

И. ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ И ИСТОРИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МЫСЛИ. ФИЛОСОФИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ

УДК 338.24

V.V. Chernykh

FORMATION OF A POSITIVE IMAGE OF AN ENTREPRENEUR IN THE RUSSIAN SOCIETY

The formation of a socially-oriented market economy in Russia is possible only with the intensive development of entrepreneurship in each of the regions of the country. In 2018, in order to strengthen entrepreneurial activity and increase a number of small and medium-sized businesses, the Government of the Russian Federation adopted the National Project "Small and Medium-Sized Enterprises and Support for Individual Entrepreneurial Initiative". The National Project list of activities to promote entrepreneurship is not exhaustive and may be supplemented by a number of others borrowed from the practice of foreign countries. Developed by the author list of activities can contribute not only to formation of a positive image of an entrepreneur in the Russian society, but in general also lead to an increase in the efficiency of business activities in Russia.

Keywords: entrepreneurship, small and medium-sized businesses, image of an entrepreneur, entrepreneurial activity, entrepreneurship in Russia.

В.В.Черных¹

ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ОБРАЗА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ В РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ

Становление социально ориентированной рыночной экономики в России возможно лишь при условии интенсивного развития предпринимательства в каждом из регионов страны. В 2018 г. с целью усиления предпринимательской активности и увеличения числа малых и средних предприятий правительством РФ был принят Национальный проект "Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы". Список мер по популяризации предпринимательства, предусмотренный нацпроектом, не является исчерпывающим и может быть дополнен рядом других, заимствованных из практики зарубежных государств. Разработанный автором перечень мероприятий может способствовать не только формированию положительного образа предпринимателя в российском обществе, но и в целом приведёт к повышению эффективности предпринимательской деятельности в России.

Ключевые слова: предпринимательство, малый и средний бизнес, образ предпринимателя, предпринимательская активность, предпринимательство в России.

DOI: 10.36807/2411-7269-2020-1-20-5-11

Становление социально ориентированной экономической модели России возможно лишь при условии интенсивного развития предпринимательства в каждом из регионов страны.

С целью активизации предпринимательской деятельности и увеличения числа малых и средних предприятий правительством РФ был разработан и утверждён в 2018 г. Национальный проект "Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы" [1]. Разработанный комплекс мер, который охватывает все ключевые сферы общественной жизни, имеет отражение в основных стратегических и программных документах, и, соответственно, должен прямо или косвенно повлиять на развитие малого и среднего предпринимательства в стране.

¹ Черных В.В., доцент кафедры государственного и муниципального управления, кандидат экономических наук; Выборгский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, г. Выборг

Chernykh V.V., Associate Professor of the Department of State and Municipal Administration, PhD in Economics; Vyborg Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Vyborg
E-mail: veronika.chernykh@inbox.ru

В свою очередь, входящий в него федеральный проект "Популяризация предпринимательства" призван обеспечить привлечение широких слоёв населения к предпринимательской деятельности, особенно безработных, молодёжи (школьников и студентов), бывших военнослужащих, социально незащищённых групп населения (инвалидов, пенсионеров).

Институциональное обеспечение деятельности малого и среднего предпринимательства (далее – МСП) является достаточно мощным и, в то же время, несколько разрозненным. Несмотря на значительное количество различных органов, работа которых направлена на поддержку предпринимательства в России, результативность их деятельности остаётся недостаточно высокой. Нормативно-правовые акты, касающиеся развития малого и среднего предпринимательства в РФ, подвергаются постоянным изменениям, требуют детального изучения, как со стороны предпринимателей, так и специалистов, деятельность которых связана с данными вопросами.

В этой связи перечень мер по формированию благоприятного социально-нравственного климата в российском обществе и популяризации предпринимательства, предусмотренный нацпроектом, не является исчерпывающим и может быть дополнен рядом других, заимствованных из зарубежной практики развитых государств.

