

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОЦЕССОВ ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СРЕДЫ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ¹

*М.В. ПЛЕШАКОВА, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры мировой экономики и менеджмента, Кубанский государственный университет
e-mail: pmv23@list.ru*

*И.В. КУДРЯШОВА, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры мировой и региональной экономики, Волгоградский государственный университет
e-mail: inna.kudrjaschowa@yandex.ru*

Аннотация

В статье рассмотрены вопросы, связанные с исследованием институциональных характеристик предпринимательской среды в контексте развития малого и среднего бизнеса. Определены основные проблемы функционирования нормативных и когнитивных институтов с позиции текущего периода развития предпринимательства, а также с учетом положений развития бизнеса в советский и постсоветский периоды. Выявлено, что действующие институциональные структуры не исполняют в должной мере свои функции по стимулированию развития малого предпринимательства, предложены возможные пути решения этой проблемы.

Ключевые слова: институты, институциональная среда, формальные и неформальные институты, предпринимательство, малый бизнес, предпринимательская среда, деловая среда.

Важным сектором экономического развития России и значимым фактором ее социальной устойчивости являются предприятия малого и среднего бизнеса, способные стимулировать экономический рост, создавать новые рабочие места, развивать инновационный потенциал во многих регионах страны. Малые предприятия трансформируют и

развивают общества. Предприниматели создают стратегии, которые в конечном итоге помогают решить основные экономические и социальные проблемы и в этом смысле улучшают качество жизни территориальной социально-экономической системы, в которой они расположены.

Само предпринимательство, в свою очередь, нуждается в поддержке со стороны государства и общества. Поэтому актуализируется решение проблемы по формированию благоприятной институциональной среды, ибо без этого предпринимательство не может быть эффективным условием социально-экономического развития современной России [9].

Влияние институциональной среды на развитие предпринимательства.

Согласно институциональной теории институциональная среда характеризуется «разработкой правил и норм, которым должны соответствовать отдельные организации, чтобы получить легитимность и поддержку» [11]. Дуглас Север определяет институты как «правила игры» или разработанные людьми нормы, которые обеспечивают стимулы и ограничения для основных участников (игроков) экономической системы. Экономические игроки встроены во внешнюю окружающую среду, характеризующуюся высокой степенью неопределенности и транзакционными издержками. Наличие экономической неопреде-

¹ Публикация подготовлена в рамках поддержанного РФФИ научного проекта № 17–02–00494 «Экономические ценности в системе институциональных факторов развития предпринимательской среды и активизации человеческого капитала».

ленности делает ее дорогостоящей для таких экономических игроков, как малые и средние предприятия (МСП), для участия в различных формах транзакций или рыночных обменах. Поэтому необходимость наличия институтов в экономической системе любого уровня определяется их регулятивной функцией для снижения этой неопределенности с установлением «правил игры» в форме формальных правил, неформальных норм и их правоприменительных характеристик. Сторонники институтов утверждают, что определенная институциональная среда (измеренная через различные факторы, такие как имущественные права, верховенство закона, коррупция, бюрократизм и другие институциональные переменные) является ключевым условием экономического развития.

По мнению М.В. Головки, «результативность управления какой-либо сферой национальной экономики прямо зависит от качества сформированной институциональной среды, ее адекватности современному уровню развития социально-экономических и производственных отношений в обществе» [2]. Исследование влияния институтов на устойчивое развитие малого предпринимательства помогает решить проблемы координации планов агентов (государства, предпринимателей и общества), преодолеть оппортунизм и содействовать взаимному сотрудничеству, а также уменьшить неопределенность принимаемых решений в условиях рынка. Кроме того, институциональная среда влияет на формирование устойчивых моделей поведения предпринимателей, поощряя их переходить от непроизводительной деятельности к производительной и в итоге повышать общественное экономическое благосостояние.

