

Риски современной России

Социальные риски малого бизнеса в России



Оганьсян Юлий Степанович – доктор исторических наук, профессор Центра политологии и политической социологии ИС РАН

E-mail: nozhnov@mail.ru

Социальные риски малого бизнеса в России

Аннотация

В статье анализируются проблемы развития малого бизнеса в условиях современной России. Доказывается необходимость государственной поддержки для преодоления рисков, которые не позволяют малому бизнесу стать основой экономики страны

Ключевые слова: рыночная экономика, малый бизнес, риски, государственная поддержка, приватизация, предпринимательство

Реставрация капитализма в России начиналась с малого бизнеса. И это исторически оправданно, поскольку отвечает социальной природе капитализма, соответствует его общему генезису и предполагает постепенное, поэтапное становление рыночной экономики. В конце 1980 – начале 1990-х гг. всеобщий дефицит потребительских товаров двинул массы людей в открывшийся рынок. Повсюду возникали мелкие кафе, закусочные, торговые заведения. Массы «челноков» устремились в сопредельные страны за дешёвым ширпотребом. Обыватели предвкушали наступление эры изобилия колбасы, колготок, магнитофонов и т. п. Социологи предрекали превращение мелких бизнесменов в основу нового среднего класса. Хозяин лавки или закусочной едва ли не стал героем дня, кто (говоря словами известного исследователя, «гуру» малого бизнеса Майкла Гербера) «думает, что жизнь и бизнес – одно и то же», кого отличают «предпринимательский риск, азарт начинающего игрока, гордость за собственный поступок, навсегда вырвавший его из серой массы «обладателей рабочих мест» [Гербер 2005: 6].

Сбылись ли эти ожидания? Сегодня, спустя четверть века, с уверенностью можно утверждать только одно: малый бизнес действительно стал пионером постсоветского рынка. В остальном же былые надежды во многом оказались иллюзорными. «Колбасное» и прочее товарное изобилие состоялось. Но обеспечили его не мелкие производители, а крупные комбинаты и сетевые снабженческие и торговые структуры. Как это ни прискорбно, малый бизнес стал скорее не основой среднего класса, а источником новых социальных изгоев. Научные работники, инженеры, учителя и другие представители совет-

ской интеллигенции, захваченные в своё время рыночной стихией, во множестве люмпенизировались, оказались за чертой бедности. Только за 2012-13 гг. прекратили свою деятельность более 300 тысяч малых предприятий. Глава Российского союза промышленников и предпринимателей Александр Шохин в марте 2013 г. в интервью каналу РБК-ТВ отмечал: «По разным оценкам, десятки и сотни тысяч человек уже уходят реально из производственного процесса, они окажутся обузой для бюджета, перейдут на социальное иждивение, станут получать пособия, будут регистрироваться на бирже. Их семьи не смогут себя обеспечить достойным уровнем жизни, появятся «новые бедные» [Шохин 2013].

Таким образом, сама попытка заняться бизнесом представляет собой большой риск, чреватый угрозой социального бедствия для начинающего предпринимателя. Где следует искать причины? Видимо, в характере и условиях перехода к рыночной экономике. Развитие капитализма в постсоветской России пошло не эволюционным путём, а стало скачкообразным процессом, инициированным сверху, – высшими кругами партийной и хозяйственной номенклатуры. Именно в руки её представителей и разного рода проходимцев, сумевших заручиться поддержкой новой власти, попала львиная доля государственной собственности в результате криминальной по сути приватизации, проведённой всего лишь за несколько лет. На развалинах советской экономики возник дикий капитализм, сформировавшийся по далёкой от классической парадигме «власть–деньги–власть». Все рентабельные отрасли производства, финансов и торговли оказались под контролем крупных монополий, тесно связанных с политическими элитами.

