

УДК 332.145, 331.522
DOI: 10.26140/anie-2020-0904-0087**АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩИХ МЕХАНИЗМОВ ПОДДЕРЖКИ ИНИЦИАТИВ
НАСЕЛЕНИЯ В СФЕРЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ**

© 2020

AuthorID: 452637

SPIN: 4301-7128

ORCID: 0000-0002-1068-1343

ScopusID: 55984725600

Толмачев Михаил Николаевич, доктор экономических наук,
профессор департамента учета, анализа и аудита

AuthorID: 612889

SPIN: 7467-9919

ORCID: 0000-0003-2867-8553

ScopusID: 56020277500

Никифорова Елена Владимировна, доктор экономических наук,
профессор департамента учета, анализа и аудита
Финансовый университет при Правительстве РФ

(125993, Россия, Москва, Ленинградский пр-т, д.51/1, e-mail: nicki.lena@yandex.ru)

Аннотация. Развитие предпринимательских инициатив является одной из актуальных проблем российского экономического пространства. Одним из основных факторов, которые оказывают влияние на распространённость предпринимательских инициатив, являются культурные особенности. Вопросы культуры находятся в фокусе любых дискуссий, связанных с предпринимательскими инициативами. Межнациональные различия в уровнях развития предпринимательства могут объясняться широким спектром финансовых, инновационных, социальных и институциональных факторов. В частности, различия в социальных представлениях по отношению к предпринимателям могут значимо влиять на успешность ведения бизнеса в той или иной стране. Для понимания стимулов, воздействующих на предпринимательскую активность, очень важно иметь некоторую информацию о ее общественном восприятии в тех условиях, в которых осуществляется предпринимательская деятельность. В представлении населения развитых стран предприниматель рассматривается как свободный нонконформист, способный идти на риск и мобилизовать людей и активы, необходимые для создания успешных коммерческих проектов. Старт и развитие бизнеса в любой стране чреваты проблемами, хорошо описанными в экономической литературе. В частности, для сельской местности (как и для России в целом) это не только административные барьеры, но и низкая плотность населения, отдаленность многих населенных пунктов, со всеми вытекающими последствиями для доступа к рынкам сбыта, капиталу, рабочей силе, инфраструктуре, а также обстоятельства, формирующие культурное отношение к предпринимательству.

Ключевые слова: административные барьеры, деятельность, инициативы, инвестиционное стимулирование, капитал, конкурентоспособность, предпринимательство, потенциал развития, программа, рабочая сила, сектор экономики, устойчивость развития, факторы риска, экономическое развитие.

**ANALYSIS OF EXISTING MECHANISMS FOR SUPPORTING PUBLIC INITIATIVES
IN THE FIELD OF ENTREPRENEURSHIP IN RUSSIA**

© 2020

Tolmachev Mikhail Nikolaevich, Doctor of Economics, Professor,
Department of Accounting, Analysis and Audit**Nikiforova Elena Vladimirovna**, Doctor of Economics, Professor,
Department of Accounting, Analysis and Audit*Financial University under the Government of the Russian Federation*
(125993, Russia, Moscow, Leningradsky Ave 49, 49, e-mail: nicki.lena@yandex.ru)

Abstract. The development of entrepreneurial initiatives is one of the most pressing problems of the Russian economic space. One of the main factors that influence the degree of prevalence of entrepreneurial initiatives is cultural characteristics. Cultural issues are the focus of any discussion related to business initiatives. A wide range of financial, innovative, social, and institutional factors can explain cross-national differences in levels of entrepreneurship development. In particular, differences in social attitudes towards entrepreneurs can significantly affect the success of doing business in a particular country. To understand the incentives that affect entrepreneurial activity, it is very important to have some information about its public perception in the conditions in which business activities are carried out. In the view of the population of developed countries, the entrepreneur is seen as a free nonconformist, able to take risks and mobilize the people and assets necessary to create successful commercial projects. Starting and developing a business in any country is fraught with problems that are well described in the economic literature. In particular, for rural areas (as for Russia as a whole), these are not only administrative barriers, but also low population density, remoteness of many localities, with all the consequences for access to markets, capital, labor, infrastructure, as well as circumstances that shape cultural attitudes to entrepreneurship.

Keywords: administrative barriers, activities, initiatives, investment incentives, capital, competitiveness, entrepreneurship, development potential, program, labor force, economic sector, sustainability of development, risk factors, economic development.