Основные предложения по формированию положительного образа предпринимателя в российском обществе

1. Популяризация предпринимательской культуры и развитие предпринимательских навыков.

Культура предпринимательства в России в настоящее время находится на низком уровне. Динамика развития предпринимательства преимущественно отражает склонность к трудоустройству, чем к организации предпринимательской деятельности. В частности, статистические данные по развитию малого и среднего предпринимательства свидетельствуют о том, что существенная часть предпринимателей фактически находится в трудовых отношениях с заказчиками своих услуг. В российском обществе имеет место негативное восприятие предпринимательства и образа предпринимателя, что частично является отражением постсоветской экономики [2. С. 86].

Необходимым условием повышения уровня инновационности и конкурентоспособности предпринимательства является развитие человеческого капитала. Такой подход должен реализовываться во всей системе образования. Кроме того, существует несоответствие между результатами работы системы образования и потребностями субъектов малого и среднего предпринимательства. Субъекты МСП признают важность повышения профессионального уровня своего персонала, однако не всегда готовы финансировать их обучение из-за риска потерять квалифицированного работника. Первостепенное значение приобретает популяризация предпринимательства путём осуществления мероприятий с учётом различных категорий населения.

Долгосрочная информационная кампания в сотрудничестве со средствами массовой информации, представляющая предпринимательские ролевые модели или истории делового успеха, даст возможность популяризировать положительный образ предпринимателя в обществе. Проведение мероприятий по популяризации предпринимательства, в частности конкурсов для субъектов МСП, в том числе "Лучший предприниматель/новатор/экспортёр" привлечёт внимание людей молодого и среднего возраста. Достижению указанной цели также будет способствовать проведение в общеобразовательных учебных заведениях викторин, конкурсов, турниров, проектов и т.д. на региональном и местном уровне для выявления творческого потенциала и навыков предприимчивости у молодёжи. Повышение уровня осведомлённости и понимания положительной роли предпринимательства в обществе будет способствовать увеличению количества субъектов МСП.

2. Стимулирование к обучению в течение всей жизни.

С целью удовлетворения потребностей населения в обучении следует уделить внимание обучению в течение всей жизни, что является составляющей европейской модели образования (Европейские эталонные рамки, предусмотренные Рекомендацией 2006/962/ЕС Европейского Парламента и Совета ЕС "Об основных компетенциях для обучения в течение всей жизни" от 18 декабря 2006 г.) [3].

По мнению профессора Мельбурнского университета Патрика Гриффина – руководителя международного научного проекта по оценке и преподаванию навыков и компетенций XXI в., акценты современного человека смещаются в сторону умения критически

мыслить, способности к взаимодействию и коммуникации, творческому подходу к делу [4]. Поэтому стремление к организации успешных предприятий побуждает владельцев бизнеса овладевать знаниями по специальности и умениями управления творческими коллективами. В будущем учредители бизнеса могут собственным примером и проявлением различного рода интеллекта (знания, опыт, креативность, эмоциональная составляющая, авторитетность) превратить ценности продуцирующего характера (стремление к знаниям, инновационному труду, получение нового опыта на основе инициативы в разработке и реализации проектов) в нормы деятельности коллектива при стремлении использовать наработанные и креативные подходы для обеспечения прибыльного и социально ответственного бизнеса.

В условиях постиндустриального общества основными профессиями, способными выступить движущей силой, следует признать учёных и предпринимателей. Соответственно, экономической потребностью является налаживание взаимовыгодного партнёрства науки и бизнес-структур, что будет способствовать дальнейшей интеллектуализации существующего бизнеса или его полноценной трансформации в интеллектуально-инновационный бизнес. Весомым синергетическим результатом стремления к интеллектуально-инновационному лидерству в плоскости экономической эффективности станет увеличение рыночной стоимости организации за счёт наращивания нематериальных активов.

