

П.Н. Клюкин, Е.Н. Данилова, Е.С. Кудрявцева *

ПРИЧИНЫ И ИНИЦИАТОРЫ РАЗВИТИЯ БИЗНЕС-ПАТРИОТИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В статье проводится обзор основных тенденций «бизнес-патриотизма» в России. Затем в свете выявленных тенденций дается оценка потенциала развития малого и среднего предпринимательства, доли импортозамещения товаров различных категорий, направлений инвестиционных потоков российских предпринимателей. Выделяются основные инициаторы проведения данной политики в Российской Федерации и определяется круг обязанностей каждого из них для скорейшего претворения этой идеи в жизнь. На основе данных Федеральной службы государственной статистики, доклада Национального института исследований проблем предпринимательства, Росстата оцениваются темпы роста экономических показателей малых и средних предприятий. В большинстве субъектов РФ они крайне низки, но имеют тенденции к повышению в тех регионах, где сложился особый микроклимат для развития малого предпринимательства. Эти условия в данной статье подробно проанализированы.

Ключевые слова: бизнес – патриотизм, малое и среднее предпринимательство, импортозамещение, направление инвестиционных потоков, темпы роста, идеология современной России, государственное субсидирование, общественные ассоциации

The purpose of this study is a review the main trends in Russian «business-patriotism”, and then in the light of the identified trends to access the potential growth of small and medium businesses in the market, import substitution, the direction of Russian businessmen’ investment flows, highlight the main initiators of this policy in the Russian Federation and to determine the responsibilities of each other in order to realize this idea. Small and medium enterprises’ growth is evaluated based on the statistical data of the Federal State Statistics Service, the National Institute for System Studies of Entrepreneurship. In most

* Клюкин П.Н. – заведующий лабораторией изучения наследия российских экономистов Института экономики РАН, доктор экономических наук, профессор; Данилова Е.Н, Кудрявцева Е.С. – студенты Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

regions these indicators are really low, but they have a tendency to increase in areas where there was a special microclimate for its' development. These conditions have been analyzed in detail in this research.

Keywords: *Business-patriotism, small and medium enterprises, import substitution, the direction of investment flows, economic growth, the modern Russia ideology, state funding, public associations*

Для того, чтобы начать данное исследование, необходимо понять с какого момента истории Российской Федерации приобретать отечественные товары стало не престижно. Переломным моментом можно считать «перестройку» и 1990-е, когда Россия была открыта для импорта из всех стран. Неграмотное управление производственными силами отразилось на качестве местных товаров, которое уступало импортным по всем параметрам. Более того, импортные товары в то время – символ нечего нового, современного, и разочарование в собственном производстве – решающий неценовой фактор, который повлиял на снижение спроса на товары и услуги отечественного производителя. Но стоит заметить, что Россия всегда была импортером товаров, которые невозможно произвести на территории страны: южных фруктов, эксклюзивных тканей, специй и т.д. Тенденция замены производимых в границах РФ товаров наблюдается только в течение последних 20 лет. Следовательно, задачей правительства является скорейшее восстановление «репутации» нашего государства в глазах собственных граждан, чтобы переориентировать и предпринимателей, и потребителей на отечественный рынок.

Патриотизм – некий нравственный принцип, который подразумевает готовность помочь Отечеству. Следовательно, экономический патриотизм предполагает ориентацию корпоративных интересов предпринимателя, домохозяйств и государства на решение внутренних государственных задач. Основная задача государства заключается в постоянном убеждении предпринимателей инвестировать средства в экономику собственной страны и в стимулировании потребительского интереса к отечественным товарам. Безусловно, о полном импортозамещении речи не идет, но русские производители могут предложить альтернативу в легкой, пищевой промышленности, текстильной и других отраслях. Поэтому назвать проведение подобной политики «вторым железным занавесом» будет неточно и неправильно вовсе, так как ее центральным звеном является защита национальных интересов, освобождения иностранной интервенции во всевозможных формах – от продовольственной до культурной. В этом контексте национальная независимость – главная цель, а государствен-

ное вмешательство рассматривается как попытка сохранения национальной экономики.