Институциональная структура, определяемая главным образом с точки зрения нормативных (формальные институты) и когнитивных (неформальные институты) аспектов, характеризует предпринимательскую среду, в которой функционируют предприниматели. Наличие соответствующих структур стимулирует фирмы направлять свою деятельность для реализации своих производительных целей: формальные институты (например, правовые нормы, определяющие правовое поле функционирования малого и среднего бизнеса) и неформальные институты (например, культура, наличие квалификации и знаний

для ведения бизнеса и т.п.) в значительной степени не только диктуют распределение предпринимательских усилий в обществе по видам деятельности, но и закладывают важные стимулы в формировании решений о создании новых организаций. Сочетание когнитивных и нормативных основ институциональных рамок является лучшим предиктором развития малого предпринимательства.

Важное значение в исследовании институционализации предпринимательской среды имеет регулятивный аспект, включающий нормы и правила ведения предпринимательской деятельности. В современных условиях происходит трансформация основных нормативных институтов, определенных Российским государством, формальные правила и нормы получают новое развитие, система находится в постоянном движении: правила появляются, получают свое развитие, дополняются новыми и исчезают, переходят из формальных в неформальные. Это ведет к появлению новой социальной структуры, которая формирует потребность в создании новых общественных институтов, которые отвечали бы времени и месту. Однако государство (как правило, в лице государственных чиновников) и общество (потребители товаров и услуг), в целом содействуя реализации единых целей общественного развития, не находят актуальных ответов на возникающие вызовы, особенно в части поддержки и развития предпринимательства. Причина недопонимания находится на ценностном уровне и состоит в разночтении представителями разных социальных групп динамики социально-экономической жизни, разной оценке ее ключевых явлений, в том числе в понимании роли и значения предпринимательства.

В России формальные институты, в том числе правовые, регулятивные и политические системы, остаются слабыми, и поэтому неформальные институты по-прежнему играют дополнительную роль в регулировании поведения фирм. Рассмотрим, как изменяющаяся институциональная среда и ее факторы влияют на поведение предпринимательских фирм.

Влияние формальных институтов на развитие предпринимательства и создание благоприятной предпринимательской среды.

Во многих правительственных документах постулируется тезис о том, что необходимо развивать предпринимательские инициативы

посредством использования инструментов государственной поддержки. Важнейшим способом стимулирования развития предпринимательства является снижение барьеров для создания собственного бизнеса. Выделяется два главных препятствия – множество шагов, необходимых для регистрации бизнеса, и характер налогового администрирования.

Так, Всемирный банк оценивает потенциал предпринимательства исходя из количества шагов, необходимых для создания и регистрации фирмы. Изучение процедур, необходимых для регистрации фирмы, получения лицензий и разрешений для работы в зарубежных странах, позволило сделать вывод, что чем больше число шагов для регистрации бизнеса, тем ниже уровень предпринимательства в стране (табл. 1).

Высокий рейтинг легкости ведения бизнеса означает, что нормативно-правовые условия более благоприятны для создания и функционирования фирм в рамках той или иной страны. Российская Федерация по условиям ведения бизнеса занимает 31-ю пози-

цию, что говорит о существующих проблемах делового климата в России и его отдельных составляющих.

В России на создание новых предприятий большое влияние оказывают институты различных органов управления, особенно в таких сферах, как порядок регистрации предприятий (сбор необходимых документов), лицензирование, налогообложение, получение разрешения на строительство, получение земельного участка. Все это определяется как административные барьеры при выходе организации на рынок, т.е. обязательные правила и процедуры, предусмотренные законодательными и подзаконными актами, которые необходимо выполнить предпринимателям для создания собственного бизнеса.

В августе 2001 г. был принят Федеральный закон № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей», измененный и дополненный в 2018 г., предусматривающий облегченные условия вхождения малого бизнеса в рынок. Закон предусматривает государствен-

Таблица 1

Рейтинг стран по условиям ведения бизнеса в 2018 г.