Привлечение субъектов малого и среднего предпринимательства к сотрудничеству с профессионально-техническими и высшими учебными заведениями, а также проведение профориентационных мероприятий вместе со вспомогательными службами будет способствовать удовлетворению потребностей в обучении и решению проблем в сфере занятости.

Особое внимание должно уделяться также неформальному обучению населения отдельным видам предпринимательства, что способствует повышению эффективности малого и среднего предпринимательства, а также обеспечению соответствия системы образования потребностям малого и среднего предпринимательства.

В свою очередь, система профессиональной подготовки должна учитывать точный и реалистичный прогноз относительно будущего квалификационного спроса на рынке труда России для обеспечения соответствия потребностям малого и среднего предпринимательства. Существует необходимость использования лучших международных практик для сбора данных, применения современных методов и систем прогнозирования.

3. Активизация обучения субъектов малого и среднего предпринимательства навыкам ведения внешнеэкономической деятельности.

Для осуществления деятельности на международном рынке субъекты малого и среднего предпринимательства должны обладать соответствующими знаниями и практическими навыками, в том числе по вопросам экспорта, импорта, привлечения внешнего финансирования, сотрудничества с предпринимателями в разных странах. Исключительно важным является обеспечение формирования эффективной взаимосвязи между субъектами МСП и повышением уровня профессионализма поставщиков образовательных услуг (в сфере регулирования, менеджмента и профессионального мастерства).

В этом направлении необходимо обеспечить расширение возможностей участия российских граждан, заинтересованных в осуществлении предпринимательской деятельности, и существующих субъектов МСП в программе Европейского Союза "Эразмус для молодых предпринимателей", которая может способствовать обучению предпринимателей из России в сфере интернационализации и культуры малого и среднего предпринимательства [5].

4. Обеспечение равных прав и возможностей женщин и мужчин в сфере малого и среднего предпринимательства.

Согласно оценкам международных экспертов, если гендерные диспропорции в предпринимательстве будут устранены, глобальный ВВП может вырасти на 2 %, или на 1,5 трлн долл. США [6]. Поэтому развитие женского предпринимательства всё чаще рассматривается как существенный фактор экономического роста страны, создания новых рабочих мест, равенства доходов, социальной инклюзии.

Кроме экономического эффекта, исследования показывают, что женщины склонны выделять большую часть своих доходов на продукты питания, заботу о здоровье и на оплату образования – словом, на то, что приносит пользу их семье и детям, а значит имеет мультипликативный эффект на поколения вперёд.

Признание женского предпринимательства главным источником создания новых рабочих мест, как для основателей бизнеса, так и для других работников растёт во многих странах мира. Например, в Соединённых Штатах Америки в 2014–2019 г. насчитывалось 12,9 млн предприятий, владельцами которых являлись женщины. На этих предприятиях было занято почти 9,4 млн чел. и генерировалось 1,9 трлн долл. США доходов [7].

Кроме этого, женщины-предпринимательницы могут транслировать различные взгляды на управление, организацию предприятия и предложить новые бизнес-решения. Польза для экономики и общества от активной политики по развитию женского предпринимательства является многогранной и значительной. Женские малые и средние предприятия – динамичный экономический ресурс для всех стран, где они развиваются, что подтверждается в документе Организации Объединённых Наций – Целях в области устойчивого развития на период до 2030 г. [8].

Опираясь на результаты ежегодного отчёта "Глобальный мониторинг предпринимательства", гендерный портрет малого и среднего предпринимательства в России характеризуется преобладанием мужчин-предпринимателей в целом. К тому же, в 2018 г. на фоне незначительного роста количества лиц, вовлечённых в создание нового бизнеса, наблюдается резкое снижение данного показателя среди женщин: 7,3 % мужчин и только 3,9 % женщин являлись ранними предпринимателями [2. С. 57].

В этом контексте важной задачей правительства является обеспечение мужчин и женщин равными правами и возможностями для создания и развития бизнеса в стране.