Таким образом, можно вывести основные постулаты идеи бизнес – патриотизма. Во-первых, бизнес-патриотизм – это социальная ответственность бизнеса перед страной. Предприниматель должен обеспечить достойную заработную плату сотрудникам, улучшать условия труда, стараться увеличить занятость населения, уменьшая безработицу. Эту задача возлагается на малый и средний бизнес, так как это наиболее гибкая форма коммерческой организации, поэтому и является основной в концепции данного подхода. Во-вторых, принцип привлечения частных инвестиций в развитие российского производства. В свою очередь крупные компании и отдельные инвесторы должны пересмотреть источники своего дохода, быть готовыми получать прибыль в долгосрочной перспективе от производства внутри страны, нежели быструю прибыль от вложений в развитие других стран. И наконец, принцип популяризации патриотических ценностей в среде активной молодежи предполагает создание общественных программ ассоциаций, целью которых является прививание предпринимательской инициативы студентам.

На государство возлагаются иные задачи. Например, стимулирование малого и среднего предпринимательства посредством применения льготного налогообложения, субсидирования затратных отраслей, которые в ближайшей перспективе могут принести хорошую прибыль, и пересмотр программы государственных закупок. Какие же каналы более эффективные?

Официально в России на данный момент насчитывается около 20 млн безработных. Государство заинтересовано максимально сократить число этой категории населения. Развитие малого бизнеса – самый простой и быстрый путь решения проблемы. Для этого необходимо ослабить налоговую нагрузку на этот экономический пласт, упростить порядок сдачи отчетности, уменьшить чисто барьеров вхождения на рынок, уменьшить размер административных штрафов, другими словами, создать более «комфортные условия» для ведения бизнеса.

Поправки, внесенные в прошлом году в закон №209-ФЗ, позволили с 2016 года относить к малому бизнесу (в том числе, к микропредприятиям) большее количество бизнесменов:

– Лимит годовой выручки от реализации товаров и услуг для малых предприятий увеличился с 400 до 800 млн рублей, а для микропредприятий – с 60 до 120 млн рублей.

– Выросла разрешенная доля участия других коммерческих организаций (не являющихся субъектами малого и среднего предпринимательства) в уставном капитале малого предприятия – с 25% до 49%.

– Увеличен период, в течение которого бизнесмен относится к этой категории, даже если он превысил лимит по выручке или численности работников – с двух до трех лет.

– Для индивидуальных предпринимателей действуют те же самые критерии разделения на малый и средний бизнес: по доходам и числу работников.

Налоговый кодекс РФ – на данный момент основной нормативно-правовой документ, регулирующий налогообложение в малом бизнесе, в котором по состоянию на 2015 г. для российских индивидуальных предпринимателей и организаций предусмотрено 5 режимов налогообложения: 1 общий (ОСНО) и 4 специальных налоговых режима (УСН, ЕНВД, ЕСХН, ПСН).

Выбор той или иной системы налогообложения дает возможность организации или ИП воспользоваться льготами малому бизнесу, установленными налоговым законодательством. Поэтому многие предприниматели считают, что уплата налогов требует специфических знаний, смекалки или найма специалистов – профессионалов. Кроме того, недостаточная ясность нормативных документов, частотные изменения налогового законодательства вводят начинающего предпринимателя в заблуждение.

Всероссийский статистический опрос о налогообложении для малого бизнеса 2015 года показал, что процент предпринимателей, ощутивших на себе ужесточение административных барьеров, увеличился на 11,3% (по сравнению с 2014 годом) и составил 58,7%. 15,4% предпринимателей малого бизнеса посчитали необходимым снизить ставку налогообложения, так как с 2013 по 2015 гг. количество малых предприятий снизилось на 46 тыс. ед. (2,23%)¹.

