

# ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ БЛАГОПРИЯТНОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СРЕДЫ С ПОЗИЦИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ БИЗНЕСА И ГОСУДАРСТВА

*Г.Г. ПЛЕШАКОВ, аспирант кафедры мировой экономики и экономической теории, Волгоградский государственный технический университет  
e-mail: vgdpgg92@gmail.com*

## Аннотация

В статье рассматриваются вопросы формирования предпринимательской среды с позиции взаимодействия бизнеса и государства. Определяются основные факторы, препятствующие созданию благоприятных условий для ведения малого бизнеса. Обозначены проблемы реализации программы импортозамещения, как реальной меры развития и поддержки предпринимательства.

**Ключевые слова:** предпринимательство, малый и средний бизнес, государственная политика, предпринимательская среда, предпринимательская деятельность, программа импортозамещения.

В аналитических публикациях и общественном сознании сложилось устойчивое мнение о том, что современная государственная политика в отношении предпринимательства не достигает поставленных целей. Об этом свидетельствуют отсутствие позитивной динамики, низкие рейтинги мировых агентств, разрастающийся «теневой сектор», неудовлетворенность представителей бизнеса, властных структур и населения. Научное объяснение такой ситуации базируется на аргументах о несовершенстве экономической среды и низкой эффективности механизмов государственного регулирования предпринимательской деятельности.

До недавнего времени систему взаимодействия бизнес-структур и органов государственной власти определяли институциональные факторы, когда государство занимало доминирующую позицию в этом

альянсе. Сегодня процесс развития взаимоотношений бизнеса и государства определяется потребностями общества, которое рассматривает бизнес как часть проблем государства и требует его трансформации в области решения экономических проблем. Следует учитывать, что отношения бизнеса и общества во многом являются следствием и отражением той политики, которая реализуется в отношении экономики и бизнеса государством. Поэтому современная предпринимательская среда наиболее благоприятна для функционирования крупных компаний, а не средних и малых, и даже тогда, когда государство выстраивает систему барьеров (а не стимулов) на пути развития бизнеса, крупные компании преодолевают их намного легче, чем мелкие и средние.

В отличие от российских условий ведения малого и среднего бизнеса (МСБ), за рубежом малое предпринимательство является основой экономики многих стран и занимает важное место в системе общественных отношений. Малый бизнес в европейском смысле слова – это выросший из ремесла и мелкой торговли, крепкий слой семейных фирм, пользующихся большим уважением общества и заботой государства. Так, в Европе предприятия МСБ представляют 99% всех предприятий частного сектора и за последние пять лет создали около 85% новых рабочих мест (в РФ – 10–15%), обеспечив две трети общей занятости в частном секторе [2]. Таким образом, за рубежом, в силу исторических событий и развития гражданского общества, заметную роль в котором играют представители малого предпринимательства, сформированы менталитет «государственных людей», стиль и ме-

## Проблемы формирования благоприятной предпринимательской среды...

тоды государственной политики, направленной на удовлетворение публичных благ.

Предпринимательская активность в Российской Федерации напрямую связана с достаточно высоким и постоянно растущим уровнем занятости в бюджетной сфере, низкой эффективностью государственной политики поддержки предпринимательства и отсутствием экономического интереса у муниципальных органов самоуправления в поддержке малого бизнеса. Неблагоприятные изменения в налоговой сфере, негативное отношение финансового сектора, труднопреодолимые административные барьеры и неблагоприятный общественный климат – все это отрицательно сказывается на системе естественного воспроизводства малого предпринимательства в России.

Между тем динамика предпринимательства во многом определяется влиянием факторов внешней среды – основных характеристик социально-экономической среды, способствующей развитию предпринимательской активности. Состояние этих факторов, с одной стороны, является наглядным индикатором состояния делового климата в стране, с другой – демонстрирует ментальное отношение общества к бизнесу.

По мнению аналитиков Global Entrepreneurship Monitor, самым негатив-

но влияющим фактором на развитие малого предпринимательства в России является политика государства (см. рисунок). Среди причин отсутствия сдвигов в государственной политике в отношении МСБ следует назвать «плохие институты», отсутствие эффективного механизма реализации и контроля государственной поддержки предпринимательства, «неоднозначность и неопределенность законодательной базы», «отставание нормативно-правовой базы от требований рынка» и др.

