

**Верников В. А.**

*кандидат экономических наук, доцент кафедры «Бухгалтерский учет»,  
Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова  
e-mail: vernikov72@mail.ru*

## **Сущность, особенности и перспективы стратегического развития предпринимательства в России**

*В статье исследованы актуальные проблемы, связанные с определением стратегического вектора экономической динамики предпринимательства в Российской Федерации. Отмечено, что экономическая динамика развития предпринимательства четко коррелирует с динамикой инновационной активности Российской Федерации.*

**Ключевые слова:** *инновация, антикризисные программы, научно-промышленная политика, реорганизации управления, предпринимательская активность, развитие инновационных преобразований, барьеры развития предпринимательства, бизнес-среда.*

**Vernikov V. A.**

*PhD (Economics),  
associate Professor of «Accounting» department REU im.G.V. Plekhanov*

## **Essence, features and prospects of strategic business development in Russia**

*In the article the actual problems associated with determining the strategic vector Economic Dynamics business in the Russian Federation. Noted that the economic dynamics of enterprise development is strongly correlated with the dynamics of the innovation activity of the Russian Federation.*

**Keywords:** *innovation, crisis management programs, research and industrial policy, restructuring of management, entrepreneurial activity, the development of innovative transformations, the barriers of enterprise development, business environment.*

Тема предпринимательства в России, его особенностей и перспектив, уже не один десяток лет является предметом острых научных и общественных дискуссий. С одной стороны, очевидно, что в период становления и формирования рыночных отношений предпринимательская активность населения повысилась, с другой стороны прослеживается определенная моно тенденция развития — предприниматель-

ский интерес касается в основном двух сфер рынка: торгово-посредническая деятельность и сфера услуг. В минимальной степени российские предприниматели заинтересованы в организации производства и практически не представляют интерес инновации и наукоемкие технологии.

Для сложившейся ситуации имеются свои объективные причины:

- во-первых, фундаментальные основы современной бизнес-среды сложились в начале 1990-х годов — период стихийного формирования рынка и передела собственности;
- во-вторых, образовательный уровень многих современных владельцев бизнеса весьма низкий;
- в-третьих, и здесь мы позволим себе не согласиться с проф. З. Фёгеле [10], который утверждает, что не имеется существенных различий между принципами ведения бизнеса в России и в Европе. На наш взгляд различия имеются и весьма существенные. Часть из них обусловлена двумя вышеуказанными причинами, часть — советско-российской ментальностью.

Прежде чем раскрыть источники указанных причин и проблем российского предпринимательства, считаем необходимым определиться с понятиями: кто же такой предприниматель и чем предпринимательское дело отличается от бизнеса.

Экономический словарь [12] дает «емкое» и краткое определение: «предприниматель это человек, занимающийся предпринимательской деятельностью». Иные словари дают более расширенную трактовку понятия, однако она касается в основном лишь нормативно-правовых аспектов организации предпринимательского дела. Кроме этого, часть словарей указывает, что предприниматель и бизнесмен, соответственно предпринимательское дело и ведение бизнеса, есть понятия-синонимы. Однако, по нашему личному мнению, ставить знак равенства между этими двумя понятиями нельзя.

Мы считаем, что предпринимательство — это способ организации самозанятости и занятости родственников предпринимателя, таким образом, предпринимательство — есть собственное дело частного лица, которое действует исключительно в своих интересах и интересах своей семьи, на свой страх и риск.

Бизнес — это не только форма организации дела в статусе юридического лица, в первую очередь бизнес несет социальную ответственность перед обществом. Отсюда следует, что частная предпринимательская инициатива может учитывать, но в большинстве случаев не учитывает потребности общества. Бизнес же обязан и должен не толь-

ко учитывать интересы общества, но и стремиться увеличить свой вклад в его социально-экономическое развитие.

Стоит отметить, что бизнес вырастает (при определенных условиях) из предпринимательства, следовательно, предпринимательское дело — есть начальный этап развития любого предприятия, организации, компании. Сможет ли предпринимательское дело, как частная инициатива, эволюционировать до социально значимого бизнеса зависит от тех негативных факторов, которые мы обозначили в начале статьи. Поэтому рассмотрим и проанализируем указанные причины более подробно.