Малому бизнесу достались лишь жалкие крохи со стола приватизации. Он оказался на её обочине. Крупный бизнес его не замечает. Власть воспринимает его скорее как помеху, чем как объект социальной поддержки. Характеризуя притеснения малого предпринимательства со стороны власти, председатель организации защиты предприятий «Бизнес-солидарность» Яна Яковлева отмечает, что «чиновник всегда прав, а предприниматель вечно виноват». У чиновников, по её словам, «нет никакой ответственности и спросить не с кого: мелких предпринимателей они давно воспринимают как «погрешность» [Чуракова 2013]. Нельзя сказать, что власть изначально не поддерживала малый бизнес, а он, в свою очередь, был беззащитным «мальчиком для битья». В мае 1995 г. вступил в действие Федеральный закон «О государственной поддержке малого предпринимательства в России». Он предоставил (по крайней мере, на бумаге) малому бизнесу целый ряд социальных льгот, связанных с налогообложением, предоставлением земельных участков, арендой помещений и т. д.

Малый бизнес стал скорей не основой среднего класса, а источником новых социальных изгоев.

Малому бизнесу достались лишь жалкие крохи со стола приватизации. Он оказался на её обочине.

Знаковым событием стал также первый в истории страны Всероссийский съезд представителей малых предприятий (февраль 1996 г.) Согласно материалам съезда, на конец 1996 г. в России насчитывалось 817 тысяч малых предприятий, которые обеспечивали средства к существованию 40 миллионов человек. В отдельных регионах эти предприятия давали значительную часть налоговых поступлений в местные бюджеты (например, в Самарской области – около 30%) [Слуцкий 2000: 6]. Однако в последующие годы темпы роста численности малых предприятий в России начали сокращаться. На тысячу граждан страны в 1998 г. приходилось всего 5,64 предприятия по сравнению с 74,2 – в США, 68 – в Италии, 49,6 – в Японии и 46 – в Великобритании. Причём отмечались существенные диспропорции в уровне развития малого предпринимательства в регионах России. 40% из них расположены в Москве, Санкт-Петербурге и их областях. Ещё 40% малых предприятий приходилось на четыре относительно благополучных региона – Уральский, Западно-Сибирский, Северо-Кавказский и Поволжский. В остальных восьми регионах они находились в зачаточном состоянии. Другая диспропорция в развитии малого бизнеса в России – его приоритетная ориентация на сферу обращения, преимущественно торговлю и торговое посредничество.

В Российской Федерации прямые отношения малого бизнеса с властью ограничиваются в основном кругом общения с представителями региональной и местной администрации: губернаторами, их чиновным окружением, депутатами различных уровней, муниципалитетами, органами правопорядка. И практически каждый контакт с любым из них – от губернатора до рядового полицейского или пожарного – таит в себе определённую социальную угрозу. Откуда они исходят? Л. Слуцкий видит их корни в отсутствии стабильной правовой базы; условий для добросовестной конкуренции; в ярко выраженном фискальном характере налоговой политики; административном давлении; затруднённости ресурсного и финансового обеспечения [Слуцкий 2000: 69, 73].

Но, кроме этого, весьма опасны для малого бизнеса риски, создаваемые бюрократическим произволом и криминалитетом, «социально близким» администрации именно на региональном и местном уровнях, тогда как такого рода близость на уровне федеральном – между олигархами и правительством – после прихода В. В. Путина к верховной власти оказалась в значительной мере подорванной.

Социальные риски испытывает малый бизнес и в постсоциалистических странах Восточной и Центральной Европы. Но здесь, по-видимому, они не столь значительны, как в России. На это, в частности, обращают внимание зарубежные исследователи. Так, английский экономист А. Килгрэн отмечает, что

Практически каждый контакт с любым из чиновников – от губернатора до рядового полицейского или пожарного – таит в себе определённую социальную угрозу.

из-за названных препятствий в России рост малого бизнеса происходил гораздо медленнее, чем в постсоциалистических странах Восточной Европы, и не оказывал существенного влияния на экономику. По его данным, в 1997 г. в Польше насчитывалось 2 млн малых предприятий, тогда как в России всего 900 тысяч. Этот разрыв представляется ещё более внушительным, если учесть, что в России население в 3,5 раза превышает польское. Вновь созданный сектор экономики малого бизнеса в Польше был основной силой экономического развития: в конце 1990-х гг. малые и средние предприятия производили две трети ВВП. В Чехии и Венгрии также отмечался стабильный рост малых предприятий, которые значительно увеличили свою долю в общем выпуске промышленной продукции. В 1996 г. на малые и средние предприятия в Венгрии приходилось 64% занятого населения. В России же доля малого бизнеса в общей занятости составляла в 1999 г. всего 12,8%, а ВВП не превышала 10-12% в течение всего периода 1990-х гг. [Kihlgren 2009: 193].