Страна	Рейтинг легкость ведения бизнеса	Регистрация предприятия	Получение разрешений на строительство	Регистрация собственности	Получение кредитов	Налогообложение	Обеспечение исполнения контрактов
Новая Зеландия	1	1	6	1	1	10	21
Сингапур	2	3	8	21	32	8	1
Дания	3	42	4	11	44	9	14
САР, Гонконг, Китай	4	5	1	53	32	1	30
Республика Корея	5	11	10	40	60	24	2
Грузия	6	2	27	4	12	16	8
Норвегия	7	22	22	13	85	30	3
США	8	53	26	38	3	37	16
Великобритания	9	19	17	42	32	23	32
Македония	10	47	13	46	12	31	37
.....							
Российская Федерация	31	32	48	12	44	53	18

Источник: составлена авторами по материалам [7]

ную регистрацию предприятий в срок не более 3 рабочих дней со дня предоставления документов в регистрирующий орган; размер государственной пошлины за регистрацию (в том числе изменений в уставных документах) – 4000 р.; введение правила «одного окна» (т. е. прохождение всех процедур по регистрации предприятия государственными органами производится в одном месте) [8].

По данным опроса предпринимателей, проводившегося «Опорой России» совместно с Промсвязьбанком, количество предпринимателей, самостоятельно регистрирующих свой бизнес, в недельный срок уложились – 22,5% опрошенных. В среднем регистрация занимает 10 дней (максимум – 62 дня), при этом средняя стоимость составляет около 6,8 тыс. р., максимальная – 31 тыс. р. (В опросе принимали участие 2000 компаний из 24 регионов России.) [3]

Пакет российских законов, принятый для облегчения выхода на рынок новых предприятий, практически не изменил процесс регистрации, лишь был изменен регистрирующий орган: регистрационную палату сменили регистрационные отделы налоговой инспекции и многофункциональные центры оказания государственных услуг (МФЦ). Но регистрация предприятия осталась хлопотным и сравнительно дорогим делом, поскольку специалисты при приеме документов не вникают, насколько грамотно и правильно составлены необходимые для регистрации бизнеса документы, насколько они соответствуют действующему законодательству, а также требованиям регистрирующего органа. Поэтому при принятии решения о самостоятельной реги-

страции бизнеса предприниматели должны учитывать многочисленные операционные и временные издержки [8].

Также надо отметить, что в Российской Федерации для осуществления некоторых видов предпринимательской деятельности требуется получение определенного разрешения (или лицензии), включающего многие услуги, которые нередко выбирают в качестве основных начинающие предприниматели, представители малого и среднего бизнеса. Всего в перечне лицензируемых видов деятельности (определен Федеральным законом N 99-ФЗ) свыше пяти десятков наименований. Если предпринимателю необходимо оформить лицензию на ведение бизнеса, то количество государственных органов (санэпидемстанция, пожарный надзор, органы полиции и др.), в которых необходимо побывать и выполнить их требования, значительно возрастает, соответственно возрастают и издержки предпринимателя. Следовательно, предпринимательская среда является препятствием для численности роста малых предприятий (особенно это касается производственного сектора, так как количество разрешительных документов увеличивается в разы).

По оценке большинства предпринимателей (табл. 2), существующая институциональная среда не выполняет свою стимулирующую функцию, а равнодушие чиновников регулятивных институтов скорее препятствует созданию новых бизнес-единиц, чем их активному росту. Кроме того, сложность запуска бизнеса с «чистого листа» даже опережает такие факторы, как налоговое администрирование бизнеса и недостаток долгосрочных

Таблица 2

Значение основных показателей предпринимательского климата в России

Показатели	2017 г.	2016 г.
Возможность создания нового бизнеса (с нуля)	2,93	2,88
Деятельность системы лицензирования, надзора, контроля	3,72	3,63
Деятельность региональных властей по совершенствованию инфраструктуры бизнеса	4,1	3,73
Соответствие политики федеральной власти интересам развития бизнеса	3,47	3,85
Характер налогового администрирования бизнеса	3,08	3,59

Средние баллы от 1 – «очень плохо» до 7 – «очень хорошо» (по материалам [4])

инвестиционных средств (особенно это заметно на региональном уровне), т.е. по сути происходит саботаж решений, принимаемых Правительством РФ.