Итак, фундамент современной деловой среды был заложен в 1990-е годы. Это был период перехода от советской командной экономики к рыночным отношениям. Понятия предприниматель, бизнесмен и тем более менеджер в тот момент были не особо популярны (в просторечии они именовались коммерсантами), но уже тогда субъектов, действующих на рынке, можно было классифицировать на предпринимателей и бизнесменов.

Те из них, кто был нацелен на долгосрочную перспективу и понимал, что рынок имеет предел, насыщать его дешевыми товарами и контрафактом до бесконечности невозможно, переключались на иные сферы: промышленность, производство, добыча. Здесь закладывались основы современной структуры рынка.

Остальные продолжали возить продукцию, затоваривая рынок, и не стремились удерживать потребителя, считая, что «на наш век хватит». Т.е. отсутствовало элементарное понимание основных законов рынка и принципов ведения успешного бизнеса. В результате дефолта 1998 года большая часть таких предпринимателей исчезла с рынка.

Начиная с 1998 года, российское бизнес-пространство качественно изменилось. Многие ошибки, допущенные ранее, были учтены, появилось новое понимание ведения бизнеса уже более соответствующее развитому рынку. Однако, даже качественные изменения, не всегда и не везде способствовали дальнейшему развитию предпринимательства.

Основная проблема — низкий уровень образования предпринимателей и не только в сфере бизнеса и экономики. Это вторая причина, которая ограничивает качественный рост предпринимательской активности населения.

Среди вторичных факторов, связанных с нежеланием молодого поколения развивать науку, и развиваться как личности, можно указать инертность и рост уровня зависимостей (и если старшее поколение биз-

несменов более подвержено алкоголизму, то молодое поколение показывает высокий уровень различных наркотических, игровых, интернет-зависимостей). Мы не зря выделили эти вторичные факторы как одну из негативных тенденций, поскольку алкоголизм является настоящим бичом бизнеса, в первую очередь отрицательно влияющим на имидж российского бизнеса. Эта проблема также многоаспектна, но имеется несколько основных факторов, которые способствуют проявлению слабости и неустойчивости личности: наследственность; воспитание, полученное в семье; существующее окружение и уровни общения.

Вторичные проблемы снижения качества и эффективности предпринимательской деятельности (такие как алкоголизм, наркомания, иные виды зависимостей) должны решаться на глобальном общественном уровне совместно с законодательной и исполнительной властью. Это позволит быстро преодолеть последствия системного кризиса, а также вывести российскую экономику в авангард.

Многие могут с нами не согласиться, но мы считаем, что современный предприниматель, желающий развивать свое дело до уровня значимого бизнеса, должен иметь не просто элементарные представления о законах рынка, он должен обладать системными знаниями по своей отрасли деятельности, и уметь своевременно реагировать на изменения внешней среды.

К сожалению не только малое предпринимательство, но и средний бизнес можно характеризовать как хаотичное ведение дел. Первопричина хаоса — отсутствие целостного, многоаспектного развития. Т.е. предприниматель, приходя на рынок, видит только одну цель, так же известную из классической экономической теории, — максимизация прибыли. Поэтому среди предпринимателей популярны те виды деятельности, которые, по их мнению, не требуют существенных вложений и быстро окупаются, как уже говорилось выше, в первую очередь это розничная и мелкооптовая торговля товарами повседневного спроса, во вторую очередь — это сфера услуг.

Действительно, стоимость открытия небольшого магазина (площадью до 50 м<sup>2</sup>) оценивается от 100 до 500 тыс. руб. (включая аренду, формирование ассортимента, оборудование). Доход такой магазин начнет приносить уже с первого дня открытия, возможно, он даже будет прибыльным и рентабельным. В результате цель — максимизация прибыли, — достигнута.