Важными показателями для определения роли и места малого бизнеса в экономике и социальной жизни являются его функциональные характеристики: участие в инновационном проектировании и экспериментальном внедрении инноваций (в США на малые предприятия приходится более половины создаваемых инноваций, а на одно рабочее место на таких предприятиях инноваций внедряется в 2,5 раза больше, чем в крупном бизнесе); сдерживание монополизации рынка крупными производителями; оперативное «заполнение» ниш рынка или целых отраслей, где крупный бизнес малоэффективен. Как правило, это отрасли сферы услуг, в которых важным элементом деятельности является личное взаимодействие продавца, как представителя предприятия, и покупателя. Малый бизнес выполняет также важные социальные функции: является фундаментальной основой формирования среднего класса; создаёт новые рабочие места, причём их стоимость обычно ниже в сравнении с крупным бизнесом; вовлекает в процесс общественного воспроизводства дополнительные трудовые ресурсы (пенсионеров, несовершеннолетних, многодетных матерей и др.); формирует в обществе «идеологию предпринимательства».

Что касается взаимодействия малого бизнеса и рыночной среды, то, во-первых, из-за относительно небольших рынков ресурсов и продаж малый бизнес не может активно влиять на их конъюнктуру (например, диктовать цены), но при этом малое предприятие более гибко и лучше приспособлено к изменениям рыночной конъюнктуры, чем большое. Во-вторых, персонафицированный характер отношений между менеджером и клиентами представляет собой инструмент активного маркетинга, поскольку малое предприятие использует возможность индивидуального подхода к обслуживанию клиента.

В США на малые предприятия приходится более половины создаваемых инноваций, а на одно рабочее место на таких предприятиях инноваций внедряется в 2,5 раза больше, чем в крупном бизнесе.

Следует подчеркнуть и в целом инновационную роль малого бизнеса в социально-экономическом развитии. В экономической науке и социологии отмечается, что, наряду с традиционным для XIX в. видом конкуренции, основанным на лидерстве по издержкам, может существовать более эффективный вид конкуренции, основанный на монопольном владении продуктами, технологическими, организационными, ресурсными и прочими инновациями. Такой вид монополии был назван эффективной монополией. К началу XXI в. инновационный ресурс стал одним из решающих в конкурентной борьбе. Малый бизнес показал в этой области свою чрезвычайную эффективность. Считается, что в разработке и коммерциализации новых продуктов и технологий малые инновационные предприятия на один-два порядка более эффективны, чем большие фирмы. Уровень инновационности определяет не только конкурентоспособность отдельных фирм, но и конкурентоспособность территорий. Отсюда бурное развитие технологических парков, бизнес-парков, бизнес-инкубаторов в США, Японии, Западной Европе при прямой или косвенной поддержке центральных и местных властей, а в Европе – и Евросоюза. Россия ещё далеко не реализовала свой потенциал в этой области. Инновационный продукт составляет лишь незначительную часть производства малых предприятий [Горфинкель, Попадюк 2013].

По мнению А. Килгрена, развитие малого бизнеса представляется органичным процессом с момента начала рыночных реформ, хотя ему уделялось мало внимания – малый бизнес не нуждается в специальной политике, направленной на его развитие. В некоторых странах с переходной экономикой он процветает, несмотря на определённые сдерживающие моменты. Как только предоставляется экономическая свобода, предприниматели находят новые возможности для производственной деятельности, и это создаёт условия для появления нового класса частных предпринимателей, которые заинтересованы в экономическом росте. Во всех отмеченных странах малое предпринимательство было «мотором экономического восстановления». В России этого не произошло. Причина состоит в отсутствии эффективной системы государственной поддержки, призванной стать одной из направляющих линий социальной политики. Ситуация в этом плане мало чем отличалась от других трансформирующихся экономик. Ни в одной из перечисленных выше стран Восточной Европы не было специально разработанной политики развития малого предпринимательства до середины 1990-х гг., однако оно там развивалось довольно успешно [Kihlgren 2009: 195].