Популяризацией принципов гендерного равенства Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) сыграла важнейшую роль в утверждении вопросов женского предпринимательства как приоритетных в повестке дня "Большой семёрки" и "Группе двадцати" (G7 и G20) [9. Р. 6].

С 2013 г. правительства стран-участниц G7 и G20 уделяют всё большее внимание гендерному аспекту предпринимательства, признавая, что высокий уровень предпринимательской активности среди женщин и более широкий доступ женщин-предпринимательниц к ресурсам могут способствовать инновациям, социальной интеграции и инклюзивности.

Все страны "Большой семёрки" одобрили Гендерную рекомендацию ОЭСР, которая включает в себя программные принципы и предлагает дорожную карту для усиления гендерного равенства в сфере образования, занятости и предпринимательства. Гендерная рекомендация ОЭСР содержит конкретные меры, направленные на уменьшение гендерного разрыва в сфере предпринимательства [9].

Поскольку женщины в России составляют более половины населения (53 %), правительственные инициативы должны способствовать расширению экономических возможностей женщин в сфере занятости и развитию предпринимательского потенциала, устранению негативных гендерных стереотипов, учёта особых потребностей всех категорий женщин.

5. Поддержка предпринимательства для отдельных категорий населения.

Отдельные программы государственной поддержки в сфере предпринимательства для внутренне перемещённых лиц, бывших военнослужащих, молодёжи, старшего поколения (старше 50 лет) на сегодня отсутствуют. Однако центры занятости населения проводят обучение предпринимательству для зарегистрированных безработных.

Наряду с этим целесообразно введение дополнительных стимулов для работодателей по трудоустройству лиц предпенсионного возраста, лиц, впервые выходящих на рынок труда, лиц с малолетними детьми и лиц с инвалидностью. Наконец, немаловажно внедрить эффективные стимулы занятости сельского населения в результате создания гибкой учебной сети по вопросам ведения малого бизнеса, а также разработать программы государственной поддержки развития семейного бизнеса в сельской местности (финансовой, юридической, административно-консультационной помощи).

6. Содействие социальной ответственности малого и среднего предпринимательства.

Наличие положительного влияния результатов хозяйственной деятельности на окружающую среду, потребителей, работников, а также содействие социально-экономическому развитию муниципальных образований, на территории которых осуществляется хозяйственная деятельность, являются общими целями социальной ответственности предпринимательства.

Очередным толчком для интеграции социальной ответственности в планы деятельности субъектов хозяйствования, в том числе субъектов малого и среднего предприни-

нимательства, стало принятие в 2015 г. Генеральной Ассамблеей ООН Целей устойчивого развития до 2030 г. В документе обсуждаются новые варианты трансформации стратегий компаний в области корпоративной социальной ответственности в рамках новой цивилизационной парадигмы устойчивого развития [8].

При этом уровень осознания важности внедрения принципов социальной ответственности среди субъектов МСП остаётся достаточно низким и требует повышения осведомлённости российских граждан о пользе и преимуществах ответственного отношения к своей хозяйственной деятельности, заключающихся как в дополнительных конкурентных возможностях, так и в возможности непосредственного участия предпринимателя в улучшении жизни общества.

7. Содействие развитию социального предпринимательства путём создания транзитных рабочих мест.

В связи с ростом численности мигрантов в Россию из стран СНГ (Украины, Беларуси, Казахстана) растёт актуальность изучения возможностей организации и функционирования социальных предприятий для трудоустройства уязвимых категорий граждан, в том числе внутренне перемещённых лиц и мигрантов. Здесь возникает необходимость введения "транзитных рабочих мест".

Транзитные рабочие места могут создаваться на социальном предприятии, к организации которого следует привлекать территориальные общины, непосредственно заинтересованные в увеличении рабочих мест в городе или посёлке. Это будет предусматривать подготовку предложений по определению в законодательстве понятия "транзитные рабочие места".