Одним из важнейших институциональных факторов, относящимся к формальным институтам и влияющим на качество деловой среды, является система налогообложения. Чрезмерное налогообложение создает препятствия в создании новых бизнес-структур и может помешать росту уже существующих малых предприятий и, наоборот, эффективная налоговая политика содействует дальнейшему развитию бизнеса. В своем послании Федеральному собранию президент Владимир Путин пообещал, что до 2019 г. налоги в России расти не будут. Однако когда руководители предприятий подсчитывают сумму всех обязательных платежей, картина сильно отличается от того, что говорит лидер государства. Ставка налогообложения действительно не растет, но представители власти находят другие способы получить больше от предпринимателей.

Официальные лица регулярно вводят квазиналоги. Формально это не налоги, потому что они не включены в Налоговый кодекс. Фактически любой обязательный платеж (например такой, как страховые взносы), может считаться налогом. Так, с 2017 г. акцизы на дизельное топливо выросли с 5,3 тыс. до 6,8 тыс. р. за 1 т. Также выросла ставка акцизов всех видов табака – до 2 520 р. за 1 кг (ранее – 2000 р./кг). Наибольшую обеспоко-

енность у предпринимателей вызвало ограничение возможности учитывать в прибыли убытки. Теперь налогооблагаемый доход не может быть уменьшен более чем на 50% по сравнению с предыдущими годами. Ранее компании могли вычесть все убытки из прибыли и не выплачивали налоги на прибыль на протяжении многих лет. Сейчас если убытки составляют 1 млрд р., а прибыль – 200 млн, можно уменьшить прибыль на убытки, но не более 100 млн. Из-за ограничений на списание потерь предприниматели по сути должны платить налоги за несуществующие прибыли. Также в 2017 г. выросла ставка торгового сбора для предприятий, занимающихся организацией розничных рынков с 634,70 р./м² (с коэффициентом 1,154) до 680,35 р./м² (с учетом коэффициента 1,277). Сбор обязаны оплатить все лица, которые торгуют и используют объекты: магазины, павильоны, палатки, киоски, автосалоны, а это прежде всего представители малого и среднего бизнеса (пока он действует только в Москве, но эту практику планируется распространить на все регионы). Кроме того, налог с кадастровой стоимости недвижимости введен в 71-м регионе страны (практически повсеместно). Ставка устанавливается местными властями и в некоторых регионах она достигает максимума – 2%, причем государство часто переоценивает кадастровую стоимость, которую можно оспорить только в суде, что опять же выражается в дополнительных издержках предпринимателя.



Изменение налоговой нагрузки для компаний малого и среднего бизнеса, % [4]

Таким образом, чиновники используют различные методы увеличения налоговой нагрузки на предпринимателей, в том числе посредством квазиналогов, хотя помимо этого предприниматели платят в казну и прямые налоги в соответствии с Налоговым кодексом. Эту негативную тенденцию подтверждают и сами бизнесмены, отвечая на вопрос об увеличении фактической налоговой нагрузки (включая штрафы, сборы, рост кадастровой стоимости и т.п.) (см. рисунок).

По сути институт налогообложения должен быть ориентирован на упрощение налоговой системы и администрирования в целом (пример – страны ЕС), что позволяет предпринимателям оптимизировать свою деятельность, сокращать транзакционные издержки и направлять усилия и ресурсы в производительное русло. Несовершенство данного института в России вызывает развитие неформальной теневой экономики, поиска бизнесменами коррупционных схем уклонения от уплаты налогов, что еще более негативно отражается на существующей предпринимательской среде.

В целом признается, что институциональная среда предпринимательства и его отдельные элементы создаются и изменяются посредством формальных институтов (намерений и действий властей и законодательных актов). Следует отметить, что не только органы власти отвечают за определенные аспекты делового климата, к которым чаще всего обращаются малые предприятия, но также влияние оказывают предпринимательское сообщество и общество в целом. Предпринимательство в процессе своей экономической деятельности активно изменяет социальные отношения, т. е. непосредственно участвует в качественной трансформации социальных процессов в обществе. Непредсказуемая реакция предпринимательских сообществ на изменяющиеся условия ведения бизнеса вынуждает контрагентов постоянно вносить поправки в институциональную среду и формирует общественное мнение по отношению к самим предпринимателям [5].