Макроэкономическая нестабильность, особенно высокий уровень инфляции и бюджетный дефицит в значительной степени объясняют экономическую депрессию и слабое развитие

В разработке и коммерциализации новых продуктов и технологий малые инновационные предприятия на один-два порядка более эффективны, чем большие фирмы.

предпринимательства в России. Политическая нестабильность также оказывала негативное воздействие. Но основными причинами слабого развития малого бизнеса в России А. Килгрэн считает следующие: отсутствие предпринимательской культуры; существование сильных заинтересованных групп, которые придерживаются теории об избирательном вознаграждении экономической деятельности. Он во многом прав. Отсутствие предпринимательской культуры в России имеет исторические корни. Десятилетия «реального социализма» и антирыночные предрассудки до сих пор влияют на формирование предпринимательского менталитета. Частное предпринимательство в России имело относительно слабые традиции даже до революции, а при советской власти любая предпринимательская деятельность была запрещена. В отличие от России, в других социалистических странах Европы предпринимательство было развито до прихода к власти коммунистов и допускалось в известных пределах плановой экономикой. Поэтому в них предпринимательские традиции не были полностью разрушены и стали одной из основ развития бизнеса в реформирующемся обществе.

С первых шагов постсоветских реформ и до сегодняшнего дня в России велись и ведутся бурные дискуссии о необходимости государственной поддержки малого бизнеса. Этим публичным обсуждениям уже более 20 лет. Но государство не торопится оказывать ему действенную поддержку. Малые предприятия существуют как бы сами по себе, насыщая потребительский рынок, организовывая миллионы рабочих мест, худо или бедно выплачивая налоги. Однако в стране продолжает действовать система притеснения малого бизнеса. Делать это просто, так как в российских условиях он далеко не прозрачен, при желании у любого предпринимателя можно найти грехи. А где грехи, там большая скрытность, невозможность обращаться в случае необходимости к правоохранительным органам. Там, наконец, и возможность поборов со стороны бюрократов и криминала. В руки чиновников всех уровней и бандитов, минуя государственную казну, до сих пор уходят миллиарды рублей. Трудности у представителей малого бизнеса начинаются с первых шагов: тяжкий путь при регистрации юридического лица, сложности при лицензировании и т. д. Всё это требует не только больших усилий, но и унижений, и взяток. Выступая в начале 2005 г. на конференции «Конкурентоспособность России и малый бизнес» Герман Греф признал, что «местные начальники, не стесняясь, пропагандируют явно неправовые методы решения проблем – создание фондов для поборов с бизнеса, систем предпочтений» [Законопроект... 2013].

Вполне естественно поэтому повсеместное недовольство бизнесменов властью. Исследование, проведённое ВЦИОМ «Условия и факторы развития малого предпринимательства

Макроэкономическая нестабильность, особенно высокий уровень инфляции и бюджетный дефицит в значительной степени объясняют экономическую депрессию и слабое развитие предпринимательства в России.

В стране продолжает действовать система притеснения малого бизнеса. Делать это просто, так как в российских условиях он далеко не прозрачен, при желании у любого предпринимателя можно найти грехи.

в регионах России», показало явное и вполне обоснованное недоверие малого бизнеса к местным властям. Всего 0,7% опрошенных уверены, что можно отстаивать интересы своего бизнеса вопреки желанию чиновников. Причём предприниматели, по данным того же опроса, опасаются региональных чиновников даже больше, чем криминальных вымогательств. Одним из факторов давления на компании остаются высокие ставки арендных платежей, доходящих до 70% бюджета предприятий [Крестникова, Левшина 2002: 39-40]. Загнанный в угол предприниматель зачастую уходит в тень, начинает жить по криминальным понятиям. Возможности для этого тем более благоприятны, что доминирующие отрасли малого предпринимательства – торговля и услуги населению, в отличие, например, от производства и строительства, легко позволяют переступить легальные установления.