ВВЕДЕНИЕ

С самого начала важно четко определить, что подразумевается под предпринимательством. Известно следующее определение: «Предпринимательство – любая попытка создать новое коммерческое предприятие или расширить существующее со стороны физического лица, группы лиц или устоявшегося юридического лица» [1].

Тем не менее, имеются различные толкования этого термина (как в теоретической литературе, так и на

практике), которые запутывают вопрос и часто ведут к бесполезным дискуссиям о том, кто является настоящим предпринимателем.

МЕТОДОЛОГИЯ

Методологию проведенного исследования составили метод познания и анализа, монографический и теоретико-системный метод. Проблемы предпринимательства нашли свое отражение в научных трудах: El Ouazanni, Ech Chandi K., Boutaleb F., Malanine H. [2], Kane, J. [3], Litzenberg, J. [4], Liechtenstein, G. A. [5], Johnson,

T. [6], Dickstein, C., Branscomb D., Piotti J., Sheehan E. [7], Howe, J., McMahon E., Propst L. [8], Jaźwiński, I. [9], Litwińczuk, H. [10], Kogut-Jaworska, M. [11], Postuła, I., Werner, A. [12].

РЕЗУЛЬТАТЫ

Предпринимательство считается одним из основных факторов социально-экономического развития и ключевым условием для достижения конкурентоспособности экономики страны. Предприятия играют важную роль в экономике и выполняют в ней важные функции, которые влияют на ее конкурентоспособность и стимулируют ее рост. К этим функциям относятся [13]:

а) влияние на функционирование рынка труда. Это влияние двояко: во-первых, предприниматели создают новые рабочие места для себя, своих семей и сотрудников, а во-вторых, они могут устанавливать и распространять стандарты рынка труда;

б) создание возможностей для более полного использования существующих ресурсов что, соответственно, влияет на эффективность экономики. Это, в основном, относится к компаниям, которые не в состоянии создавать резервы и, следовательно, чтобы выжить и процветать в условиях конкурентной борьбы, должны максимально эффективно использовать ресурсы, находящиеся в их распоряжении;

в) создание оптимальных комбинаций факторов производства. Компании, которые в полной мере используют свои ресурсы, стремятся к правильному сочетанию производственных факторов;

г) принятие на себя рисков, связанных с ведением бизнеса. Деятельность современных предприятий связана с постоянной неопределенностью, потому что ситуация на рынке не позволяет достаточно уверенно прогнозировать вероятность успеха предпринимаемых решений;

д) стимулирование локального развития и положительное влияние на окружающую среду. Деятельность даже одного предприятия может положительно влиять на местный социально-экономический климат. Предприниматели не только обеспечивают занятость населения, но и стимулируют создание новых (аффилированных с ними) компаний, что также влияет на экономическую активность местного населения;

е) предоставление льгот для инвесторов. Предприниматели, которые стремятся к развитию своей компании, часто используют для этой цели средства инвесторов. С другой стороны, действия, стимулирующие развитие компании, приносят выгоду инвесторам;

ж) формирование гибкости рынков. Предпринимательство является одним из самых важных механизмов регулирования рынка, потому что благодаря этому рынок может быстро реагировать даже на слабые сигналы спроса;

з) повышение гибкости организационных структур и стимулирование разработки современных организационных решений и инноваций в области управления;

и) положительное влияние на экономическое развитие. Формирование новых и развитие существующих предприятий ускоряет темпы развития национальной экономики. Новые предприятия, в первую очередь из категории малого и среднего бизнеса, играют особую роль, потому что они способствуют качественным изменениям структуре экономики.

Учитывая вышеизложенное, содействие предпринимательским инициативам населения является одной из важных предпосылок к развитию экономики. По этому параметру Россия на фоне развитых зарубежных стран находится далеко не в первых рядах (см. рисунок 1).

Еще один важный показатель – доля малых и средних предприятий в ВВП страны. Здесь также высвечиваются проблемы функционирования малого бизнеса в России на фоне зарубежных стран (см. рисунок 2).

Таким образом, проблемы в развитии этого сектора российской экономики достаточно очевидны. Чем же

обусловлена столь удручающая ситуация в данной сфере экономики?

