

Научная статья
<https://doi.org/10.24412/2220-2404-2024-11-14>
УДК 316.1:334.02



УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНЕ (СРАВНИТЕЛЬНЫЙ СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ)

Куракова Т.В.

Кубанский государственный технологический университет

Аннотация. Данная статья посвящена перспективам применения методов социологии (в частности, глубинных интервью) в качестве инструмента исследования эффективности деятельности субъектов малого предпринимательства (далее – СМП) наравне со статистическими методами с целью управления развитием малого предпринимательства в регионах. В статье рассмотрены различные определения СМП, а также представлено сравнение статистических и социологических методов исследования. В рамках данного исследования был дважды проведен социологический опрос СМП, в 2019 и 2024 гг., направленный на выявление мнений респондентов о существующей среде малого бизнеса и перспективах его развития в Краснодарском крае, полученные результаты проанализированы и представлены соответствующие выводы. Также, были сформулированы рекомендации по применению социологических исследований в рамках мониторинга деятельности СМП, а также иных аспектов региональной политики.

Ключевые слова: субъекты малого предпринимательства, региональная политика, социология управления, социологический опрос, глубинное интервью, меры государственной поддержки, статистика, предпринимательство.

MANAGEMENT OF SMALL BUSINESS DEVELOPMENT IN THE REGION (COMPARATIVE SOCIOLOGICAL ANALYSIS)

Tatiana V. Kurakova

Kuban State Technological University

Abstract. This article is devoted to the prospects for the application of sociological methods (in particular, in-depth interviews) as a tool for studying the effectiveness of small business entities (hereinafter referred to as SMEs) along with statistical methods in order to manage the development of small business in the regions. The article discusses various definitions of SMEs, and also presents a comparison of statistical and sociological research methods. As part of this study, a sociological survey of SMEs was conducted twice, in 2019 and 2024, aimed at identifying the opinions of respondents about the existing small business environment and the prospects for its development in the Krasnodar Territory, the results were analyzed and the corresponding conclusions were presented. Recommendations were also formed on the use of sociological research in the framework of monitoring the activities of SMEs, as well as other aspects of regional policy.

Keywords: small business entities, regional policy, sociology of management, sociological survey, in-depth interview, government support measures, statistics, entrepreneurship.

Введение. Несмотря на тот факт, что малое предпринимательство является неотъемлемой частью экономики любого государства, до сих пор не существует единых определения и критериев малого предпринимательства. Так, например, французская Всеобщая конфедерация малых и средних компаний дает следующее определение: «малые и средние предприятия - это те пред-

приятия, в которых владелец имеет в своей собственности большую часть капитала и обеспечивает личное руководство своим персоналом» [1].

Английский экономист Ф. Кларк рассматривает малое предпринимательство, как деятельность, направленную не столь на извлечение максимальной прибыли, сколько на получение удовлетворения от независимости и творческого характера деятельности.

В российской науке наиболее полную характеристику малого предпринимательства дал А. Шулуус, который выделил следующие особенности: единство права собственности и непосредственное управление бизнесом, ограниченность масштабов деятельности, небольшие рынки ресурсов и сбыта, семейное ведение дела [2].

В РФ базовым документом, регулирующим положение малого бизнеса, является Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 29.05.2024) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». Данный документ выделяет следующие критерии малого бизнеса (субъект предпринимательства должен соответствовать всем критериям одновременно для причисления к малым):

- среднесписочная численность - до 100 человек;

- доход, полученный за минувший календарный год от осуществления всех видов деятельности - не более 800 000 тыс. руб.,

- процент членства иных обществ в уставном фонде компании: не более 25% для государства, муниципальных образований и общественных организаций, и не более 49% для иностранных и российских юридических лиц [3].

В соответствии с Федеральным законом, главной целью государственной политики в области развития малого предпринимательства является обеспечение благоприятных условий для их развития, а также увеличение доли производимых субъектами малого и среднего предпринимательства товаров (работ, услуг) в объеме валового внутреннего продукта, так как малое предпринимательство является катализатором мобильности и скорости выполнения услуг, особенно в потребительском секторе [4].

Обсуждение.

Основным методом исследования эффективности деятельности субъектов малого предпринимательства в РФ являются статистические исследования. Субъекты малого предпринимательства сдают определенную отчетность в органы государственной статистики, на основе которых формируются общие выводы о состоянии малого предпринимательства в стране.