Влияние неформальных (когнитивных) институтов на институционализацию предпринимательской среды.

Когнитивные институты зависят от так называемого предшествующего развития и определяют поведение целых групп индиви-

дов. Среди когнитивных факторов развития предпринимательства следует выделить национальные и культурные особенности, которые обусловлены внутренними особенностями, связанными с длительным процессом преобразования механизмов и ценностей социалистической системы хозяйствования в рыночные ценности, что требует принципиальных изменений в общественном сознании [6].

Культурные ценности и нормы (традиции, стереотипы поведения, хозяйственная ментальность, человеческий потенциал и др.), которые определяют характер формальных институтов, с медленно меняющейся природой признаны очень важным фактором, оказывающим значительное влияние на институциональные изменения. Культурные факторы, определяющие принятие формальных правил, чрезвычайно важны для успеха развития предпринимательства, поскольку культурное развитие страны определяет траекторию ее экономического развития. Из всех измерений культуры индивидуализм является предпосылкой для возникновения и развития предпринимательского процесса. Экономическая система формируется либо на основе коллективного сотрудничества в рамках единой экономики, либо на основе индивидуальных усилий. В последнем случае результатом социальной активности является формирование частной собственности и класса независимых предпринимателей.

В нашей стране новые рыночные институты были сформированы довольно быстро и это произошло одновременно в политической, экономической и социальной системах. Переход от плана к рынку опирался на принятие институциональных рамок, отражающих капиталистическую экономическую систему. Новая структура рыночных институтов, основанная на индивидуализме, была совершенно противоположна предыдущей, где коллективизм играл главную роль (исторически доказано, что индивидуалистические общества более эффективны, чем коллективисты, в частности, когда они расширяют свою экономическую деятельность за счет роста предпринимательских сообществ). Из-за отсутствия постепенной эволюции принятые «правила игры» часто были несовершенными, и многие из этих правил необходимо было скорректировать или заменить более подходящими, соответствующими российской (совет-

ской) хозяйственной ментальности. Не было надлежащей «предварительной подготовки» (например, как в Китае), поскольку процесс институциональных изменений был довольно быстрым. К тому же не было единой силы для руководства изменениями, общество было разделено, а правительство было слабым.

Институциональная среда плановой экономики была не приспособлена для предпринимательского развития, и это в некоторой степени также относится к периоду социально-экономических преобразований 1990-х гг. Во времена социализма предпринимательская инициатива ограничивалась практически незначительной деятельностью и часто называлась «спекуляцией» или получением криминальной прибыли. К тому времени, когда начались институциональные реформы, основная часть населения не была готова участвовать в предпринимательской деятельности, поскольку профессиональные знания, полученные в плановой экономике, были бесполезны на рынке, а обучению предпринимательству не придавалось никакого значения. Поэтому, хотя новые институциональные механизмы создали «толчок» для становления частного предпринимательства и развития МСП, субъективно ослабление государственной власти в 1990-х гг. способствовало торможению изменений в этом направлении и недостаточному соблюдению новых формальных правил.

Развитие рыночных институтов характеризовалась разрастающейся бюрократией и обособлением крупного бизнеса (олигархии). Эти группы экономических игроков преследовали свои частные интересы, внедряя новые институциональные структуры, правила и нормы. В какой-то мере они создали неэффективные институты, что привело к произволу, коррупции и выстраиванию административных барьеров. Подавляющему большинству малых предприятий пришлось приспособливаться к этим условиям, проявлять гибкость и быстро реагировать на изменяющиеся обстоятельства, однако население было встревожено процессом расслоения общества на бедных и богатых, появлением такого феномена, как «новый русский», который имел негативную окраску. Кроме того, отрицательное отношение населения к бизнесу было спровоцировано незаконным приобретением собственности в ходе приватизации, склонностью к

коррупционным действиям, уклонением от уплаты налогов и т.д., все это приводило к социальным конфликтам, которые сопровождали процесс развития предпринимательства.