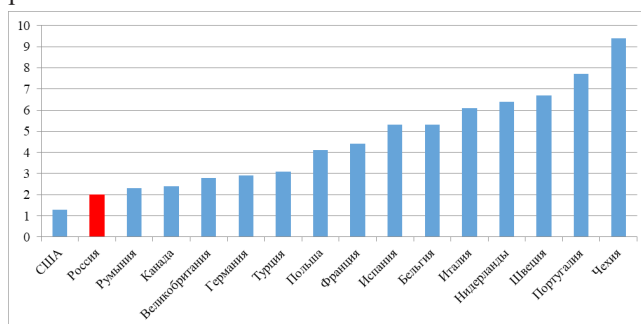


Рисунок 1 – Число малых и средних предприятий на 1000 человек населения, 2018 г.

(источник: ОЭСР, ООН, ФНС России)

Одним из основных факторов, которые оказывают влияние на распространенности предпринимательских инициатив, являются культурные особенности.

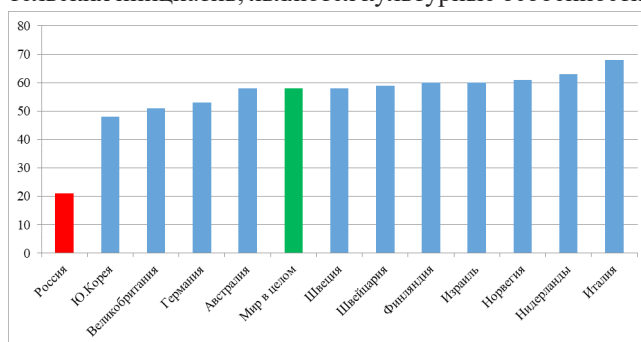


Рисунок 2 – Удельный вес малых и средних предприятий в ВВП, % (источник: Российская венчурная компания)

Вопросы культуры находятся в фокусе любых дискуссий, связанных с предпринимательскими инициативами. Межнациональные различия в уровнях развития предпринимательства могут объясняться широким спектром финансовых, инновационных, социальных и институциональных факторов. В частности, различия в социальных представлениях по отношению к предпринимателям могут значимо влиять на успешность ведения бизнеса в той или иной стране.

Для понимания стимулов, воздействующих на предпринимательскую активность, очень важно иметь некоторую информацию о ее общественном восприятии в тех условиях, в которых осуществляется предпринимательская деятельность.

Далее проанализируем российский опыт поддержки предпринимательских инициатив, выделим специфику и перспективы. Исходя из проблем и успехов США, Польша и Марокко в области предпринимательских инициатив попытаемся обобщить их опыт и рассмотреть его возможные адаптации к российским реалиям. При этом необходимо учитывать, что для российской экономики характерны следующие специфические черты:

а) сравнительно низкий уровень развития малого и среднего бизнеса, проявляющийся в их небольшом вкладе в ВВП, малом числе соответствующих предприятий на 1000 человек населения, низкими средними показателями рентабельности и прибыли;

б) своеобразная структура по видам экономической деятельности, имеющая сильный перекос в сторону торговли и операций с недвижимостью. В развитых странах основная часть малых и средних предприятий работает в сфере услуг (в том числе информационных технологий) и общественного питания;

в) высокий уровень рисков, в первую очередь порождаемых высоким уровнем административно-коррупци-

онной нагрузки со стороны государства. Большое число контролирующих органов, которые сами являются практически неподконтрольными, оказывают серьезное давление на бизнес, значительно повышая его издержки;

г) низкая платежеспособность населения (в первую очередь в регионах), что является серьезным барьером на пути к достижению уровня окупаемости малого бизнеса.

К сожалению, в России отсутствует специализированная структура, непосредственно занимающаяся проблемами малого бизнеса, что резко контрастирует с зарубежным опытом. Например, в США имеется уже упомянутая выше Администрация малого и среднего бизнеса (SBA), в Южной Корее – агентство с аналогичным названием, в Японии – Агентство по малому и среднему бизнесу.

Учитывая высокую (и имеющую тенденцию к дальнейшему увеличению) долю государства в экономике России, одним из вариантов стимулирования предпринимательской активности может стать модель государственно-частного партнерства (ГЧП).

