



- ³ См.: *Поннер К.* Открытое общество и его враги. М., 1992.
- ⁴ См.: *Бубер М.* Я и Ты. М., 1993.
- ⁵ См.: *Lipmann W.* Public Opinion. N.Y., 1945. С. 35.
- ⁶ См.: *Кон И.С.* К проблеме национального характера // История и психология / Под общ. ред. Б.Д. Поршнева. М., 1968. С. 122–159.
- ⁷ См.: *Стернин И.А.* Язык и национальное сознание // Логос. 2005. № 4(49). С. 140–155.

УДК 338.22

ПОДДЕРЖКА РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Е.А. Федулова

Череповецкий государственный университет,
кафедра мировой экономики
E-mail: fedulova@chsu.ru

В статье рассматривается малый бизнес как один из важнейших элементов, влияющих на устойчивость экономики и политической ситуации в стране. Приведены данные о количестве российских малых предприятий и структуре малого бизнеса. Перечислены основные барьеры на пути развития малого предпринимательства. В настоящее время со стороны государства разрабатывается и совершенствуется программа поддержки малого бизнеса.

Ключевые слова: малый бизнес, регулирование, рыночная экономика.

The Support of Small Business Development in Russia in a Modern Period

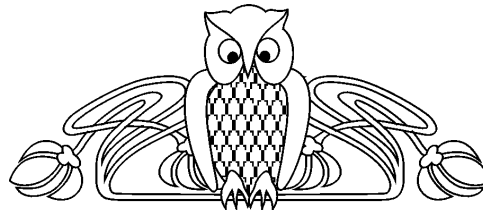
E.A. Fedulova

In the article the small business is considered like one of the most important elements influencing on the steadiness of economics and political situation in the country. The data about the amount of small Russian enterprises and the structure of small business are given here. The basic barriers on the way of development of the small business are enumerated in the article. At present the program of support of the small business is worked out and improved on the government's part.

Key words: small business, regulation, market economy.

Малый бизнес затрагивает все сферы политической и социально-экономической жизни современной России и является одним из важных и необходимых элементов рыночной экономики. Высокая приспособляемость и массовый охват малыми предприятиями (МП) практически всех сфер внутреннего рынка обеспечивают устойчивость развития экономики многих стран современного мира, а также способствуют стабилизации политической обстановки.

Малый бизнес выполняет важную политическую и социальную функции, обеспечивая занятость населения. Количество владельцев только малых предприятий и их наемных работников является существенной качественной характеристикой любой страны с развитой рыночной экономикой. В условиях становления рыночной экономики малый бизнес ведет к насыщению товарного рынка, развитию конкуренции, структурной пере-



стройке производства. Массовое развитие сектора малого бизнеса позволяет накопить за короткое время средства для устойчивого развития других отраслей, дает возможность сделать мощный сдвиг в социально-экономическом развитии.

В российском обществе в условиях реформирования экономики возникла необходимость формировать малый бизнес на качественно новой основе. Вложение средств в малый бизнес весьма эффективно. В официальных правительственных документах государственная помощь малому бизнесу признается одним из важнейших направлений экономической реформы. Решение задач малого предпринимательства возможно при условии научного анализа и организации социально ориентированной деятельности малых предприятий, и именно при полной поддержке и помощи со стороны всех государственных систем, в том числе законодательной, исполнительной и судебной.

Бум малого бизнеса в России пришелся на первую половину 90-х годов, достигнув своего пика в 1995 г., когда насчитывалось 877,3 тыс. МП, на которых трудилось 8,5 млн человек (почти 12% занятых в экономике)¹. В дальнейшем число МП не увеличивалось, а в отдельные годы – сокращалось. На 1 января 2002 г. в России было 843 тыс. МП, а в 2005 г. их насчитывалось 890,6 тыс., чей вклад в ВВП составил 9,5%. Достаточно стабильной остается численность занятых индивидуальной деятельностью – около 4 млн.

Структура малого бизнеса на сегодняшний день такова: 13% – производство, 13 – строительство, 3 – наукоемкие технологии и инновации, 2 – здравоохранение, 2 – юридические компании, остальное – общепит и розничная торговля².

В нормально развивающейся рыночной экономике малый бизнес занимает достойное место и выполняет ряд важных функций. Перед Россией, совершившей переход от плана к рынку, стоит нелегкая задача: как можно быстрее развить данный сектор. Но пока становление малого бизнеса сталкивается с проблемами как на уровне всей страны, так и в регионах.



На сегодняшний день доля малого бизнеса в ВВП России не превышает 12%, что в расчете на 1000 человек населения страны приходится в среднем лишь около 6 малых предприятий, тогда как в государствах ЕС – не менее 30. Приведенные данные свидетельствуют об имеющемся большом потенциале развития малого бизнеса, о возможности и необходимости принятия со стороны государства мер для дальнейшего улучшения условий их деятельности³.