Анализ результатов налоговой политики показал, что специальные налоговые режимы замедляют темпы роста основных показателей деятельности малого бизнеса.

Общезвестный факт, что снижение налогов болезненно для консолидированного бюджета и региональных бюджетов в целом. Поэтому государство применяет иные методы стимулирования малого предпринимательства, а именно субсидирование. Сейчас субсидии малому и среднему предпринимательству предоставляются согласно постановлению Правительства №1605 от 30 октября 2014 г.

Действительно, по этой правительственной программе некоторые

¹ *Чентмерова В.А.* Статистический анализ налогообложения малого предпринимательства России / Системное управление в России // Вятская государственная сельскохозяйственная академия. 2016. №1(30). С. 9.

предприниматели смогли получить средства: в доказательство приведены данные из протокола заседания отраслевой комиссии по выделению субсидий г. Москвы от 19-21 ноября 2014 года: из 163 принятых заявок, 50 заявителей получили субсидии от 39 до 500 тыс. руб., 9 из них получили максимальный размер стипендии.

Таблица 1.

Направление поддержки	Виды программ	Максимальная сумма
Меры поддержки предпринимательства	Субсидии для начинающих предпринимателей	500 000 рублей
	Субсидии на возмещение части затрат по договорам финансовой аренды (лизинга)	5 000 000 рублей (но не более 30% стоимости предмета лизинга)
	Субсидии на возмещение процентов по кредиту	5 000 000 рублей (но не более 30% стоимости предмета лизинга)
	Субсидии на возмещение части затрат, связанных с участием в конгрессно-выставочных мероприятиях	300 000 рублей

Источник: составлено авторами.

Сравнительный анализ данных Ежеквартального Информационно-аналитического Доклада Национального Института современного исследования проблем предпринимательства в 2016 году¹ и интернет ресурса «1с старт»². С 2014 года можно увидеть, что количество субсидий заметно возрастает. Интересен тот факт, что каждый регион сам определяет размер субсидий. Субсидиарными объектами можно назвать следующие: первый лизинговый взнос, процент от кредита, приобретение оборудования и другие. В 2015 году увеличивалось количество малых предприятий на 100 тыс. человек населения в тех федеральных округах, где количество

¹ Ежеквартальный информационно-аналитический доклад Национального института системных исследований проблем предпринимательства «Динамика развития малого предпринимательства в регионах России в 2014/2015 году». М., 2016. С. 20.

² Субсидии малому бизнесу // 1С-Старт: <https://www.regberry.ru>

предложений субсидирования и номинальная стоимость субсидий была выше. Например, явное увеличение числа малых предпринимателей наблюдается в Тверской (со 160 до 165) и Ростовской (125-135) областях, так как там количество предложений равно соответственно 7 и 12, а наибольший размер стипендии составляет 10 млн рублей (числовые показатели приблизительные). В областях же с низкими показателями, например, Ненецком округе (3 предложения) и Удмуртской области (1 предложение) и максимальная сумма государственных сложений не превышает 100 тыс. рублей, наблюдается сокращение количества малых предприятий.

По данным этого же статистического документа можно отметить: «По состоянию на 1 января 2016 года в России было зарегистрировано 241,8 тыс. малых предприятий, что на 2,6% больше, чем по состоянию на 1 января 2015 года. Количество малых предприятий в расчете на 100 тыс. жителей за прошедший год увеличилось на 1,3 ед. и составило 165,3 ед»¹.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что государство имеет мощные, а главное эффективные рычаги влияния на активность предпринимателей. Статистические данные показывают, что вмешательство государства в экономику приносит свою выгоду, стимулирует ведение бизнеса именно в условиях патриотизма. Если предприниматели почувствуют поддержку, понимая, что груз восстановления национальной экономики лежит не только на их плечах, инициатива пойдет и от этих участников экономических отношений.