Но есть ли будущее у такого магазина? Скорее всего нет. Во-первых, создать пул лояльных потребителей, которые регулярно посещают данный магазин и тратят там определенную сумму денежных

средств, невозможно. Во-вторых, любой открывшийся в шаговой доступности супер или гипермаркет, автоматически сводит уровень продаж в небольшом магазине до минимума. Расширить ассортимент с целью привлечения большого количества потребителей также невозможно. Аналогичная ситуация складывается и в сфере услуг.

В результате, для того, чтобы противостоять большому бизнесу, предприниматель должен понимать следующее: в силу ограничений ему необходимо действовать в тех сегментах рынка, где у крупных компаний отсутствуют интересы. Но, чтобы это понять необходимы знания, которыми, по сути, предприниматель и не обладает.

В свою очередь знания можно получить как в процессе образования в учебных учреждениях, так и в процессе самообразования. Но многие ли предприниматели готовы заниматься самообразованием?

Думается, что не многие, иначе бы в городах, удаленных на 2 тыс. км от Санкт-Петербурга и Москвы не появлялись бы фирмы услуг такси с названием «Зенит» и соответствующей символикой, и не открывались бы кафе под названием «Русские дуги», логотип которых является фирменным знаком «McDonald's», только расписанным «под хохлому».

Розничная и мелкооптовая торговля, а также услуги — это две наиболее популярные сферы, в которых в России и во всем мире максимально представлено предпринимательство, но при этом стоит отметить, что западный малый бизнес успешно осваивает и иные виды деятельности, в том числе инновационные. В России же инновационная активность малого предпринимательства очень низкая, ее доля в общей структуре малого бизнеса России варьирует, по разным оценкам, от 1,4 до 3,5% [14].

Общественная организация «Опора России» [14] провела совместно со ВЦИОМ исследование условий и проблем развития малого инновационного предпринимательства. Получены следующие результаты: из всех малых инновационных предприятий России не более 15% можно назвать по-настоящему инновационными, то есть ориентированными на рынок.

Имеется в виду, что эти 15% проводят научные исследования, занимаются охраной интеллектуальной собственности и коммерциализацией нововведений на рынке. Остальная же, доминирующая масса предприятий свою истинную инновационную составляющую утратила. Средний возраст опрошенных компаний 10–13 лет. Уже тот факт, что им удалось выжить, для подобных компаний — значительное достижение.

Очевидно, что не только нормативно-законодательные и организационные аспекты являются причиной снижения доли малых инновационных предприятий, в большей степени на понижение влияют уровень образования и ментальность российского предпринимательского сообщества.

Менталитет российского предпринимательства и психология ведения бизнеса являются третьей причиной, снижающей качественный рост предпринимательской активности населения.

Начнем с небольшого отступления. 3 ноября 2010 года в программе Н. Сванидзе «Суд времени» прозвучала следующая фраза: бурный рост предпринимательской активности в начале 1990-х годов, связан с тем, что уже в СССР были люди, имеющие все необходимые качества для ведения собственного дела. Эта гипотеза, конечно, не однозначная, но в то же время противостоит другой гипотезе о том, что исконно русскому человеку претит сама идея предпринимательства (корни данной мысли исходят из противостояния западников и славянофилов о российском историческом пути развития).

Позволим себе не согласиться со второй гипотезой — история знает немало успешных примеров российского дореволюционного делового сообщества: Мамонтовы, Морозовы, Третьяковы, Демидовы, Абрикосовы и т.д. Однако в некоторых аспектах мы можем согласиться с тем, что у России действительно свой уникальный исторический путь развития, который отражается на менталитете (ментальности) граждан, что в свою очередь накладывает на непосредственную деятельность и поведение населения.

Очевидно, что предпринимательство не чуждо российскому обществу, но основные принципы организации и ведения собственного дела порой вызывают недоумение, а в иных случаях негативное восприятие. На отдельных аспектах выше мы уже останавливались, здесь необходимо рассмотреть отдельные организационные моменты предпринимательского дела и уровень правовой культуры. В основном именно эти два момента коренным образом отличают предпринимательское сообщество России от иных государств.