Основные показатели, подлежащие статистическому наблюдению: средняя численность работников, выручка и финансовый результат деятельности субъектов малого предпринимательства в разрезе разных видов экономической деятельности, среднемесячная начисленная заработ-

ная плата работников, объем инвестиций в основной капитал, а также анализ инвестиционной деятельности малых предприятий.

Несмотря на то, что статистические методы позволяют в наиболее короткие сроки собрать и систематизировать большое количество данных, статистическое наблюдение имеет также ряд недостатков:

- формальное отношение к исследованию: статистический анализ касается только определенного набора показателей, не все респонденты понимают значимость представления статистической отчетности, поэтому могут указывать неточные данные при заполнении форм, особенно в части оценочных суждений;

- отсутствие обратной связи: поскольку в статистической отчетности отсутствуют открытые вопросы, респонденты не могут заявить о своих проблемах или потребностях.

Чтобы устранить данные «пробелы», можно рекомендовать, наравне со статистическим наблюдением, использование социологических опросов, как методов исследования эффективности малого предпринимательства (создание фокус-групп, глубинные интервью). Несмотря на то, что данный метод является более трудозатратным, он позволяет выявить проблемы и тенденции функционирования малого предпринимательства в аспектах, не учтенных в рамках статистического наблюдения.

Продемонстрируем применение данного метода на конкретном примере.

В рамках исследования, результаты которого представлены в настоящей статье, был проведен дважды проведен социологический опрос - глубинное интервью - в 2019 и 2024 гг. выборка которого составила 10 представителей малого предпринимательства, осуществляющих свою деятельность в следующих отраслях: сельское хозяйство, розничная торговля, сфера услуг, общественное питание, промышленность, ИТ. Формирование выборки происходило методом «снежного кома».

Сравним результаты опросов, проведенных в 2019 и 2024 гг.

Результаты.

В 2019 г. 90% опрошенных оценивали состояние своего бизнеса, как удовлетворительное, 1% - как кризисное. Большинство опрошенных отмечали, что в регионе существует тенденция стагнации развития малого и среднего бизнеса в различных отраслях экономики, вызванные ростом налоговой нагрузки и снижением покупательской способности потребителей. Наиболее

депрессивными, по мнению информантов, являлись промышленность и венчурный бизнес. Лидирующие позиции занимают производство и реализация сельскохозяйственной продукции, а также сфера услуг и розничной торговли. 10 из 10 опрошенных отметили высокий уровень конкуренции в своем секторе экономики.

В 2024 г. 80% опрошенных оценивают состояние своего бизнеса, как удовлетворительное (бизнес справился с перенаправлением поставок, санкционными, валютными и законодательными ограничениями) и 20% - как хорошее. В отличие от 2019 г., наиболее прибыльным и перспективным направлением бизнеса являются информационные технологии (ИТ), данная тенденция объясняется, в первую очередь, общемировой тенденцией массовой цифровизации, внедрением искусственного интеллекта, а также мерами государственной поддержки данной отрасли (льготная ипотека, отсрочка от мобилизации, пониженная ставка по налогу на прибыль для ИТ компаний). 70% опрошенных ощутили изменения, вызванные текущей геополитической ситуацией, 30% ответили, что их операционная деятельность никак не изменилась.

Также, респондентам в 2019 и 2024 гг. было предложено выделить 3 фактора, оказывающих наиболее сильное влияние на состояние их бизнеса.

В 2019 г. были получены следующие результаты. Самым важным фактором влияния (негативного) на развитие малого предпринимательства в Краснодарском крае отмечали нестабильную экономическую ситуацию в стране в целом, а также снижение потребительского спроса (7 из 10 опрошенных).

Следующим по значимости фактором, сдерживающим развитие малого и среднего предпринимательства в регионе, 6 из 10 респондентов отметили неэффективную налоговую политику, а именно: высокую налоговую нагрузку и недостаточное количество федеральных и региональных налоговых льгот, и налоговых «каникул», в частности, для предпринимателей, только начавших свою деятельность. По мнению 9 из 10 респондентов, неэффективная налоговая политика государства приводит к тому, что большинство субъектов малого и среднего бизнеса уходит в «теневой сектор» экономики.

Третьей причиной, оказывающей негативное влияние на укрепление позиций малого бизнеса, является рост цен на сырье, комплектующие изделия и другие материалы.