Перед тем, как определить направления поддержки малого бизнеса, проведем анализ основных барьеров на пути развития малого предпринимательства. Прежде всего, это:

- неустойчивый и незавершенный характер законодательной базы, регулирующей деятельность МП;
- несовершенство структуры органов управления, на которые возложено регулирование малого бизнеса, что определяет недостаточную координацию действий по его государственной поддержке;
- отсутствие стимулирующей налоговой политики и инвестиционной помощи;
- низкая платежеспособность, уменьшение спроса на продукцию;
- проблемы лицензирования отдельных видов деятельности;
- рост арендных платежей;
- потеря производственного помещения;
- вымогательство, попытки отнять или ликвидировать бизнес;
- трудности в организации сбыта.

Кроме того, серьезной преградой является сложность в получении кредитов. На 1 января 2006 г. 752 российских банка предоставили кредиты малому бизнесу на 123 млрд руб.⁴. При этом потребности малого бизнеса оцениваются в 750 млрд руб. Выданные кредиты составляют только 6% от всего объема финансирования малого бизнеса⁵. Причинами, по которым малые предприятия не имеют возможности обратиться за кредитами, являются следующие: завышенные требования к залому, высокая величина минимального кредита, сложность процедуры оформления кредита, высокие ставки за пользование заемными средствами, отсутствие доступной филиальной сети банков.

Остается нерешенной проблема борьбы с коррупцией. В 2005 г. непроизводственные издержки малых предприятий составили 8,5% от выручки, а в 2006 г. – уже 9,6%.

Очень «большая» тема – право подключения к энергообъектам. Чтобы открыть свое предприятие, нужно заплатить огромные деньги: за киловатт – 1,5 тыс. евро. Еще сами должны провести линии, передать их сетевым компаниям на баланс и оплатить за них 24%-ный налог на прибыль⁶.

Одна из проблем развития малого бизнеса в России – появление крупного монополиста или

предприятия, которое поддерживает администрация региона. Возникает вопрос: зачем нужен таким «монстрам» малый бизнес? Например, на данном этапе неконкурентоспособность нашего автопрома объясняется тем, что он работает замкнуто. В развитых странах головное предприятие определяет необходимую ему продукцию и «бросает клич» – кто сделает лучше эту продукцию? Проводится конкурс между малыми предприятиями: главный критерий – низкая себестоимость конечной продукции. Вокруг только одной «Тойоты» работает 30 тыс. таких предприятий! А вокруг КамАЗа пока только 150. Для России открыта дорога в ВТО, поэтому, если наши крупные предприятия не поймут, насколько важно создать вокруг себя группы малых и средних предприятий, они будут вынуждены просто освободить место другим, по большей части иностранным компаниям.

Следующая проблема для малого бизнеса – процедура регистрации предприятия. Этот процесс требует оформления большого количества документов и в совокупности занимает срок от одного до трех месяцев. Большинство платежей, связанных с регистрацией, устанавливается в зависимости от размера минимальной зарплаты, и, значит, с ее повышением увеличивается. Местные органы власти периодически осуществляют разного рода перерегистрации, что, с одной стороны, затрудняет работу малого бизнеса, а с другой – является способом дополнительного изъятия у них средств⁷.

Еще одна проблема – избыточное количество контролирующих органов и дублирование их функций. Контрольно-ревизионные функции осуществляют несколько десятков различных органов, которые требуют предоставления одних и тех же документов, вместо того, чтобы организовать обмен информацией между собой и осуществлять комплексные обследования. С малых предприятий копии учредительных документов стали запрашивать не только регистрирующие, но и другие организации.

Развитие малого бизнеса сдерживается некоторыми действиями местных органов власти. Так, региональные органы власти путем введения местных ограничений создают многочисленные препятствия для выхода на рынок новых малых предприятий. Это проявляется при распределении находящихся в ведении органов власти ограниченных ресурсов; в ущемлении прав одних предприятий, либо предоставлении эксклюзивных прав и индивидуальных льгот при кредитовании и субсидировании другим; в возложении на хозяйствующие субъекты (занимающие доминирующее положение на рынке) отдельных функций государственного управления и контроля. Сложившуюся ситуацию в регионах характеризуют следующие черты: недостаточная степень конкуренции, нежелание органов исполнительной власти вовлекать ресурсы (прежде всего недвижимость) в хозяйственный оборот, преимущественное



предоставление недвижимости и оборудования на условиях краткосрочной аренды.