Большинство российских предпринимателей организуют свою деятельность в статусе ИП (индивидуального предпринимателя) или ПБОЮЛ (предприниматель без образования юридического лица), последнее — весьма странная, на наш взгляд, юридическая конструкция. Основная мотивация такого выбора — простота оформления и минимизация налогообложения.

И с тем, и с другим можно поспорить — оформление ИП и, например, ООО занимает в среднем равный период времени. Режим налогообложения практически не зависит от организационно-правовой формы, но зависит от масштабов деятельности предприятия, но многие предприниматели об этом даже не задумываются. Иными словами, указанная мотивация выбора юридического статуса, косвенным образом свидетельствует о том, что уже на этапе создания своего дела предприниматель начинает готовиться к поиску лазеек в законодательстве. Т.е. стоит цель — не просто максимизировать прибыль за счет основной деятельности, но и получить как можно больше доходов за счет использования всех возможностей, в том числе и нелегальных.

Весьма распространено мнение и особенно в малом предпринимательстве, что обман государства — это не есть нарушение законов, но один из способов перераспределения ресурсов и благ. Получается, что малое предпринимательство не ограничено никакими моральными устоями, под бизнесом понимается даже откровенно преступная и нелегальная деятельность.

Уже упомянутые выше кафе «Русские дуги» и такси «Зенит» лишний раз указывают на особенности российского предпринимательства и на низкий уровень правовой культуры. Очевидно, в данном случае, нарушение прав на товарный знак и патентного законодательства, но как ни странно, контролирующие и регламентирующие органы на это внимания не обращают. Соответственно либерально-демократический принцип «все, что не запрещено — разрешено» каждый предприниматель использует в своих интересах. Возникает логичный вопрос — готов ли предприниматель с таким моральным и нравственным восприятием ведения деловых отношений формировать социально ответственный бизнес? Ответ, скорее всего, будет отрицательным.

Еще одна особенность российского предпринимательства, порожденная советской ментальностью, заключается в безоглядном копировании западных образцов и регулярных ссылок на то, что на западе созданы все условия для развития малого бизнеса, а в России нет, поэтому отечественным предпринимателям приходится нарушать законы.

Безоглядно копируя западные образцы организации и ведения дел, российские предприниматели создают в своих малых предприятиях сложные системы подотчетности и соподчинения, которые в большинстве своем могут быть успешно реализованы только в рамках крупных компаний. В результате малое предприятие расходует больше ресурсов, чем требуется на самом деле, и отвлекается от своей основ-

ной деятельности. Таким образом, нарушается естественный процесс смены этапов в жизненном цикле фирмы.

Так, например, для начального этапа жизненного цикла, коим и является малое предпринимательство, противоестественна четкая организационная структура и сформировавшаяся корпоративная культура, поскольку на начальных этапах собственно сами процедуры ведения дел и контроль не имеют определенного уклада. Однако, отечественные предприниматели весьма часто игнорируют это, что в свою очередь свидетельствует о и низком уровне образования, и о ментально-психологических особенностях российского подхода к организации собственного дела.

Еще одна распространённая ошибка, о которой мы уже упомянули чуть выше, — это ссылки на западные нормативно-законодательные и организационные стандарты в сфере предпринимательства. Необходимо отметить, что действительно, в развитых странах создано намного больше условий для оптимального функционирования предпринимательской среды. Но, собственно исторический путь формирования условий для успешного ведения частного дела намного продолжительнее российского. Кроме этого, основная часть западных предпринимателей — это законопослушные граждане, Россия же никогда не отличалась достаточным уровнем законопослушания, в том числе и в бизнес-среде. Поэтому безусловное принятие западных образцов и стандартов не является панацеей для отечественного предпринимательства.

*Основной вывод — неудовлетворительная ситуация в развитии малого и среднего предпринимательства является следствием серьезных системных просчетов в стратегии реформирования экономики страны. Решение глубинных проблем связано с серьезной ревизией целей, средств и методов государственной социально-экономической политики в отношении малого и среднего бизнеса.[3]*

Следует понимать, что государственная политика в отношении предпринимательской деятельности может быть эффективной только при условии ее соответствия внутренней логике и мотивам развития самого предпринимательства. Она, эта политика, должна содействовать (по сути, в основном снимать препоны) саморазвитию бизнеса, реализации предпринимательского потенциала россиян.