В 2024 г. в качестве главной причины, оказывающей наибольшее влияние на бизнес, респонденты также называли нехватку клиентов, снижение спроса на товары и услуги, уход клиентов к конкурентам, снижением объемов производства и заказов. Данную тенденцию можно объяснить ростом инфляции, а также снижением доходов населения.

Следующим по значимости фактором влияния на бизнес является высокая стоимость продвижения - рост цен на рекламные услуги и SMM, большое количество рекламных площадок, которые должны быть охвачены, а также отсутствие грамотных специалистов, способных проводить маркетинговые исследования и анализировать поведение потребителей.

И только третьей по значимости причиной было названо изменение системы поставок, вызванное санкционными ограничениями. В целом можно констатировать, что малый бизнес полностью или частично справился с проблемами из-за прекращения работы со старыми каналами поставок путем поиска поставщиков на внутреннем и китайском рынке.

Таким образом, несмотря на то, что последние несколько лет малый бизнес функционировал в состоянии значительных геополитических, экономических и законодательных изменений, наиболее актуальной проблемой, как и в 2019 г., является низкий спрос и низкая покупательская способность.

Также, повышается роль грамотной рекламной кампании. В настоящее время существует множество каналов продвижения своей продукции/работ/услуг: социальные сети (VK, Telegram), реклама в поисковых системах (Яндекс, Google), а также традиционные каналы, такие как телевидение и наружная реклама, среди которых необходимо выбрать наиболее эффективный. Для этого нужно знать и понимать привычки своего потенциального потребителя, что требует максимальной вовлеченности в маркетинг или привлечение высоко квалифицированных специалистов.

Также, следует отметить, что хотя в 2019 г. высокая налоговая нагрузка была одним из ключевых факторов, волнующих малый бизнес, в 2024 г. ни один респондент не назвал ее в качестве приоритетных. При этом при более подробном рассмотрении налоговой политики государства, респонденты отмечали обеспокоенность предстоящей налоговой реформой (половина опрошенных находится на Упрощенной системе налогообложения и с 2025 г. станут плательщиками НДС),

а также хотели бы получать такую меру поддержки как “налоговые каникулы” - невзимание налогов первый год после начала предпринимательской деятельности.

Также, 10 из 10 респондентов отметили, что внедрение самозанятости оказало революционно положительное влияние на бизнес в целом, в том числе, на их собственную деятельность.

5 из 10 респондентов отметили, что их беспокоит нестабильность в изменениях в законодательстве - частота, непрозрачность и сложность в соблюдении всех требований является дополнительным фактором, осложняющим предпринимательскую деятельность.

Относительно вопроса внедрения инноваций в текущую предпринимательскую деятельность, в 2019 г. только 2 из 10 опрошенных ответили, что уже внедряли инновации в свой бизнес, осуществили автоматизацию производства и собираются продолжать делать это в будущем. Остальные респонденты были уверены, что инновации не являются их целью «в условиях выживания», так, как только повышают производственные издержки и не приносят экономического эффекта».

В 2024 г. тенденция не изменилась. 9 из 10 опрошенных отметили, что инновации не являются приоритетом и не окажут существенного влияния на бизнес. В целом респонденты демонстрируют непонимание возможностей digital-инструментов. В основном это связано с тем, что у предпринимателей не хватает времени изучать современные технологии, но из-за привычки делать всё самостоятельно они не готовы делегировать решение этой проблемы сторонним специалистам из-за страха боязни быть обманутым и переплатить за услуги.

Относительно государственной поддержки малого бизнеса, в 2019 г. 10 из 10 опрошенных ответили, что нет, и даже никогда не было мыслей о том, чтобы воспользоваться какими-либо преференциями подобного рода (несмотря на то, что многие из них находились в достаточно критическом финансовом положении). 8 из 10 опрошенных отметили, что не знают о существующих мерах государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в регионе, а также - что попытка получения финансовой и нефинансовой помощи может привести с высокой долей вероятности к появлению еще большего количества проблем.

Также, респонденты отметили, что, по их мнению, система распределения и перераспределения финансовой помощи высоко коррумпиро-

вана, процесс получения государственной региональной поддержки значительно бюрократизирован (неясные требования к кандидатам, составу и порядку предоставления документов и т. п.); в случае получения какого-либо вида финансовой региональной помощи увеличивается степень контроля со стороны надзорных органов, количество проверок, что очень часто приводит к еще большему ухудшению ситуации; субсидии представлены в очень маленьком количестве и только для приоритетных отраслей (например, сельское хозяйство).