Согласно определению, И. Мерзлова, государственно-частное партнерство – это «любая форма партнерства государства и частного бизнеса, в том числе государственный заказ, приватизация, концессия, аренда, вклады в уставный капитал государственных или частных компаний, приобретение долей государством в этих частных компаниях и т.д., нацеленная на создание, модернизацию и эксплуатацию объектов экономической и социальной инфраструктуры» [14]. Более подробно варианты ГЧП приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Механизмы реализации государственно-частного партнерства [15]

Код	Расшифровка	Комментарий
BTO	Build, Transfer, Operate – Построй, передай, управлай	Проект реализуется силами частного партнера и после завершения передается государству. За частным партнером остается право пользования объектом, но без права собственности
BOO	Build, Operate, Transfer – Построй, управлай, передай	Проект реализуется силами частного партнера, по окончании которого объект остается в частном пользовании на срок, не меньший срока окупаемости проекта. По окончании этого срока объект возвращается государству. Характерен для концессий в области дорожной инфраструктуры
BOOT	Build, Own, Operate, Transfer – Построй, владей, управлай, передай	Аналогичен BOO, однако кроме права пользования частный партнер получает право собственности на объект на весь срок соглашения. По окончании срока объект возвращается государству
BOO	Build, Own, Operate – Построй, владей, управлай	Реализованный частным партнером проект после окончания срока соглашения остается в частной собственности
BOMT	Build, Operate, Maintain Transfer – Построй, управлай, обслуживай, передай	Аналогичен BOO, за исключением того, что за плечи частного партнера ложатся обязанности не только по управлению, но и по обслуживанию ремонту создаваемого объекта. Характерен для проектов в области инженерной инфраструктуры
DBOOT	Design, Build, Own, Operate, Transfer – Спроектируй, построй, владей, управлай, передай	Единственным отличием от механизма BOOT является обязанность частного партнера не только построить, но и предварительно спроектировать объект
DBFO	Design, Build, Finance, Operate – Спроектируй, построй, финансируй, управлай	Подразумевает обязанность частного инвестора по финансированию проекта
DBFOM	Design, Build, Finance, Operate, Maintain – Спроектируй, построй, финансируй, управлай, обслуживай	Весь цикл реализации объекта от проектирования, финансирования и строительства до эксплуатации и обслуживания ремонта ложится на плечи частного инвестора

Наиболее привлекательными областями для внедрения ГЧП являются жилищно-коммунальное хозяйство, дорожно-транспортная инфраструктура, общественный транспорт, медицинские и образовательные услуги [16-18].

Конкретными мерами поддержки со стороны государства в проекте ГЧП являются:

а) особый налоговый режим, предоставление налоговых льгот;

б) предоставление помещений и земельных участков с низкой арендной ставкой или на безвозмездной основе;

в) предоставление транспортных средств и/или специализированного оборудования на льготных условиях (в том числе в лизинг);

г) передача объектов инфраструктуры в частные руки на определенных условиях.

Примером последней меры, в частности, может служить эксперимент по передаче нескольких муниципальных больниц Испании частным владельцам при условии, что они будут бесплатно обслуживать малообеспеченные слои населения (так называемая «модель Альзира», от названия города, в котором начался эксперимент) [19].

Банки и микрокредитные организации должны уча-

ствовать в решении проблемы поддержки предпринимателей в плане кредитования и других мер финансовой поддержки. К основным мерам поощрения предпринимательской активности со стороны финансовой системы относятся:

а) снижение объема банковских гарантий, необходимых для получения кредита;

б) дифференцированный подход к условиям кредитования в зависимости от вида экономической деятельности;

в) снижение процентных ставок по кредитам предпринимателям.

Тем не менее, не стоит излишне полагаться на поддержку со стороны банковской системы, так как даже директивные методы со стороны государственных органов приведут лишь к саботажу банками любых программ по поддержке предпринимательских инициатив населения.

ВЫВОДЫ

В настоящее время в рамках национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» Министерством экономического развития Российской Федерации осуществляется ряд мер, направленных на повышение привлекательности предпринимательской деятельности. Хотя его результаты оценивать еще рано, необходимо отметить, что предлагаемые меры по улучшению условий ведения предпринимательской деятельности и расширению доступа субъектов малого и среднего бизнеса к финансовым ресурсам не учитывают такую важную целевую группу, как молодежь. В частности, среди целевых показателей проекта (количества субъектов МСП, число зарегистрированных самозанятых, объем выданных кредитов и пр.) не выделены отдельно значения для предпринимателей моложе 30 лет. Необходимо подчеркнуть, что именно эта категория населения имеет максимальный потенциал и возможности для ведения бизнеса, сочетая высокую финансовую грамотность, обучаемость, гибкость и интенсивное использование современных технологий в сфере коммуникации.