*Эти цели достижимы только при глубокой реформе самого государства, прежде всего исполнительной власти, серьезном перераспределении налоговых поступлений от предпринимательской деятельности в пользу регионов и местного самоуправления, выращивании институтов, которые могут обеспечить косвенную селективную под-*

держку наиболее перспективных групп (молодежного, инновационного малого бизнеса) малых предприятий. Разумеется, на это потребуется время. Возможно — десятилетия.

При всех негативных тенденциях, выявленных в ходе данного краткого исследования, имеются и положительные моменты [14]:

- порядка 50–60% всех вновь открытых малых предприятий остаются на рынке и успешно функционируют,
- из них не менее трети эволюционируют до уровня среднего и крупного бизнеса.

Созданные в последнее десятилетие организационные и правовые основы для развития предпринимательства постоянно совершенствуются. Кроме этого, правительство реализует дополнительные меры поддержки предпринимательской и инновационной активности граждан посредством создания соответствующих федеральных целевых программ.

Поэтому можно с уверенностью говорить о том, что существующий в настоящее время системный кризис предпринимательства будет преодолен, и не последняя роль в этом преодолении принадлежит самим предпринимателям, занимающим активную жизненную позицию.

#### **Используемые источники**

1. Бендиков М.А., Фролов И.Э. Высокотехнологичный сектор промышленности России: состояние, тенденции, механизмы инновационного развития. Монография. — М.: Наука, 2007. — 583 с.
2. Голова И.М. Обоснование стратегических приоритетов обеспечения инновационной безопасности регионального развития // Экономика региона. — 2014. — № 3. — С. 218–232.
3. Дудин М.Н., Лясников Н.В. Модернизация инновационной экономики в контексте формирования и развития венчурного рынка // Общественные науки. М.: Издательство «МИИ Наука», 2011. — № 1. — С. 278–285.
4. Ивантер В.В., Порфирьев Б.Н. Новая экономическая политика: важнейшие императивы финансовой политики современной России // Экономика и управление. — 2014. — № 2 (100). — С. 6–11.
5. Ковальчук Ю., Степнов И. Развитие индустриальной системы высокотехнологичного общества на основе модернизации // Проблемы теории и практики управления. — 2013. — № 4. — С. 8–17.
6. Комков Н.И., Дудин М.Н., Лясников Н.В. Модернизация национальной энергетической системы как геополитический фактор устойчивого развития // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). — 2014. — № 2 (18). — С. 4–10.

7. Куклин А. А., Багаряков А. В., Никулина Н. Л. Формирование инновационной культуры в аспекте обеспечения экономической безопасности региона // *Управленец*. – 2012. – № 9-10 (37–38). – С. 30–33.
8. Лясников Н.В., Нижегородцев Р.М., Дудин М.Н., Секерин В.Д. Управление инновационным процессом: методические принципы и подходы // *Вестник экономической интеграции*. – 2013. – № 10. – С. 17–21.
9. Лясников Н.В., Дудин М.Н. Модернизация производства и генерирование инноваций как стимул сохранения стратегической устойчивости и конкурентоспособности предпринимательских структур // *Актуальные вопросы инновационной экономики*. – М.: Издательский Дом «Наука»; Институт Менеджмента и Маркетинга РАНХ и ГС при Президенте РФ. – 2012. – № 1(1). – С. 90–99.
10. Фёгеле З. Директ-маркетинг. – М.: Интерэксперт, 2006. – 78 с.
11. Ясин Е.Г., Акиндинова Н.В., Якобсон Л.И., Яковлев А.А. Состоится ли новая модель экономического роста в России? // *Вопросы экономики*. – 2013. – № 5. – С. 4–39.
12. Новый экономический словарь. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 428 с.
13. <http://www.frio.ru> // Официальный сайт Федерации рестораторов и отельеров.
14. 4.<http://www.opora.ru> // Официальный сайт «Опоры России».