1. Инициатива предпринимателей

Для начала нужно исследовать процесс переориентации экономики на отечественное производство: долю импортозамещения, повышение доли малого и среднего бизнеса на рынке. Мы считаем, что самым «патриотичный» бизнес ведет малый и средний предприниматель. Именно с этого экономического пласта и должна, на наш взгляд, начаться переориентация рынка.

Рассмотрим рынок малого и среднего бизнеса в период 2008-2014 гг. Как можно увидеть, за этот период количество малых предприятий снизилось на 16,6%. Особенно серьезный спад был по отношению к 2010 г. Это можно объяснить сильным экономическим кризисом в 2008 г., в котором государство было не способно поддерживать отечественных производителей².

Особым переломным моментом стал 2014 год. Россия подверглась

¹ <http://nisse.ru>. С. 19.

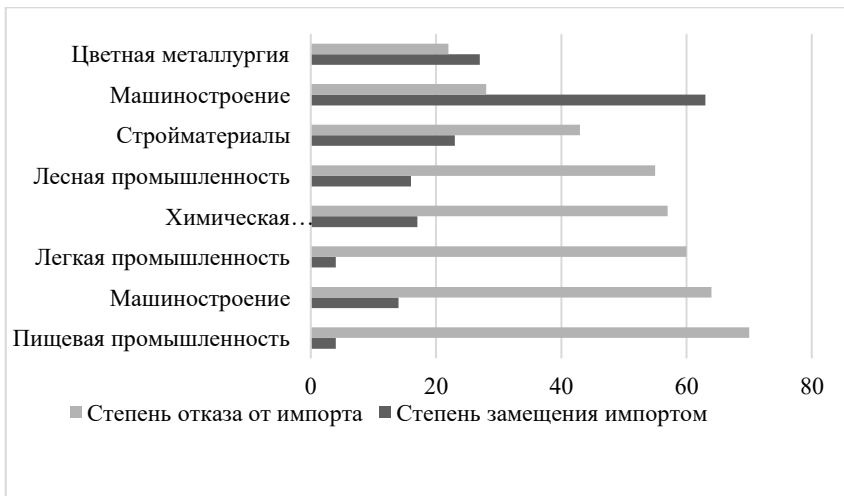
² <http://nisse.ru>. С. 20.

значительным санкциям со стороны государств-экспортеров. Их результатом стал запрет на продажу многих товаров в России. В этот период встала проблема поддержания малого и среднего бизнеса.

Далее необходимо проанализировать долю импортозамещения и отказа от импорта иностранных товаров, в частности оборудования и машин. Самая высокая степень отказа от импорта представлена в первую очередь в пищевой промышленности. В ней 70% предприятий снизили или прекратили закупки импортных машин и оборудования. Чуть меньше данный процесс имел место в машиностроении – 64% предприятий, а в легкой промышленности – 60%. Совершенно по-другому дело обстоит на рынке металлургии, где только четверть отказалась от закупки импортной техники и оборудования в 2015 году, что свидетельствует о низкой конкурентоспособности предприятий в России. Однако принципиально различаются масштабы импортозамещения. Слабее всего оно идет в легкой и пищевой промышленности: только 3% предприятий отреагировали ростом закупок российского оборудования на снижение закупок аналогичного импорта. Лидером же стала черная металлургия, в которой замещение иностранных покупок достигло 67%¹.

Рисунок 1.

Соотношение отказа и замещения импортной продукции



¹ Вишнякова Т.А., Атякишева Ю.Г. Есть ли реальное импортозамещение в России? // Концепт. 2016. Т. 11. С. 401-405.

Однако, несмотря на это, в стране существуют определенные препятствия для импортозамещения: недостаточная поддержка государством выпуска отечественного оборудования и сырья, низкое качество российских аналогов, а иногда и их полное отсутствие. Это создает проблему переориентации бизнеса на внутренний рынок.