Под транзитным рабочим местом понимается рабочее место, созданное с целью получения профессионального опыта для трудоустройства отдельных категорий граждан (мигрантов, молодёжи, инвалидов) на условиях срочного трудового договора. Основной задачей трудоустройства на транзитное рабочее место безработных является приобретение ими трудового опыта или повышение квалификации по полученной рабочей профессии.

К примеру, транзитное рабочее место следует рассматривать как рабочее место на специальном предприятии для лиц с инвалидностью, в мастерской или на учебно-производственном комбинате реабилитационного учреждения с сопровождением на рабочем месте. Такое рабочее место является компонентом подготовки человека с ограниченными возможностями к дальнейшему трудоустройству на открытом рынке труда и имеет целью дать возможность инвалиду приобрести навыки и опыт выполнения работы. Т.е. транзитное рабочее место направлено как на первичное трудоустройство лиц с ограниченными возможностями, так и на адаптацию этих лиц к трудовой деятельности. Транзитные рабочие места позволяют получить необходимый опыт по полученной специальности, привыкнуть к выполнению трудовых обязанностей и улучшить коммуникационную составляющую трудовой деятельности лиц с ограниченными возможностями. Срок пребывания на таком рабочем месте может варьироваться от нескольких месяцев до одного года.

Транзитные рабочие места для лиц с ограниченными возможностями следует создавать в первую очередь в сфере информационно-коммуникационных технологий, где труд этой категории лиц наиболее целесообразно использовать. Это профессии программистов, тестировщиков, UI-дизайнеров, аналитиков. Транзитные рабочие места должны предоставить необходимый опыт и уверенность лицам с ограниченными возможностями в своей профессиональной и социальной пригодности.

Вопросы создания и функционирования транзитных рабочих мест на социальных предприятиях в России законодательством на сегодняшний день не урегулированы. Государству следует найти дополнительные инструменты мотивации работодателей создавать транзитные рабочие места, например, путём уменьшения налоговой нагрузки при трудоустройстве отдельных категорий граждан на эти рабочие места. Таким образом, транзитные рабочие места могут стать действенным инструментом трудоустройства и адаптации лиц с ограниченными возможностями к трудовой занятости.

8. Проведение на постоянной основе Всемирной недели предпринимательства в России.

Всемирная неделя предпринимательства – это международный проект, объединяющий 170 стран-участниц. Миссия недели – популяризация предпринимательской деятельности среди населения и развитие предпринимательского потенциала государств.

Ежегодно, начиная с 2007 г., в Российской Федерации проводится Всемирная неделя предпринимательства, что содействует распространению информации о государственных программах поддержки МСП и поощрению населения заниматься предпринимательством.

В 2014 г. в рамках Всемирной недели предпринимательства в России стартовала новая инициатива – Международный день женского предпринимательства, направленная на поддержку и расширение прав и возможностей женщин-предпринимательниц во всём мире.

К проведению соответствующих мероприятий должны привлекаться представители всех заинтересованных сторон, в частности федеральных и региональных органов исполнительной власти, органов местного самоуправления, торгово-промышленных палат, объединений субъектов хозяйствования, общественных объединений, международных экономических организаций и т.д.

Выводы и рекомендации

1. Предпринимательство в XXI в. выступает одним из самых влиятельных социальных институтов современного общества. Малое и среднее предпринимательство как самостоятельная, систематическая, инициативная деятельность граждан и объединений является основой процветания и стабильности многих развитых государств. Именно за счёт активизации МСП в последние два–три десятилетия страны с рыночной экономикой достигли значительных экономических результатов и успешно решают назревшие социальные проблемы.