С другой стороны, важной составляющей частью национального проекта является создание системы поддержки фермеров и развитие сельской кооперации. Данная программа отражает перспективы повышения конкурентоспособности не только сельскохозяйственного сектора, но и экономики сельских регионов России в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Zacharis, A. L., Bygrave W. D., Shepherd D. A. *Global Entrepreneurship Monitor: National Entrepreneurship Assessment, United States, 2000 Executive Report* / Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership at the Ewing Marion Kauffman Foundation. – 2000. – 48 pp. – P. 3.
2. El Ouazanni Ech Chandi K., Boutaleb F., Malainine H. *Policies to support entrepreneurship in Morocco – practices and learnings* / Casablanca: Hassan II University. – 2018. – 23 pp. – P. 12.
3. Kane, J. *State Entrepreneurship Policies and Programs* / Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership. – 1999. – 29 pp. – P. 18.
4. Litzenberg, J. *Microenterprise and the Poor* / Peggy Clarke and Amy Kays, eds. The Aspen Institute – 1999. – 119 pp. – Pp. 82-83.
5. Liechtenstein, G. A., and Lyons, T. S. *Incubating New Enterprises: A Guide to Successful Practices* / The Aspen Institute, – 1996. – 389 p. – Pp. 224-32.
6. Johnson, T. *Developing Economy Key in Boosting Employment*. – 2001. Режим доступа: www.indiancountry.com/articles/lakota-2001-04-25-04.html
7. Dickstein, C., Branscomb D., Piotti J., Sheehan E. *Sustainable Development in Practice: A Case Study Analysis of Coastal Enterprises* / Coastal Enterprises, Inc. – 2012. – 115 pp. – P. 22.
8. Howe, J., McMahon E., Propst L. *Balancing Nature and Commerce in Gateway Communities*, Island Press. – 1997. – 176 pp. – P. 10.
9. Jaźwiński, I. *Pomoc publiczna dla przedsiębiorstw*. / Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Ekonomiczne – Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. – 2007. – 453 pp. – P. 88.
10. Litwińczuk, H. *Prawo podatkowe przedsiębiorców*. / Warszawa: Wolters Kluwer. – 2013. – 362 pp. – P. 227-234.
11. Kogut-Jaworska, M. *Wsparcie przedsiębiorczości w ramach systemu pomocy publicznej w Polsce* // *Ekonomiczne Problemy Usług*. – 2016.

– № 125. – Pp. 213–224. – P. 219.

12. Postula, I., Werner, A. *Pomoc publiczna*. / Warszawa: LexisNexis. – 2006. – 460 pp. – P. 64.

13. Glinka, B., Gudkova, S. *Przedsiębiorczość*. / Warszawa: Wydawnictwo Wolters Kluwer. – 2011. – 155 pp. – P. 65.

14. Мерзлов И.Ю. Подходы к структурированию проектов государственно-частного партнерства // *Journal of Economic Regulation*. – 2014. – № 1. – Том 5. – С. 77–87. – С. 83.

15. Чеботарь Ю.М., Безденежных В.И. Государственная поддержка малого предпринимательства и управление проектами государственно-частного партнерства в городе Москве: монография. М.: Автономная некоммерческая организация «Академия менеджмента и бизнес-администрирования». – 2016. – 180 с. – С. 84

16. Гафурова Г.Т., Ахметишина Э.Р. Зарубежный опыт развития механизмов государственно-частного партнерства // *Актуальные проблемы экономики и права*. 2015. № 2. С. 17–33.

17. Гончарова Н.Н., Гиззатуллин Т.И. Современное правовое регулирование государственно-частного партнерства в России // *Балтийский гуманитарный журнал*. 2015. № 2 (11). С. 7–12.

18. Васильев К.А., Кайгородова Е.В. Потенциал социально-культурной сферы как основа развития государственно-частного партнерства // *Вестник НГИЭИ*. 2016. № 7 (62). С. 31–41.

19. Calero R., Gallarza M. Loyalty behaviour in patients: applied analysis to the “Alzira Model” // *International Review on Public and Nonprofit Marketing*. – 2014. – № 12 (1). – Pp. 87–99.

Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финансового университета

Статья поступила в редакцию 20.08.2020

Статья принята к публикации 27.11.2020