Одним из ключевых показателей экономического роста являются инвестиции в малый и средний бизнес. Проанализировав данные по объему инвестиций, мы можем наблюдать снижение их объемов на протяжении 6 указанных лет. Тенденция такова: после кризиса 2008 г. из-за нехватки свободных средств инвестиции резко упали, однако уже к 2011 г. и в последующие годы происходит их постепенное увеличение.

Если рассмотреть рынок в целом, то показатели 2014 г. остаются ниже по сравнению с 2008 г. С одной стороны, объем инвестиций увеличился на 40,6%. Однако если принять во внимание инфляцию, то в итоге мы получим, что за данный период инвестиции снизились на 9,9%¹.

$$\Delta I = \frac{I_{2014} - I_{2008}}{I_{2008}} * 100\% , \text{ где } I - \text{ это объем инвестиций.}$$

Если рассмотреть два последних года, то в 2015 году объем инвестиций ниже на 38,6% по сравнению с 2014 годом, и это показатель только в текущих ценах. Отрицательная динамика объема инвестиций в основной капитал на малых предприятиях с учетом ИПЦ отмечается во всех федеральных округах. Снижение инвестиций может означать, что ожидаемая отдача от вложения очень низкая. Это показывает, что рынок малого и среднего бизнеса достаточно неустойчив к воздействиям внешних факторов.

Таким образом, даже фрагментарный анализ инвестиционной ситуации и доли импортозамещения показывает и выявляет настоятельную необходимость воздействовать на экономику и «сверху», и «снизу».

2. Инициатива общества

Гражданское общество, безусловно, может воздействовать на поведение предпринимателей. В чем выражается это влияние «снизу»? Например, в создании организаций по поддержке малого предпринимательства. Рассмотрим случай взаимодействия предпринимательства и гражданского общества на примере ассоциации предпринимателей по развитию бизнес-патриотизма «АВАНТИ».

«АВАНТИ» — это общественная площадка, работающая вне политики, ведущая конструктивный диалог со всеми политическими и общественными силами ради воплощения идеи «бизнес-патриотизма» в Рос-

¹ <http://nisse.ru>. С. 21.

сии. Ассоциация была основана в июле 2014 года. Ее создатель – российский предприниматель и государственный деятель Умар Алиевич Джабраилов (1958 г.р.), реакция которого на введенные санкции против России и выразилась в желании собрать команду с целью консолидировать патриотично настроенный бизнес. В руководство ассоциации входят успешные российские предприниматели, члены Федерального Собрания, олимпийские чемпионы и другие выдающиеся личности, заинтересованные в развитии тенденции «бизнес – патриотизма». Идеологически опорными программами ее учредители считают политические программы Сильвио Берлускони (Италия), Жака Ширака (Франция) и Герхарда Шрёдера (Германия). Курс последнего предполагал ограничение расходов на здравоохранение, пенсионное и социальное обеспечение с целью сокращения безработицы и повышения предпринимательской активности: «К августу 2007 Шрёдер достиг определённых успехов в борьбе с безработицей: число безработных в Германии сократилось до 3,7 млн человек, или 8,8% трудоспособного населения»¹.

Ознакомившись с пакетами реформ перечисленных политиков и их результатами, мы можем утверждать, что лозунги и идея Ассоциации не голословны. В других странах идея, похожая на тактику «бизнес – патриотизма», взбудрила экономику и увеличила показатели ее роста.

В этой связи работа Ассоциации ведется в трех направлениях. Во-первых, проводится активная агитация среди молодежи, предполагающая приобщение студентов приоритетных вузов к идее предпринимательской инициативы посредством проведения лекций, мастер-классов и конкурсов, благодаря которым можно получить премию и начать свой собственный бизнес. Второе направление деятельности – создание бизнес – клуба, где предприниматели смогут делиться своим опытом и получить юридическую и даже материальную поддержку совершенно бесплатно. Третья задача заключается в поддержке малого бизнеса: поиске инвесторов, документальном и юридическом оформлении бизнеса. Это своего рода бизнес-консалтинг.