Институты государственной власти применяют разнообразные методы и практики для поддержки предпринимательских структур. Однако не все из них достигают цели. Очень часто помощь бизнесу носит чисто декларативный характер и поэтому никак не влияет на активность предпринимательства, оптимизацию отраслевой структуры, повышение эффективности их деятельности. При всех устремлениях федеральных властей идея активизации процесса развития малого и среднего бизнеса на местах не находит должной поддержки в муниципалитетах. Большинство органов местного самоуправления подходит к этому делу формально. Отсутствие мотивации к эффективному развитию важного компонента региональной экономики (малого предпринимательства), на наш взгляд, основано на обезличивании налогового потока,



Рис.1. Факторы, негативно влияющие на развитие предпринимательства в России [1]

который к тому же, в основном, поступает в «центр».

Помимо этого существует ряд негативных явлений, когда российские органы местной власти, исходя из личных и иных предпочтений, стараются поддержать конкретное предприятие. При этом для других бизнесменов нередко создаются препятствия, которые лишают их равного доступа к услугам местной власти и ее ресурсам. Выстраивание административных барьеров в виде разнообразных «поборов» с предпринимателей, оказание материальной помощи власти, обязательное бесплатное финансирование публичных дел – все это крайне негативно сказывается на развитии предпринимательской деятельности и в конечном счете на формировании предпринимательской среды.

Законодательная база, которая существует на сегодняшний день, носит во многом декларативный и рекомендательный характер. Декларируемые в них программные методы поддержки предпринимательства в большинстве случаев остаются на бумаге, так как отсутствуют действенные механизмы реализации этих законов на практике и, как следствие, наблюдается правовая незащищенность субъектов малого бизнеса [5].

Таким образом, с учетом критики существующей системы государственной поддержки малого и среднего бизнеса и анализа имеющихся региональных программ развития предпринимательства возникает необходимость идеологического пересмотра данной системы в сторону развития частнопредпринимательского сектора.

В свою очередь предприниматели (прежде всего малый бизнес) уже не ждут значительной прямой помощи от государства, а лишь настаивают на принятии конкретных законодательных инициатив, например, в области налогового и правового регулирования; соблюдения принципа прозрачности и информированности в сфере реализации государственных проектов и программ; расширения доступа к кредитным ресурсам и т.п.

Несколько лет назад у малого предпринимательства появилась надежда, что малоэффективная государственная политика по развитию и поддержке МСБ принимает реальные и конкретные очертания в виде программы по импортозамещению. Программа импортозамещения – это новая форма взаимоотноше-

ний государства и бизнеса в сложной геополитической ситуации, которая способствует созданию новых компаний в сегменте малого и среднего предпринимательства, стимулирует бизнес-структуры умножать свой доход за счет увеличения их доли присутствия на внутреннем рынке страны и в целом, создает благоприятные условия для развития конкурентоспособного отечественного производства. Следует подчеркнуть, что в соответствии со стратегией реализации программы поддержка МСБ заключается не только в выделении финансовых ресурсов перспективным отраслям, но и в первую очередь направлена на создание условий, наиболее благоприятных для развития внутреннего производства и эффективного функционирования малого предпринимательства. Важно отметить, что развитие данной программы возможно только при тесном сотрудничестве бизнеса, госинститутов и общества.

Согласно Указу Президента РФ «О применении отдельных специальных экономических мер...» [8] под действие программы по импортозамещению подпадают сразу несколько отраслей, в том числе: промышленность, энергетика, программирование и сельское хозяйство. С точки зрения перспективности для развития МСБ можно выделить рынок производства сельхозпродукции, при этом предприниматели центральных и южных регионов России (Краснодарский, Ставропольский края, Ростовская, Волгоградская, Воронежская и другие области), где природно-климатические условия наиболее благоприятны для сельскохозяйственного производства, находятся в наиболее выгодном положении. По мнению главы комитета по экономической политике, инновационному развитию и предпринимательству Игоря Руденского, «...Сельское хозяйство у нас может стать локомотивом в развитии малого и среднего бизнеса, в том числе и в переработке» [4].