Риск неотделим от искушения. Играя втёмную, предприниматель, как правило, умножает свою выгоду. К тому же, он вступает в зону, где тень, так сказать, «узаконена» криминальными понятиями в федеральном масштабе. В среднем, размер российской теневой экономики оценивается в 30-40% ВВП, тогда как в США и Швейцарии около 9%, в Китае – 13,5%, в Индии – 24%. По показателю теневой экономики Россия где-то рядом с Габонем и Сальвадором. Значительно обгоняет нас только Грузия, где теневая экономика составляет более 60%. Комментируя эти данные, Н. В. Карпова, исполнительный вице-президент группы «Ренессанс Страхование», пишет: «Эта часть экономики давно уже приобрела свою структуру и институты. И, как во многих развивающихся странах, «тьень» нашей экономики развивается более эффективно, чем официальная, «белая» часть. Конечно, когда предприниматель находится в области теневой экономики, возможности развития его предприятия ограничены, а он сам постоянно подвергается риску уголовной и административной ответственности». Показательны и следующие цифры, приводимые автором. В СИЗО и колониях содержится около миллиона предпринимателей, т. е. каждый шестой. В среднем в год против них возбуждается примерно три миллиона уголовных дел, «так что предприниматели, занимающиеся легальным бизнесом, подвергаются риску уголовного преследования не меньше, чем «теневики» [Карпова 2011].

С другой стороны, одним из элементов, формирующих среду функционирования малых предприятий в России, является рэкет, который не только замедляет их развитие, но и ставит под угрозу сам процесс рыночных преобразований. Организованная преступность в стране превратилась в хорошо отлаженную систему, позволяющую ей держать под контролем финансово-хозяйственную деятельность любого предприятия малого бизнеса в своей «зоне влияния». Основными причинами

Риск неотделим от искушения. Играя втёмную, предприниматель, как правило, умножает свою выгоду.

развития рэкета являются отсутствие эффективной защиты со стороны государства, а также поведение самих бизнесменов, склонных выводить себя за рамки правового пространства.

Рассматривая социальные риски малого бизнеса, нельзя обойти негативное воздействие такого фактора, имеющего системный характер, как коррупция. Основной её причиной является сложившаяся схема отношений между властью и предпринимателем, в основе которой заложены три взаимосвязанных звена: распределение – разрешение – контроль. Каждое из этих звеньев в практике взаимоотношения власти и бизнеса обнаруживает коррупционную составляющую. Коррупция задействует также право чиновников распоряжаться ресурсами, предоставляемыми бизнесу государством (земельные участки, коммуникации, налоговые льготы и т. п.). Финансовая поддержка малого бизнеса остаётся весьма ограниченной. Согласно опросу руководителей малых предприятий об источниках финансирования бизнеса, 70% респондентов на первое место ставят доходы от собственной деятельности, 21,7% – личные средства учредителей. Среди источников финансирования 17,9% опрошенных назвали кредит коммерческих банков; но другие источники, в том числе и государственные ресурсы, указали лишь 10-15% предпринимателей. Государственная поддержка малого бизнеса в основном сводится к разработке программ содействия его развитию. Средства же на реализацию этих программ доставались не самим предприятиям, а различным структурам. Точнее, просто разворовывались. То же самое происходит и с теми средствами для поддержки малого бизнеса, которые поступали из-за рубежа. Поскольку российская система поддержки предпринимательства создавалась со значительным, если не преобладающим, финансированием со стороны зарубежных доноров (при том или ином участии государства), то в её деятельности фактически имел место некий симбиоз. Доноры предоставляли финансовую помощь, требуя при этом от властей подтверждения того, что деньги потрачены получателем. В свою очередь, российские чиновники сами денег не имели, но могли засвидетельствовать это. Третьей стороной в этой связке были исполнители программ – организации так называемой «инфраструктуры поддержки». Среди них тоже сложилось разделение функций: так, московские головные организации сетей занимались лоббированием и оптовой перепродажей программ в регионы, а региональные – реализацией не только «московских» программ на местах, но и своих региональных проектов, а также коммерческой деятельностью на местном рынке (консалтингом, обучением, кредитованием и др.) [Ореховский, Широнин 2005: 55]. Словом, когда деньги доходили до конкретного бизнесмена, от них в лучшем случае оставались крохи.

Финансовая поддержка малого бизнеса остаётся весьма ограниченной. Государственная поддержка в основном сводится к разработке программ содействия его развитию. Средства же на реализацию этих программ доставались не самим предприятиям, а различным структурам.