В 2024 г. только 1 респондент из 10 пользовался мерами государственной поддержки малого бизнеса (получение субсидии на осуществление предпринимательской деятельности), однако, 10 из 10 опрошенных согласны, что на начальном этапе развития своего бизнеса данная поддержка очень необходима. По-прежнему сохраняется низкий уровень осведомленности о существующих мерах государственной поддержки, 7 из 10 респондентов смогли в качестве мер государственной поддержки назвать отсрочку уплаты налогов и взносов, субсидии и льготные кредиты, однако не знали, какие именно меры и каким образом реализованы в Краснодарском крае. 3 из 10 не смогли назвать ни одну меру государственной поддержки бизнеса.

10 из 10 опрошенных отметили, что предоставление льготного кредитования и субсидии являются наиболее эффективными мерами государственной поддержки, 4 из 10 согласились бы на предоставление бесплатных площадей и оборудования в аренду. Ни один из респондентов не оценил такую меру, как участие малого бизнеса в гос. закупках, как эффективную.

Также, респондентам был задан вопрос об источниках финансирования бизнеса. В 2019 г. 80% опрошенных ответили, что используют только собственные накопления для финансирования бизнеса, и только 20% хотя бы раз пользовались банковскими кредитами. 30% активно используют лизинг, в основном для транспортных средств, и 20% пользуются коммерческими кредитами. Среди недостатков банковского кредитования была отмечена высокая процентная ставка и срок погашения кредита.

В 2024 г. ситуация существенно не изменилась. Большинство опрошенных по-прежнему в качестве источника финансирования используют собственные средства, 1% опрошенных использовал государственную субсидию и 30% пользуются банковскими кредитами, в том числе, овердрафтом.

Относительно планов на ближайший год, в 2024 г. большинство опрошенных отметили, что не планируют ничего менять в своей деятельности (сокращать или масштабировать бизнес), 2 из 10 планируют расширять свой бизнес (а именно, открывать новые точки сбыта), 1 опрошенный не исключает закрытие своего бизнеса в следующем календарном году.

Ответы на вопрос: “Планируется ли в ближайшее время увеличение/сокращение штата?” являются практически идентичными. 8 из 10 опрошенных отметили, что не планируют изменять состав и численность сотрудников, 2 из 10 планируют расширить штат.

В 2019 г. 9 из 10 опрошенных были уверены в том, что продукция, произведенная субъектами малого и среднего бизнеса Краснодарского края, не имеет перспектив выходы на международные рынки (кроме сельскохозяйственной продукции).

В 2024 г. ситуация изменилась незначительно. 9 из 10 опрошенных не видят перспектив выхода региональной продукции на международные рынки, в особенности в связи с текущей политической ситуацией. Однако представители ИТ сферы уверены, что в данной сфере есть возможность осуществлять международные заказы, которая легко реализуется в ближайшем будущем.

В 2019 г. большинство опрошенных представителей малого бизнеса прогнозировали дальнейшее сужение рынков сбыта, стагнацию практически всех отрасли будут стагнировать, с возможным улучшением после 2025 года, когда будет частично реализована «Стратегия развития малого и среднего предпринимательства до 2030 года».

В 2024 г. сложно оценить точность этих прогнозов, поскольку в период 2020-2024 гг. произошло множество непредвиденных событий (пандемия коронавируса, обострение геополитической ситуации).

Относительно временного промежутка 2024-2026 прогнозные ожидания респондентов относительно бизнеса и внешних факторов являются следующими:

- разрешение текущей геополитической ситуации и стабилизация курсов валют,
- ожидаемый уровень инфляции останется достаточно высоким,
- возрастание налоговой нагрузки в связи с налоговой реформой,
- дальнейшее увеличение объемов закупок в Китае и на внутреннем рынке.

В целом общие ожидания бизнеса нельзя назвать пессимистичными, значительных ухудшений общей экономической ситуации никто не ожидает.

Заключение.