Как утверждают эксперты «Союза органического земледелия», Россия обладает большим потенциалом для развития аграрного сектора: страна на 90% способна обеспечить себя основными видами сельхозпродукции и оказать продовольственную поддержку соседям. Так, в рамках продовольственной безопасности РФ показатели товарных ресурсов в общем объеме внутреннего рынка должны

## Проблемы формирования благоприятной предпринимательской среды...

составлять: зерно и картофель – 95%; молоко – 90%; соль и мясо – 85%; сахар, растительное масло, рыба – 80% [6]. Исходя из этого можно предположить, что развитие малого и среднего предпринимательства в сфере аграрного производства приведет к удовлетворению внутреннего спроса на основные продукты питания на 80–95% силами отечественных производителей.

Однако, несмотря на реальные перспективы развития этого направления, у предпринимателей есть ряд вопросов, касающихся сферы государственных закупок и развития товаропроводящих цепочек в рамках программы. Прежде всего речь идет о прогнозировании и обеспечении спроса на производимую

сельхозпродукцию. Представители бизнеса нуждаются в конкретной информации об экспортно-импортных поставках аграрного сектора для того, чтобы понимать, какие товары и сколько государство планирует завозить из-за рубежа (например, Китай – овощи, Латинская Америка – мясо и т.д.), а какие смогут производить отечественные предприятия.

Ожидаемого снижения импорта продовольственных товаров из-за западных санкций не произошло, объемы импорта в Россию, которые сократились в начале 2015 г., впоследствии стабилизировались, а в некоторые месяцы даже демонстрировали небольшой прирост (табл. 1). Таким образом, доля импорта была и пока еще остается достаточно

Таблица 1

Импорт продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья

Страны-импортеры	2015 г.		2016 г.	
	млн дол. США	% к итогу	млн дол. США	% к итогу
Страны дальнего зарубежья	<b>22175</b>	<b>83,8</b>	<b>20407</b>	<b>81,9</b>
Страны ЕС	5684	21,5	5632	22,6
Аргентина	742	2,8	616	2,5
Бразилия	2554	9,7	2189	8,8
Египет	361	1,4	288	1,2
Израиль	307	1,2	268	1,1
Ирак	204	0,8	233	0,9
Исландия	95,5	0,4	7,2	0,0
Китай	1541	5,8	1621	6,5
Марокко	343	1,3	402	1,6
Пакистан	131	0,5	105	0,4
Парагвай	857	3,2	697	2,8
Сербия	311	1,2	343	1,4
Турция	1380	5,2	625	2,5
Фарерские острова (Дания)	277	1,0	280	1,1
Чили	634	2,4	546	2,2
Эквадор	1145	4,3	1211	4,9
ЮАР	239	0,9	200	0,8
Государства – участники СНГ	<b>4282</b>	<b>16,2</b>	<b>4496</b>	<b>18,1</b>
Азербайджан	270	1,0	324	1,3
Беларусь	3148	11,9	3236	13,0
Украина	336	1,3	134	0,5

Источник: составлена автором, по материалам [7]

высокой, что естественно вызывает вопросы и беспокоит предпринимателей в силу невозможности выстроить эффективную стратегию развития бизнеса.

На фоне этого непонятна ситуация и с потребительским спросом: возникает вопрос, какие шаги собирается предпринять государство для стимулирования потребительского спроса, если продукция отечественных производителей зачастую не удовлетворяет население по качественным характеристикам, а производственные мощности отечественных предприятий не способны в полной мере удовлетворить спрос на продукцию. Кроме того, нередки случаи, когда цена на отечественную продукцию выше, чем на аналогичные импортные товары, что тоже способствует потребительской активности. С другой стороны, уменьшение внутреннего потребительского спроса связано с сокращением реального располагаемого дохода населения (по итогам 2016 г. на 5,9%). Это подтверждают и эксперты «Ромира», проанализировав покупки россиян и выяснив, что на начало 2017 г. средний размер покупки составил – 533 р., что на 13% меньше того же периода предыдущего года (2016 г. – 577 р.) (табл. 2) [3].

По официальным прогнозам ситуация существенно не изменится в ближайшие три года, так как предполагаемый рост реальных доходов составит: 0,2% – 2017 г., 0,3% – 2018 г. и 0,6% – 2019 г. Ввиду этого дальнейшее развитие отрицательной динамики

потребительского спроса не будет стимулировать предпринимателей занимать пустующие ниши в результате освободившегося от импорта внутреннего рынка сбыта. В конечном счете кризис доходов и падение покупательского спроса становятся основной проблемой для развития и создания предприятий МСБ в этом секторе экономики. Кроме того, сложившаяся на сегодняшний день ситуация ставит под угрозу реализацию программы импортозамещения, так как если производить и не потреблять, то положение в экономике не изменится в лучшую сторону еще очень долго. Поэтому с точки зрения предпринимателей именно государство должно создавать условия, в которых они смогут эффективно достигать своих целей.