Специальные исследования показали, что в среднем регистрация предприятия занимает 49 человеко-дней рабочего времени, стоит официально 235 долларов, а всего же обходится в 357 долларов. Для деятельности 32% обследованных малых предприятий не требовались какие-либо лицензии и разрешения. Для остальных получение нужных лицензий заняло 47 человеко-дней рабочего времени, стоило официально 494 доллара, всего же – 576 долларов. Теневые расходы значительно превышают эту сумму. Местная власть вынуждена содействовать развитию малого бизнеса хотя бы потому, что она заинтересована в увеличении сбора налогов. Но если налоговые поступления увеличатся и это будет отражено в официальной отчетности, то утратится один из действенных аргументов при требованиях финансовой поддержки со стороны вышестоящих бюджетов. Это снижает интерес местной власти к малому бизнесу. Имеет место и конфликт интересов, когда чиновники, призванные развивать предпринимательство на своих территориях, ведут также и собственный бизнес, которому стараются создать привилегированные условия за счёт других предприятий. Даже в тех случаях, когда региональные и местные органы власти добросовестно стараются разработать политику поддержки предпринимательства, зачастую оказывается, что они не всегда умеют это делать [Ореховский, Широинин 2005: 67, 69].

В целях изучения практики разработки и реализации местной экономической политики Леонтьевский центр провёл анкетирование, в котором приняло участие 70 муниципальных образований из 32 субъектов РФ. Согласно данным исследования, чаще всего используются следующие инструменты экономической политики (указан процент респондентов, отметивших данный инструмент): предоставление налоговых льгот (75,5); создание возможностей для общения бизнеса и власти (74,3); консультирование субъектов предпринимательства (74,3); льготы по аренде помещений (72,9); предоставление муниципальных гарантий (70,0); развитие информационных услуг для предпринимательства (68,6). К числу наименее популярных инструментов относятся: антимонопольная политика (25,7); реализация комплексных программ маркетинга города, создание и продвижение его инвестиционного имиджа (24,3); строительство или реконструкция помещений для продажи или предоставления в аренду с целью организации производства (21,4); организация бизнес-инкубаторов, технопарков для предприятий (20,0); подготовка и инженерное обустройство определённых земельных участков для передачи застройщикам (18,6); совместное продвижение товаров и услуг под единой торговой маркой, содействие в маркетинге продукции (17,1); создание агентств городского развития и привлечения инвестиций (7,1).

Региональные и местные власти имеют разные возможности предоставления преференций. Областная власть может лоббировать интересы бизнеса при получении государственных

или зарубежных заказов, контролировать ценообразование на местном рынке, устанавливать размеры арендных ставок на землю. Ресурсы городской власти сопоставимы по значимости с ресурсами областной власти – это землеотводы, арендные отношения, бюрократические послабления, касающиеся упрощения процедуры оформления разрешительных документов, гарантированные подряды, льготная плата за использование муниципальной собственности.

В настоящее время не приходится говорить о существенных изменениях в лучшую сторону в развитии малого бизнеса. В целом ситуация в этой сфере не внушает оптимизма. Риски остаются. Правительство, принимая государственные программы в целях поддержки малого бизнеса, не торопится внедрять их в жизнь и не проявляет последовательности в этом направлении. Программы декларативны и работают весьма слабо. Вероятно, необходимы иные подходы. Основное стимулирование надо осуществлять на базе эффективного налогообложения в сочетании с банковской реформой, чтобы у малых предприятий появился доступ к кредитным ресурсам, которые сегодня для них малодоступны. Из 880 тысяч малых и средних предприятий России только 13-15 тысяч имеют финансовую поддержку. Однако сдвигов в этом плане фактически нет. Напротив, обозначились сдвиги в обратном направлении. В 2012 г. было принято правительственное постановление об удвоении малыми предприятиями страховых взносов, что означало, по мнению газеты «Новые известия», объявление войны малому бизнесу [Чуракова 2013]. Десятки тысяч малых предприятий закрылись, либо ушли в тень. Проблема стала такой острой, что в её решении был вынужден принять непосредственное участие президент В. В. Путин. На созванном в марте 2013 г. он, в частности, указал на срочную необходимость исправления возникшей ситуации [Путин обещал... 2013].