В качестве примера деятельности ассоциации можно привести следующий факт. В 2015 году была создана компания «АВАНТИСтройГрупп», которая активно включилась в процесс выполнения Указа Президента Российской Федерации №600 от 7 мая 2012 года «О мерах по обеспечению граждан Российской Федерации доступным и комфортным жильем и повышению качества жилищно-коммунальных

¹ <http://www.businesspatriot.ru>

услуг». Одним из сданных объектов является «Детский сад» в городе Ревутов. Кроме того, целью компании является привлечение инвестиций российских предпринимателей и тем самым приостановка вывоза российского капитала за границу (а отток его, и весьма значительный, продолжается и поныне). Также 4 декабря 2015 года при поддержке «АВАНТИ» была проведена Первая Инвестиционная Сессия «Сила Старта», цель которой – представить проекты молодых начинающих предпринимателей. На рассмотрение инвесторам были представлены 112 проектов, лучший из которых получил 20 млн. руб. в качестве стартапа.

Также у ассоциаций имеется еще много других не реализованных проектов. Таких, например, как учреждение ежегодной премии «Бизнес – патриот» и организации представительства Ассоциации во всех регионах страны.

Таким образом, можно подвести некоторые итоги. В ходе исследования мы выяснили, что бизнес – патриот – это смелый русский предприниматель, которые создал бизнес с нуля. Тем самым он создал новые рабочие места; он верит, что благодаря этому он лично участвует в восстановлении российской экономики. Государству, в свою очередь, также выгодно поддержать эту инициативу, так как через довольно короткий период времени оно может улучшить ситуацию с бюджетом, имея в виду дополнительные налоговые поступления. В ходе исследования было также выяснено, что первые шаги на пути претворения этой идеалистической модели в жизнь наблюдаются некоторые успехи. В регионах с большим числом предложений субсидирования увеличивается количество малых и средних предприятий, а доля импортозамещения растет. Кроме того, можно отметить, что в трудные кризисные времена дать толчок обществу и направить его на путь экономического роста может именно правильно выбранная идеология и экономическая политика, что и стремится, по-видимому, делать наше правительство сейчас. Идея всеобщего патриотизма исходит и явно пропагандируется властью, поддержку идея снискала именно в сфере предпринимательства, так как подобная переориентировка настроений общества действительно может принести не только большую прибыль, но и большие объемы производства товаров и услуг и новые сферы применения человеческого капитала.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Барсукова С.Ю., Дюфи К. Восприятие рынка и патриотизма в современном российском бизнесе // Мир России. 2013. №4.

Вишнякова Т.А., Атякшева Ю.Г. Есть ли реальное импортозамещение в России? // Концепт. 2016. Т. 11.

Динамика развития малого предпринимательства в регионах России в 2014/2015 году // Ежеквартальный информационно-аналитический доклад Национального института системных исследований проблем предпринимательства: <http://nisse.ru>

Малое и среднее предпринимательство в России. 2015: Стат. сб. 19. М.: Росстат, 2015.

Олениченко И.П. Выступление на всероссийской школе «Наука. Бизнес. Инновации». 2016 // <http://sila-power.ru>

Официальный сайт федеральной службы государственной статистики: <http://www.gks.ru>

Субсидии малому бизнесу // 1С-Старт: <https://www.regberry.ru>

Чентемерова В.А. Статистический анализ налогообложения малого предпринимательства России / Системное управление в России // Вятская государственная сельскохозяйственная академия. 2016. №1(30).

Янсуков Р.М. Бизнес-патриотизм – жизнь нашей команды // Кавполит. 2016: <http://kavpolit.com>