Реализация комплекса мероприятий по поддержке малого предпринимательства начата Министерством экономического развития и торговли РФ еще в 2005 г., для чего в федеральном бюджете было предусмотрено 1,5 млрд руб. В настоящий момент для преодоления барьеров развития малого бизнеса в России продолжается разработка различных программ и проектов поддержки малого бизнеса. По словам президента общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «Опора России» Сергея Борисова, в проекте закона о малом бизнесе определены следующие критерии: коллективы до 15 человек будут считаться микропредприятиями, 15–100 – малыми, 100–250 – средними⁸. Уже третий год работает федеральная программа поддержки малого предпринимательства. В 2007 г. на нее выделено 3,8 млрд руб. (в 2006 г. – 2 млрд руб.). Деньги идут на поддержку развивающегося бизнеса через субсидирование процентных ставок по кредитам. Регионы работают по такой же схеме: бизнесмены убеждают местные власти в необходимости создания и развития какой-либо компании, те выделяют определенную сумму денег, и ровно столько же в виде гранта бизнесмену дает федеральный фонд при Минэкономразвития (МЭРТ). Но, например, в Чечне, Дагестане и Северной Осетии схема другая: МЭРТ выделяет 70%, а 30% идет из местного бюджета. Второе направление – инфраструктура: строительство площадок, на которых можно начинать свое дело. В настоящее время ожидается постройка 60 бизнес-инкубаторов, к 2009 г. – 300 (бизнес-инкубатор представляет собой помещение, адаптированное для ведения бизнеса, сдается на 3 года по минимальным расценкам).

Главной задачей государственного регулирования малого бизнеса в России является решение проблем на федеральном и региональном уровнях. Федеральный уровень предусматривает следующие задачи:

- стратегическое планирование поддержки малого предпринимательства;
- предотвращение коррупции и ухода малого бизнеса в теневую экономику;
- формирование федеральной нормативно-правовой базы поддержки малого бизнеса;
- совершенствование системы финансовой поддержки, освоение новых кредитно-инвестиционных механизмов (микрокредитования, инвестиционных конкурсов);
- создание системы информационного обеспечения малого предпринимательства;
- подготовка, переподготовка и повышение квалификации кадров для малого предпринимательства;
- надежность статистической информации о секторе малого бизнеса.

Наиболее важными видами поддержки развития малого бизнеса являются предоставление

налоговых льгот, упрощение и стабильность систем налогообложения, а также решение проблемы дорогостоящей аренды за счет создания специального фонда помещений (сдача данных помещений малым предприятиям на особых условиях, гарантирование им приоритетного права на последующую покупку этих площадей).

На сегодняшний день розничным банком Группы ВТБ создана программа кредитования малого бизнеса «ВТБ 24»⁹. Данная программа является одной из самых популярных и востребованных среди предпринимателей. По итогам 9 месяцев 2007 г. количество заемщиков – субъектов малого бизнеса – превысило 16 тыс., а кредитный портфель банка малому бизнесу составил 1,5 млрд долларов. Основные принципы этой программы – индивидуальный подход, удобство и оперативность. Программа «ВТБ 24» предлагает два вида кредитов: микрокредиты и кредиты на развитие бизнеса. Микрокредиты предоставляются в рублях, долларах США или евро, предполагают финансирование в объемах до 850 тыс. руб. Такие кредиты выдаются на срок до двух лет, кредитная заявка рассматривается всего 1–3 дня, залоговое обеспечение не требуется. Этот вид кредита, как правило, интересен в случае нехватки у предприятия оборотных средств. Если необходимо более объемное финансирование, программа «ВТБ 24» предлагает кредиты на развитие бизнеса суммой до 5 млн долларов США. Особенность такого вида кредитования в том, что средства могут предоставляться как в форме разового кредита, так и виде кредитной линии, овердрафта или банковской гарантии. Уникальность программы состоит в том, что банк оценивает реальное состояние бизнеса клиента. Если оно подтверждает кредитоспособность заемщика, то клиенту в короткие сроки предоставляется кредит. Эксперты банка не только проконсультируют клиента, но и помогут подготовить всю необходимую для принятия решения финансовую документацию, не требуя от заемщика составления бизнес-плана.

Более того, появляется и другая альтернатива кредитования малого бизнеса – микрофинансовые организации (МФО)¹⁰. Это кредитно-потребительские кооперативы, всевозможные потребительские общества, специализированные микрофинансовые банки и фонды, т.е. некоммерческие общества граждан – «кассы взаимопомощи» с большим числом пайщиков (от 50 до 2 тыс. человек). Подобные объединения организовываются либо по территориальному принципу (сельские кооперативы), либо по профессиональному – кооперативы юристов, врачей или фермеров. Возникает вопрос – откуда МФО берут деньги для выдачи займов? Или это собственные средства членов кооператива, или кооператив финансирует банк, или он существует за счет зарубежных или местных грантов. Наряду с положительными сторонами такой альтернативы кредитования малого бизнеса, есть и свои



минусы. Процентные ставки по микрофинансовым займам очень высоки даже по сравнению со стандартными, нельготными банковскими схемами для малого бизнеса. В МФО в основном обращаются бизнесмены, которых банки классифицировали как «проблемных и ненадежных», «старт-апы» (начинающие с нуля), недолго существующие организации, организации с недостаточной положительной отчетностью или нехваткой каких-либо документов.