Выполнению этой задачи могло бы содействовать предоставление малым предпринимателям права выкупать вне конкурса арендуемые ими государственные и муниципальные помещения. Только будучи собственниками, малые предприниматели смогут брать кредиты и развивать свой бизнес. Стоило бы продумать вопрос о финансировании малых предприятий и процедуру его решения, чтобы избавиться от коррупции в этой сфере. Малый бизнес ожидает правительственных мер, направленных на создание условий для развития специальных инвестиционных фондов, в том числе фондов прямых инвестиций, фондов рискованного капитала. Само по себе внимание государства к проблемам малого бизнеса можно только приветствовать. Но простого внимания мало, нужна реальная поддержка.

Всё это усложняет становление малого бизнеса, подталкивает его к уходу от налогов, так как взятки, систематические поборы чиновников и особенности теневого рынка

В настоящее время не приходится говорить о существенных изменениях в лучшую сторону в развитии малого бизнеса. В целом ситуация в этой сфере не внушает оптимизма.

требуют крупных наличных сумм. Отсюда недоверие предпринимателей к бюрократии любого уровня, недовольство и криминальный флёр, который сопутствует этому бизнесу.

Малый бизнес может стать одним из основных источников налоговых поступлений в госбюджет. И не его вина, что до сих пор малые предприниматели выплачивают меньшие налоги, чем могли бы при большей поддержке государства. На заседании Совета по развитию малого и среднего предпринимательства в Совете Федерации сообщалось, что в Москве налоги, которые платит малый и средний бизнес, составляют около 50% всех налоговых поступлений. В Санкт-Петербурге этот показатель равняется 30%, а в среднем по России – не более 12%. Последняя цифра свидетельствует о ведущей роли теневой экономики в этой области. По данным Госкомстата РФ, до четверти валового внутреннего продукта России не учитывается официальной статистикой и не включается в валовой национальный продукт. Учёные Санкт-Петербургского университета экономики и финансов в течение ряда лет изучали теневую экономику. По их сведениям, в Санкт-Петербурге официальной статистикой не учитываются 43% экономики. До 100% предприятий в Санкт-Петербурге так или иначе уклоняются от уплаты налогов. 80% питерского бизнеса «крышуются» неформальными и государственными структурами. От 80 до 100% предпринимателей платят работникам зарплату неучтённой наличностью [Поддержка... 2009].

Мировой опыт показывает, что кардинальное расширение масштабов деятельности малых предприятий и увеличение их вклада в экономическую и социальную жизнь требует создания системы адресной государственной поддержки малого бизнеса на всех уровнях – федеральном, региональном и местном. Следует учитывать и то, что в последнее время усиливается отток капитала из страны. Содействие развитию малого бизнеса, видимо, может способствовать решению и этой проблемы. Задача государства не только в том, чтобы просто передать предприятиям малого бизнеса финансовые, технические и иные ресурсы. И не в том, чтобы поддерживать их любой ценой, а в том, чтобы создать правовые и экономические условия для их выживания и развития в условиях рынка. По сравнению с западным, российский бизнес существует в обстановке неразвитой правовой системы и всесильной исполнительной власти, ориентированной на собственные интересы. Поэтому те вопросы, которые в других странах решаются с помощью правовых механизмов, у нас обычно решаются неформальными, теневыми, коррумпированными способами: «Российское предприятие является не только и даже не столько комплексом отношений сторон (учредителей, персонала, менеджмента, акционеров, клиентов и контрагентов), закреплённых юридической поддержкой государства, а прежде всего интерфейсом между данным бизнесом и органами власти, озабоченными соблюдением своих интересов. Поскольку речь

В последнее время усиливается отток капитала из страны. Содействие развитию малого бизнеса может способствовать решению этой проблемы.

здесь идёт не только об официальных ведомственных интересах, но и об участии в бизнесе самих представителей власти, имеет место нечестная конкуренция, масштабы которой можно оценить количественно» [Общество... 2005: 62-63].

Несмотря на все трудности, малый бизнес в России развивается. Однако этот процесс не столь успешен, как можно было бы ожидать при должном внимании со стороны государства и правительства. Затронутые выше вопросы во многом связаны с объективными обстоятельствами. Российское общество всё ещё переживает переходный период. Строительство рыночной экономики далеко от завершения, равно как создание правового государства и утверждение демократических норм в политической и социальной жизни. Для России ещё не пришла пора следовать либеральной рекомендации Ф. Фукуямы о том, что программы общественной политики должны заключаться «не в концепции активного правительственного вмешательства в экономику, а в том, чтобы убрать государство с дороги индивидов и сообществ, которые хотят построить социальный порядок для самих себя» [Фукуяма 2004].