В результате сложившаяся ситуация в стране вызывала недоверие со стороны общества к формальным рыночным институтам и государству, сформировала негативное отношение к предпринимательству и отрицательно повлияла на создание благоприятной деловой среды.

Существующие сегодня отношения между обществом и бизнесом требуют одновременного решения проблемы в разных направлениях: от решения фундаментального противоречия, связанного с высокой степенью социально-экономического неравенства, до усилий, направленных на изменение информационно-коммуникационной среды взаимодействия населения и бизнеса.

В 2016 г. «ФОМнибус» провел опрос среди населения «Отношение к предпринимательству и предпринимателям», чтобы оценить отношение общественности к процессу развития предпринимательства [10]. Опрос проходил 10–14 июня 2016 г. в 53 субъектах РФ, опрошено 1500 респондентов. Большинство опрошенных не предпринимателей (56%) считали, что основной целью развития предпринимательства является личное обогащение, в то время как реализацию функции социальной ответственности бизнеса отмечало лишь 11%. В целом население рассматривает бизнесменов как людей, которые стремятся прежде всего к собственному материальному благополучию, и не отождествляют предпринимателей с социально ответственной деятельностью.

Понимание главных причин неприязни населения в отношении предпринимательства имеет заметные отличия среди крупного, среднего и малого бизнеса. Так, 81% респондентов одобряют работу предприятий малого бизнеса и индивидуальных предпринимателей, для компаний среднего бизнеса число положительных ответов составляет 78%, и только 57% респондентов поддерживают крупный бизнес.

Более лояльное отношение к малому бизнесу обусловлено тем, что эти люди получают доход на основе личного труда, в условиях неопределенности внешней среды идут на риск и рискуют собственным (личным) капиталом,

Распределение ответов на вопрос «Как, по Вашему мнению российское общество и население в целом относятся к предпринимателям?» (средние баллы)

Размер бизнеса			Отрасль		
Малый бизнес	Средний бизнес	Крупный бизнес	Промышленность и строительство	Транспорт и связь	Обслуживание, услуги и торговля
3,99	3,86	3,64	3,80	3,94	3,98

Источник: [9]

что, несомненно, вызывает уважение у основной массы населения. Отношение к крупному бизнесу традиционно более скептическое, даже предвзятое, поскольку в общественном сознании укоренилось мнение о том, что все крупные состояния в нашей стране нажиты нечестным путем. Примечательно, что представители различных секторов экономики, в том числе представители крупных компаний, в равной степени отмечают нечестное происхождение крупного капитала.

Для института предпринимательства преодоление синдрома «плохой наследственности» в настоящее время сосредоточено на создании положительного имиджа и репутации в глазах населения, прежде всего благодаря его позиционированию как социально ответственного субъекта деятельности.

Как было рассмотрено ранее, институциональная среда является частью предпринимательской среды развития бизнеса и включает набор формальных и неформальных правил и норм, которые облегчают взаимодействие между основными акторами экономической системы: государством, предпринимательским сообществом и населением. Наличие здоровых формальных институтов приводит к созданию среды, которая стимулирует предпринимательство, способствует реализации деловых возможностей и масштабирует бизнес. Наличие неэффективных официальных институциональных структур, напротив, является препятствием для развития предпринимательства и создания благоприятного делового климата. Как мы отмечали, неофициальные институты включают обычные стандарты поведения, связанные с культурными ценностями и нормами, принятыми в обществе. Как правило, они усиливают влияние формальных институтов в их стремлении стимулировать предпринимательство и созда-

ют возможности для позитивного восприятия бизнеса на социальном уровне.

Оценивая институты, влияющие на создание благоприятной предпринимательской среды (помимо государственной поддержки и существующего законодательства), следует обратить внимание на изменение статуса предпринимателя, направленное на общественное признание его заслуг и создание позитивного имиджа в обществе [1].