Создание благоприятных экономических условий для развития МСБ во всех отраслях является важной задачей и представляет длительный процесс формирования комплексной системы господдержки бизнеса, как на федеральном, так и на региональном уровне. Из потребностей предпринимателей формируется необходимость выделения ведущих функций в этой системе: информационно-аналитической; планово-прогностической; организационной (подготовка решений, организация и выполнение принятых законов и нормативно-правовых актов); контрольно-исполнительной.

Особое значение для предпринимателей приобретает наличие объективной своевре-

Таблица 2

Показатель среднего чека по федеральным округам

Название федерального округа	Население, чел.	2016 г. (январь)	2017 г. (январь)
		Средний размер покупки, р.	Средний размер покупки, р.
Центральный	39 209 582	655	611
Северо-Западный	13 899 310	645	654
Южный	16 428 458	520	491
Северо-Кавказский	9 775 770	–	–
Приволжский	29 636 574	459	499
Уральский	12 345 803	448	429
Сибирский	19 326 196	442	445
Дальневосточный	6 182 679	494	522

Источник: составлена автором по материалам [3]

менной информации, которая является основой для принятия эффективных бизнес-решений, помогает сориентироваться на рынке и в конечном счете делает любое предприятие успешным. Однако, как показывает практика, государственные органы, особенно на региональном уровне, не всегда удовлетворяют спрос на информацию из-за бюрократизма и взяточничества, да и сама информация зачастую обладает малой информативностью и низким качеством. Поэтому создание постоянной открытой информационной площадки, которая могла бы функционировать в каждом регионе, освещая различные аспекты взаимодействия бизнеса и госструктур (например, по заказам, ресурсам, спросу и др.), позволило бы скорее перейти от теоретических рассуждений к реальным практическим шагам.

Кроме того, важным элементом государственной политики в области поддержки малого и среднего бизнеса является формирование позитивного отношения различных слоев и групп населения к предпринимательской деятельности. Стимулирование изменений в общественном сознании, переориентация жизненных интересов людей на ценности среднего класса, предоставление возможности заниматься предпринимательской деятельностью – все это должно стать сознательными действиями государства, направленными на создание благоприятной деловой среды и предпринимательской культуры.

В заключение следует отметить, что только системное применение методов и подходов по формированию благоприятной предпринимательской среды повысит эффективность государственной поддержки бизнеса. От результативности деятельности государственных органов и органов местного самоуправления, прозрачности их действий, открытости и ин-

формированности бизнес-сообществ и населения будет зависеть успех развития сектора МСБ. И только тогда малый и средний бизнес изменится и перестанет быть частью государственных проблем, а превратится в неотъемлемый элемент их решения. В противном случае предпринимательство может не оправдать возложенных на него надежд.

### Библиографический список

1. Глобальный мониторинг предпринимательства. URL: [http://gsom.spbu.ru/files/upload/research/gem/gem\\_full\\_13.pdf](http://gsom.spbu.ru/files/upload/research/gem/gem_full_13.pdf).

2. *Заболоцкая В.В., Хум Н.А.* Сравнительный анализ мер государственной поддержки малого и среднего бизнеса в России и за рубежом // Теория и практика общественного развития. 2015. № 10. С. 46–49.

3. Исследовательский холдинг Ромир URL: [http://romir.ru/market/panel\\_research](http://romir.ru/market/panel_research).

4. *Руденский И.* Проблему импортозамещения решит малый бизнес URL: [http://sozrf.ru/12092014\\_1/](http://sozrf.ru/12092014_1/)

5. *Плешакова М.В., Кудряшова И.В.* Проблемы и перспективы развития предпринимательской среды в сфере малого бизнеса // Известия Волгоградского государственного технического университета. 2011. Т. 12. № 14 (87). С. 132–137.

6. Союз органического земледелия. URL: <http://sozrf.ru/>

7. Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru/>.

8. О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации: Указ Президента РФ от 06.08.2014 № 560. URL: <http://government.ru/docs/14195/>.