А пока же социальные и иные риски малого бизнеса невозможно устранить либо смягчить вне воздействия на них государственной власти. Затраты на поддержку малого бизнеса вернулись бы сторицей. Самое трагичное в сложившейся ситуации то, замечает председатель Всероссийского движения «За честный бизнес» Илья Хандриков, что огромные деньги выводятся за рубеж, не облагаясь налогами, а малый бизнес «доят» по полной программе. «Всё отношение власти к бизнесу видно на примере Кипра – за эти деньги они реально борются, а малый бизнес никого не интересует. Фактически его просто убили» [Чуракова 2013].

Словом, государственная поддержка малого бизнеса жизненно необходима. Это очевидно. Проблема в другом. Какой характер имеет влияние государства на бизнес? Чему государство служит? К каким реальным последствиям ведёт? Вот вопросы, на которые пока что нет ясных ответов. Малый бизнес без государственной поддержки обречён на жалкое прозябание, а при такой поддержке, какая оказывается сейчас, он вынужден кормить огромную свору взяточников и уголовников вместо того, чтобы обеспечивать благосостояние российского общества.

Библиографический список

1. Шохин А. Н. 2013. Малые предприниматели рискуют стать российскими «новыми бедными» // Официальный сайт Ресурсного центра малого предпринимательства. URL: <http://www.rcsme.ru/news.asp?SecionId=1&NewsId=66210> [Дата посещения: 10.10.2013].

Пока социальные и иные риски малого бизнеса невозможно устранить либо смягчить вне воздействия на них государственной власти. Затраты на его поддержку вернулись бы сторицей.

2. Горфинкель В. Я., Попадюк Т. Г. 2013. Малый инновационный бизнес. – М.: ИНФРА-М.
3. Законопроект о госзакупках может стать «гораздо более серьёзным инструментом развития малого бизнеса». 2013. // Стратег.ру (сетевое издание). URL: <http://stra.teg.ru/lenta/etrade/169> [Дата посещения: 10.10.2013].
4. Карпова Н. 2011. Обречён ли малый бизнес в России. Статистика малого бизнеса // Веб-портал «социальная сеть малого бизнеса». URL: <http://b2bzona.org/2012/02/24/small-business-russia-statistics-2011> [Дата посещения: 10.10.2013].
5. Крестникова И., Левшина Е. 2002. Корпоративная филантропия: мифы и реальность. Результаты социологического исследования. – М.: Charities Aid Foundation.
6. Гербер М. 2005. Малый бизнес: от иллюзии к успеху. – М.: Олимп-Бизнес.
7. Общество и экономика. 2005. № 12.
8. Ореховский П., Широнин В. 2005. Малое и среднее предпринимательство в России // Общество и экономика. № 12.
9. Поддержка малого и среднего бизнеса в Северо-Западном федеральном округе / Леонтьевский центр, Санкт-Петербургский фонд развития бизнеса. – СПб. 2009.
10. Путин обещал решить вопрос льгот предприятиям при федеральных вузах. 2013 // Российская газета. Официальный сайт. URL: <http://www.rg.ru/2013/04/01/lgoty-anons.html> [Дата посещения: 10.10.2013].
11. Сайфиева С. Н. 2012. Налогообложение малого предпринимательства: практический аспект // Финансы. № 10.
12. Слуцкий Л. Э. 2000. Развитие малого предпринимательства в Российской экономике. – М.: Финансы и статистика.
13. Чуракова О. 2013. Не ваше дело. Российские власти фактически объявили войну малому бизнесу // Новые известия. 25 марта. URL: <http://www.newizv.ru/economics/2013-03-25/179854-ne-vashe-delo.html> [Дата посещения: 10.10.2013].
14. Фукуяма Ф. 2004. Великий разрыв. – М: АСТ; «Ермак».
15. Kihlgren A. 2009. Small business in Russia – factors that slowed its development: an analysis // Communist and post-communist studies. – Los Angeles. Vol. 36. N 2.