В программе поддержки экспортно-ориентированного малого бизнеса предполагается выделение финансирования тем компаниям, которые могут и хотят производить экспортно-ориентированную продукцию. В рамках этой программы важна поддержка по таким направлениям, как:

- финансовая помощь в сертификации продукции по международным нормам, так как это часто является обязательным требованием при экспорте;
- компенсация затрат (до двух третей) на участие в выставках предприятий за рубежом;
- субсидирование процентной ставки по кредитам внешнеэкономических сделок.

В числе мероприятий по поддержке малого предпринимательства предполагается создание венчурных фондов, которые будут заниматься прямым инвестированием в малые инновационные предприятия на ранней стадии их развития¹¹. Отношения государства и фирм в сфере венчурного инвестирования должны быть основаны на партнерстве. В случае возникновения такого партнерства необходимо четко определить риски обеих сторон. Средства федерального бюджета должны выступать в роли катализатора развития фонда. Государство выделяет до 50% фонда, остальные средства поступают от частных инвесторов.

Таким образом, сейчас в России малый бизнес развивается не благодаря, а вопреки нынешней экономической политике, преодолевая ее барьеры. Становление малого бизнеса проис-

ходит в жестком противостоянии бюрократическим структурам, в преодолении сложившейся структуры экономики, особенностью которой является преобладание крупных предприятий. Это в свою очередь приводит к диктату олигархов; над рыночными механизмами господствует иерархия; предпринимательскую инициативу «губит» незащищенность от разносторонних произволов.

Государством все же предпринимаются определенные шаги по поддержке развития малого бизнеса, утверждаются федеральные и региональные программы поддержки малого предпринимательства, налаживаются межрегиональные и международные контакты в этой сфере. Тем не менее для улучшения ситуации в малом бизнесе требуются дополнительные меры. Речь идет о совершенствовании, и главное, исполнении законодательства о малом бизнесе, о снижении налогового бремени, о ликвидации бюрократических и коррупционных барьеров. Недостатки государственной политики по этим направлениям не только сдерживают развитие малого бизнеса, но и вынуждают предпринимателей уходить в «теневой» сектор экономики.

Примечания

- 1 Человек и труд. 2007. № 9. С. 66.
- 2 Аргументы и факты. 2007. № 10. С. 12.
- 3 Проблемы теории и практики управления. 2004. № 4. С. 104.
- 4 Экономика и жизнь. 2007. Апрель. № 13. С. 37.
- 5 Аргументы и факты. 2007. № 10. С. 12–13.
- 6 Там же. С. 13.
- 7 Проблемы теории и практики управления. 2004. № 2. С. 114.
- 8 Аргументы и факты. 2007. № 10. С. 12.
- 9 Там же. № 44. С. 11.
- 10 Там же. № 33. С. 16.
- 11 Экономист. 2006. № 12. С. 90.

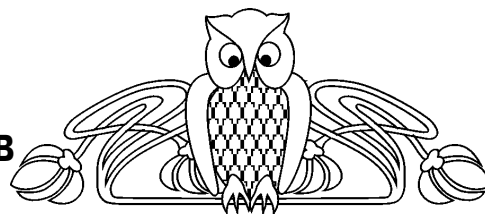
УДК 316.3/4

МЕНТАЛЬНЫЕ АРХЕТИПЫ В КУЛЬТУРНОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ МОЛОДЫХ КАЗАХСТАНЦЕВ

А.Н. Тесленко

Институт управления (г. Астана),
кафедра социально-гуманитарных дисциплин
E-mail: teslan@rambler.ru

Понятие «социализация» как научная категория широко используется в социальных науках. В данной же статье рассматриваются особенности культурной социализации казахстанской молодежи, исходя из исторически сложившихся ментальных архетипов. Опира-



ясь на социокультурный подход, автор анализирует структуру ценностей в разных культурах. В статье показана дилемма Восток–Запад в массовом сознании казахстанцев, особенности их цивилизационной идентификации. Маргинальность сознания и менталитета – вот главная характеристика современного Казахстана и его молодежи.

Ключевые слова: менталитет, ментальность, ментальные архетипы, цивилизация, культура, культурная социализация, социокультурная среда.