинающих бизнесменов имели следующие мотивы: «работать творчески, самостоятельно, с фантазией» (71,1 %), «иметь возможность применять свои знания и способности» (75 %), «иметь возможность общаться на работе с интересными людьми» (70,5 %). «Стремление получить много денег» также часто указывалось (62,7 %), хотя этот мотив не являлся преобладающим.

В результате анализа результатов опроса не было выявлено значительных различий в мотивации предпринимателей с разным стажем работы в малом бизнесе. Мотивы деятельности оказались почти одинаковыми у руководителей малых предприятий, занимающихся предпринимательством от одного года до десяти лет. Тем не менее, в одной из характеристик прослеживается дифференциация по стажу работы. Такой мотив, как «возможность применять свои знания и способности», имеет большое значение для 95,1 % предпринимателей со стажем работы в малом бизнесе менее одного года. По мере увеличения продолжительности деятельности значение этого

мотива постепенно уменьшается до 55,2 % для предпринимателей, имеющих стаж работы в сфере малого бизнеса более 10 лет.

Более определенные различия мотивов обнаружались при дифференциации предпринимателей по возрасту. Так, актуальность мотива «не иметь страха перед будущим» снижается с увеличением возраста предпринимателей. Для представителей малого бизнеса в возрасте до 30 лет этот мотив имеет большое значение (73,7 % респондентов), а для предпринимателей, чей возраст больше 50 лет, находится на уровне 64,5 %. Обратная тенденция установлена относительно мотива «работать творчески и с фантазией». Творческий характер деятельности значим для бизнесменов, чей возраст больше 50 лет (78,3 %), среди респондентов моложе 30 лет этот параметр указали лишь 70,8 % опрошенных.

Следует отметить, что материальные мотивы являются основным фактором, побуждающим к осуществлению предпринимательской деятельности. Стремление обрести финансовую независимость имеет очень большое значение для большинства ярославских предпринимателей, как и возможность реализовать на практике свой предпринимательский потенциал, творчески и самостоятельно вести собственный бизнес. Очевидно, что для большинства предпринимателей малый бизнес является единственной возможностью участвовать в социально-экономической жизни общества на принципах самореализации, самоорганизации и личной ответственности.

Очень важной для предпринимателей была и остается перспектива развития их бизнеса. В сравнении с общей массой населения Ярославской области в ожиданиях предпринимателей больше надежды на лучшее (см. Табл. 1).

Таблица 1
Ожидания от будущего предпринимателей Ярославской области

	Предприниматели	Население области
Уверен в переменах к лучшему	13,7 %	4,2 %
Предполагаю перемены к лучшему	42,8 %	22,2 %
Думаю, что все останется по-прежнему	29 %	31,9 %
Предполагаю перемены к худшему	12,3 %	28,6 %
Уверен в переменах к худшему	1,6 %	12,6 %

Как видим, более половины руководителей малых предприятий так или иначе ожидали пе-

ремени к лучшему, при этом более 40 % уверены в них. О переменах к худшему говорит меньшинство предпринимателей, составившее на момент опроса всего 1,6 %. Пессимистические ожидания населения области на этом фоне в несколько раз превосходили ожидаемые перемены к худшему среди предпринимателей. Показательно, что число реципиентов, давших ответ «думаю, что все останется по-прежнему», примерно равно в обеих группах в процентном соотношении.

Немаловажным аспектом социального самочувствия предпринимателей является оценка собственной материальной обеспеченности. В рамках социологического опроса представителям малого бизнеса Ярославской области было предложено ответить на вопрос «Кем Вы считаете себя в сравнении с другими?». На выбор предлагалось четыре варианта ответа: «беднее среднего», «среднеобеспеченным», «богаче среднего», «богатым». Ответы респондентов распределились при этом достаточно равномерно. Ни один из опрошенных предпринимателей на момент опроса не отнес себя к группе богатых людей. Характерно, что при проведении социологических опросов населения в целом, как правило, к богатым причисляют себя достаточно малое количество респондентов, но эта цифра не равна нулю. Подобное явление может быть объяснено тем, что критерии отнесения к группе богатых людей у предпринимателей и других социальных слоев различны. Это еще одна отличительная черта, выделяющая предпринимателей в особый социальный слой. Сходство с результатами других социологических опросов в том, что большинство предпринимателей отнесли себя к категории среднеобеспеченных (80,44 %). Значительно меньшее количество предпринимателей указали, что они считают себя беднее среднего (13,84 %) и только 5,3 % ответили, что их материальная обеспеченность выше среднего. Отмечена разная оценка своего материального состояния предпринимателями, имеющими разный статус на предприятии. При более высоком статусе респондента увеличивается процент оценивших свое состояние как «богаче среднего». Очевидно, управляющие и полные собственники, а также владеющие пакетом акций имеют более высокий доход относительно наемных управляющих и иных лиц, участвующих в руководстве малыми предприятиями.