2. Советская пропаганда в течение полувека пыталась закрепить стереотип капиталиста-эксплуататора. Современная наука способна осветить настоящие черты российского предпринимательского класса, сформировавшиеся под влиянием различных исторических периодов жизни страны. Ряд предложенных автором мер может способствовать не только формированию положительного имиджа предпринимателя, но и в целом приведёт к повышению эффективности предпринимательской деятельности в России:

— популяризация предпринимательской культуры и развитие предпринимательских навыков (в том числе, повышение уровня финансовой и цифровой грамотности населения);

— стимулирование к обучению в течение всей жизни (в том числе поощрение работодателей к обучению своих наёмных работников);

— активизация обучения субъектов МСП навыкам ведения внешнеэкономической деятельности;

— поддержка предпринимательства для отдельных категорий населения;

— содействие социальной ответственности малого и среднего предпринимательства;

— содействие развитию социального предпринимательства путём создания транзитных рабочих мест;

— обеспечение равных прав и возможностей женщин и мужчин в сфере МСП;

— проведение на постоянной основе Всемирной недели предпринимательства в России.

3. Поскольку социально ориентированный бизнес является эффективным инструментом решения многих общественных проблем, растёт актуальность изучения возможностей организации социальных предприятий для трудоустройства уязвимых категорий граждан, в том числе внутренне перемещённых лиц, мигрантов, молодёжи, инвалидов. Здесь возникает необходимость введения транзитных рабочих мест.

Транзитные рабочие места могут создаваться на предприятиях, в учреждениях, организациях независимо от формы собственности, вида деятельности и хозяйствования, а также у физических лиц, которые используют труд других лиц на условиях трудового договора или на других условиях, предусмотренных законодательством, прежде всего для трудоустройства категорий граждан, нуждающихся в дополнительных конкурентных преимуществах на рынке труда. Предполагается, что транзитные рабочие места предназначены для выполнения квалифицированной оплачиваемой работы.

Список использованных источников

1. Паспорт национального проекта "Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы". Утверждён президиумом

Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам (протокол от 24 декабря 2018 г. № 16). – URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/7bb70b5d19ea26a9729839377e6ac38e/Passport_NP_MSP.pdf (дата обращения: 10.12.2019).

2. Национальный отчёт. Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2018/2019 // О.Р. Верховская, Е.А. Александрова, К.А. Богатырёва, М.В. Джелепова, Э.В. Шмелёва. Высшая школа менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета. – URL: https://gsom.spbu.ru/files/folder_17/otchet_fin_rgb.pdf (дата обращения: 10.12.2019).

3. Jan Figel. Key competencies for lifelong learning. European reference framework / Jan Figel. — European communities, 2007. – 16 p.

4. Хайрутдинов Д. Навыки XXI века: новая реальность в образовании. 2016. – URL: http://erazvitie.org/article/navyki_xxi_veka_novaja_realnost (дата обращения: 10.12.2019).

5. Официальный сайт "Erasmus для молодых предпринимателей". – URL: <https://www.erasmus-entrepreneurs.eu/> (дата обращения: 10.12.2019).

6. The Pursuit of Gender Equality: An Uphill Battle, OECD Publishing, Paris (2017). – URL: <https://www.oecd.org/publications/the-pursuit-of-gender-equality9789264281318-en.htm> (дата обращения: 20.12.2019).

7. The 2019 state of women-owned businesses report (2019) / Commissioned by American Express. – URL: https://about.americanexpress.com/files/doc_library/file/2019-state-of-women-owned-businesses-report.pdf (дата обращения: 15.01.2020).

8. Цели в области устойчивого развития / Официальный сайт Организации Объединённых Наций. – URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goals/> (дата обращения: 10.12.2019).

9. 2013 OECD Recommendation of the Council on Gender Equality in Education, Employment and Entrepreneurship, OECD Publishing, Paris, 2017. URL: https://read.oecd-ilibrary.org/employment/2013-oecd-recommendation-of-the-council-on-gender-equality-in-education-employment-and-entrepreneurship_9789264279391-en (дата обращения: 20.12.2019).