Для реализации предпринимательской активности и развития предпринимательской среды с эффективными институциональными структурами следует сформировать ряд направлений, включающих следующие мероприятия:

- необходимо разработать образовательные программы на основе государственных образовательных стандартов для подготовки квалифицированных кадров в сфере предпринимательства, т. е. создать сеть учебных заведений, которые реализуют прикладные образовательные программы для бизнеса. Знания, полученные в данных учебных заведениях, создадут необходимые условия для развития предпринимательских навыков среди населения (прежде всего молодежи), а также позволят сформировать почву для позитивного отношения к классу предпринимателей в целом;

- распространить информацию по представлению типовых условий создания малых и средних предприятий в обществе через средства массовой информации (интернет-сообщества, кино, театр, различные публикации) и смоделировать их позитивный имидж. Выделить истории успешного становления бизнеса (О. Тиньков, П. Дуров, Т. Артемьев, Е. Чичваркин и др.), и на этом опыте научить будущих предпринимателей не бояться неудач. Иначе говоря, будущие предприниматели должны понимать, что неудача в бизнесе – это

неудача отдельного проекта, а не неудача в жизни, т.е. это возможность получить полезный опыт, который поможет в будущем избежать ошибок и добиться успеха. Все это не менее важно, чем строительство технопарков, инкубаторов и других «кремниевых долин», которые поддерживают предпринимательскую активность в обществе;

– создать правильные этические стандарты предпринимательства, корпоративной культуры (Кодекс поведения предпринимателя) и следить за их соблюдением;

– создать стимулы добровольной благотворительной деятельности, не имеющей принудительного характера, которая может значительно изменить отношение общества к предпринимателям;

– развивать государственно-частное партнерство, направленное на замену государственных и муниципальных структур в социально значимых областях квалифицированными и качественными специализированными компаниями. Это не только позволит снизить нагрузку на социальные обязательства государства, но и улучшит качество социальных услуг. Для этого нужно обеспечить достаточное количество новых предпринимателей (снизить административные барьеры вхождения в отрасль), которые хотят попробовать себя в социальной сфере. Необходимо разработать пакеты с «готовыми решениями» для эффективного управления транзакциями и обеспечения массовой подготовки соответствующих предпринимателей;

– стимулировать интерес молодых людей к началу собственного бизнеса и развитию предпринимательства в молодежной среде. Развитие предпринимательских навыков граждан должно стать одним из приоритетов государственной политики в области развития малых и средних предприятий [1].

Таким образом, результаты от принятия данных решений смогут проявиться только в долгосрочной перспективе, поскольку государству, предпринимателям и обществу необходимы усилия и время для реализации данных положений.

Библиографический список

1. *Акимова О.Е.* Как сформировать положительный имидж предпринимательства в России? // Общество и экономика. 2017. № 10.
2. *Головкин М.В.* К вопросу об эффективности институциональной среды малого предпринимательства. URL: <http://www.erce.ru/internet-magazine/magazine/28/404/>
3. «Опора России». URL: <https://smoloroga.ru/category/экспертиза-и-аналитика/аналитические-материалы/2018>
4. Оценка динамики факторов, влияющих на бизнес и антикризисные меры. ВЦИОМ. URL: https://wciom.ru/database/open_projects/business2018/
5. *Плешакова М.В.* Институциональные характеристики предпринимательской среды благоприятной для ведения бизнеса // Экономика: теория и практика. 2017. №4(48). С. 69–76.
6. *Плешаков Г.Г.* Проблемы формирования благоприятной предпринимательской среды с позиции взаимодействия бизнеса и государства // Экономика: теория и практика. 2017. №2(46). С. 124–130.
7. Рейтинг «Ведение бизнеса –2018» // Доклад Всемирного банка и IFC. URL: <http://doingbusiness.org/rankings>
8. *Тореев В.Б.* Барьеры на пути малого бизнеса // ЭНЕР. 2008. №4 (43). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/bariery-na-puti-malogo-biznesa>
9. *Ширинкина Н.А.* Особенности институционализации предпринимательства в современном российском обществе // MASTER'S JOURNAL. 2015. №1. С. 308–315.
10. Фонд «Общественное мнение». URL: <https://fom.ru/Ekonomika/12735>
11. Impact of formal institutional environment on innovativeness and performance. URL: https://eprints.usq.edu.au/21315/2/Roxas_Chadee_QIK2011_PV.pdf