Отношение к проблемам предпринимательства формируется у политических партий в рассматриваемый период. В программах большин-

ства партий в той или иной степени было отражено видение проблем развития предпринимательства.

Следует отметить, что внимание, уделяемое малому бизнесу в программах политических партий, неодинаковое и акцентируется на разных аспектах. Так в программе партии «Единая Россия» было лишь упоминание о том, что «в обществе должны быть созданы условия для предпринимательства...» [3].

Наибольшее внимание уделялось предпринимательству в программе партии «Яблоко». Партия считает, что предпринимательство является основной движущей силой рыночной экономики. Отмечалось, что численность малых предприятий в России по сравнению с западными государствами остается достаточно низкой, как и их вклад в экономику страны. Причина невысокого уровня развития предпринимательства, по мнению партии «Яблоко», в несовершенстве налогового законодательства, наличии административных барьеров и коррупции, незащищенности предпринимателя перед властью. В программе были представлены основные направления государственной политики поддержки малого бизнеса. Прежде всего, это упрощение процедуры регистрации, уменьшение количества проверок и проверяющих организаций, ужесточение ответственности чиновников, в том числе «за нанесение ущерба предпринимателю» [6]. Также в программе обозначались меры по совершенствованию налоговой системы, инфраструктуры поддержки и иные решения проблем малого бизнеса.

В программе Либерально-демократической партии России акцентируется внимание на предпринимательстве как на источнике формирования среднего класса. Отмечалось, что массовый средний класс не будет сформирован, «...если государство не будет оказывать поддержку мелкому предпринимательству, создающему новые рабочие места и дополнительные источники доходов» [4]. Государству предлагается ввести в действие длительные программы развития малого предпринимательства, создать эффективные механизмы кредитования, совершенствовать налоговую систему.

Партия «Союз правых сил» рассматривала предпринимательскую деятельность как неотъемлемую часть прав человека. Программа партии основное внимание обращает на административные барьеры как фактор, препятствующий развитию малого бизнеса. Отмечалось, что «раздутый чиновничий аппарат подавляет человеческую инициативу, отсекает от легального предпринимательства огромную часть самодельного населения» [5].

Позднее мнения лидеров и представителей политических партий относительно проблем предпринимательства также нашли отражение в многочисленных материалах средств массовой информации, периодических аналитических изданиях.

Библиографический список

1. Малое предпринимательство в Ярославской области в сравнении с отдельными областями [Текст]. – Ярославль: Областной комитет государственной статистики, 2003.
2. Малый бизнес Ярославской области: состояние и тенденции развития [Текст]. – Ярославль: Администрация Ярославской области, 2002. – 95 с.
3. О развитии малого предпринимательства в Ярославской области в 1995–2002 гг. – Ярославль: Областной комитет государственной статистики, 2003.
4. Программа всероссийской политической партии «Единое Отечество – Единая Россия» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.edinros.ru/section.html?rid=48>.
5. Программа либерально-демократической партии России (ЛДПР) / принята на XIII съезде ЛДПР 13 декабря 2001 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: http://www.ldpr.ru/programm_ldpr.htm.
6. Программа политической партии «Союз правых сил» (Российский либеральный манифест) // Протокол № 7 съезда ОПОО «Политическая партия союз правых сил». 14 декабря 2001 г.
7. Программа российской демократической партии «Яблоко» / принята съездом РДП «Яблоко» 22 декабря 2001 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.yabloko.ru/union/program/vved.html>.
8. Рейтинг муниципальных образований Ярославской области по развитию малого предпринимательства в 2002 г. – Ярославль: Областной комитет государственной статистики.