На основе полученных ответов можно сделать следующие выводы о состоянии малого предпринимательства в Краснодарском крае:

- в 2019 и 2024 общая самооценка субъектами малого бизнеса своей деятельности является на уровне “приемлемой”,

- наиболее существенной проблемой в динамике является низкий покупательский спрос населения, текущие геополитические проблемы, такие как, санкционное давление, хоть и оказывают влияние на работу предпринимателей, но не являются решающим негативным фактором;

- к 2024 г. возрастает роль и значение рекламы для малого бизнеса, а также расходы на нее;

- сфера ИТ стремится к лидирующим позициям в области малого бизнеса;

- на протяжении 2019-2024 гг. наиболее частым запросом со стороны представителей малого бизнеса к государству является предоставление “налоговых каникул”, а именно отсутствие налогов или пониженные ставки на этапе открытия и становления бизнеса;

- уровень осведомленности о государственной поддержке и ее использования остаются очень низкими на протяжении 2019-2024 гг.;

- несмотря на общемировую тенденцию автоматизации и цифровизации, у представителей малого бизнеса по-прежнему сохраняется низкая мотивация и заинтересованность в использовании инновационных технологий;

- в качестве источников финансирования в 2019-2024 гг. в основном используются собственные средства.

Также, можно сделать несколько общих выводов о работе малого бизнеса:

- высокая зависимость малого бизнеса от общего благосостояния населения;

- низкий уровень взаимодействия между представителями малого бизнеса и органами власти, в результате чего меры государственной поддержки малого бизнеса разрабатываются без учета мнения и потребностей его представителей;

- слабо развит банковский сектор кредитования для малого бизнеса.

Таким образом, на основе проведенного исследования, можно сделать выводы о том, что качество информации, полученной в рамках глуп-

бинных интервью, позволяет сделать более обширные выводы об объекте исследования (чем формальные статистические наблюдения), за счет того, что:

- общение в неформальной обстановке позволяет найти скрытые мотивы, потребности и ожидания респондентов, которые могут быть упущены в формализованных опросах;

- открытое обсуждение: участники чувствуют себя менее ограниченными и проявляют большую открытость в выражении мнений;

- непосредственное общение позволяет исследователям анализировать невербальные реакции,

- глубинное интервью обеспечивает гибкость в плане постановки исследовательских вопросов.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование в формате double-blind peer review (рецензенту неизвестны имя и должность автора, автору неизвестны имя и должность рецензента). Рецензия может быть предоставлена заинтересованным лицам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are reviewed in the double-blind peer review format (the reviewer does not know the name and position of the author, the author does not know the name and position of the reviewer). The review can be provided to interested persons upon request.

Литература:

1. Котов Э. В. Критерии отнесения предприятий к субъектам малого и среднего предпринимательства – зарубежная и российская практика // *Самоуправление*. 2023. № 4(137). С. 139-142
2. Ушанов И. Г. О роли субъектов малого и среднего предпринимательства в контексте всестороннего развития моногородов // *Экономические науки*. 2023. № 225. С. 96-99
3. Зотиков Н. З. Малое предпринимательство: проблемы развития // *Вестник самарского государственного технологического университета*. 2023. №3(221). С.9-20
4. Горбач О. В. Отдельные вопросы правового регулирования статуса субъектов малого и среднего предпринимательства в России // *Сибирский юридический вестник*. 2023. № 2(101). С. 35-40

References:

1. Kотов E. V. Criteria for classifying enterprises as small and medium-sized businesses - foreign and Russian practice // *Self-government*. 2023. No. 4 (137). P. 139-142
2. Ushakov I. G. On the role of small and medium-sized businesses in the context of the comprehensive development of single-industry towns // *Economic sciences*. 2023. No. 225. P. 96-99
3. Zotikov N. Z. Small entrepreneurship: development problems // *Bulletin of the Samara State Technological University*. 2023. No. 3 (221). P. 9-20
4. Gorbach O. V. Certain issues of legal regulation of the status of small and medium-sized businesses in Russia // *Siberian Law Bulletin*. 2023. No. 2 (101). P. 35-40

Информация об авторе:

Куракова Татьяна Валерьевна, кандидат философских наук, доцент кафедры социологии, правоведения и работы с персоналом, Институт фундаментальных наук, ФГБОУ ВО «Кубанский государственный технологический университет», ladomir20@mail.ru

Tatyana V. Kurakova, PhD in Philosophy, Associate Professor of the Department of Sociology, Law and Human Resources, Place of work: Department of Sociology, Law and Human Resources, Institute of Fundamental Sciences, Kuban State Technological University.