

УДК 323

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА СФЕРЫ ОБРАЗОВАНИЯ В УСИЛЕНИИ ВЛАСТНОЙ РЕЦЕПЦИИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Лобова аспирант кафедры политологии и этнополитики,
Лариса Южно-Российский институт управления – филиал Российской академии
Александровна народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ
(344002, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 70/54).
E-mail: lora.lobova2009@yandex.ru

Куц аспирант кафедры налогообложения и бухгалтерского учета,
Анна Южно-Российский институт управления – филиал Российской академии
Николаевна народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ
(344002, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 70/54).
E-mail: anna_but@bk.ru

Аннотация

В статье проведен многофакторный анализ состояния малого бизнеса, его взаимодействия с властью. В целях соблюдения истинности суждений использованы данные социологических исследований в Ростовской области. В результате выявлен ряд факторов, влияющих на взаимоотношения политико-административной элиты и малого бизнеса, особенно в системе образования.

Ключевые слова: *малый бизнес, высшее профессиональное образование, политико-административная элита, государственная власть, предпринимательство, дополнительное профессиональное образование.*

Стремительные изменения внешней и внутривнутриполитической ситуации в России в последние 2-3 года, связанные, прежде всего, с антироссийскими санкциями, обозначили проблемы технологической, производственной, инновационной зависимости государства и поставили задачи обеспечения развития экономики в суверенном режиме.

На роль одного из главных локомотивов экономического развития претендует малый и средний бизнес, аксиологической стороной мотивов деятельности которого является способность вывести страну на высокий и самодостаточный многоукладный уровень, наделить экономику мощным потенциалом производства, сгладить спады в кризисные годы, способствовать формированию и росту среднего класса, стать гарантом социальной стабильности в обществе. Данный сектор экономики продемонстрировал свою значимость в кризисные 90-е годы – поддержал российскую экономику и вовремя адаптировался в новых рыночных условиях, продемонстрировал свою гибкость, «живучесть», обеспечил потребителей товарами и разнообразными услугами [1, с. 9].

Предпринимателю в своей деятельности приходится преодолевать многочисленные преграды: объективные и субъективные, технические и социальные, со стороны органов государственной власти и сложившейся институциональной среды.

Особый интерес представляет тот слой специалистов, предпринимателей, которые получают высшее образование, ибо такой механизм позволяет наикратчайшим путем включиться в предпринимательскую, на высоком уровне, деятельность.

Основанием данного суждения выступают данные социологического опроса в Ростовской области, где на вопрос, какие основные трудности мешают заниматься предпринимательской деятельностью, 19, 77 % респондентов указали на недостаток необходимых знаний и опыта.

В данном исследовании на тот же вопрос в качестве трудностей 49,5 % респондентов видят множество контролирующих органов, 24,25% – необоснованные проверки прокуратуры, МВД, нало-

говых органов, 47,34% – большие налоги, 24, 25% – изъяны нормативно-правовой основы, 30,56% – бюрократизм [2, с. 26].

Такая реальность выглядит парадоксально на фоне ожиданий правительства и ответственных заявлений в высших эшелонах власти.

Так, на заседании Президиума Госсовета в Тобольске еще в 2008 году Д.А. Медведев заявил, что «Развитие малого бизнеса является ключевой задачей для стабильного и долговременного развития страны. Малый бизнес – это база для расширения предпринимательской активности и основа для увеличения среднего класса» [3].

В рамках заседания экс-президент отметил, что к 2020 году в малом бизнесе в России должно быть занято 60-70% населения. И для этого будет введен режим благоприятствования для развития предпринимательства.

Однако наблюдается иное: введенные налоговые каникулы для некоторых форм деятельности предпринимателей сопровождаются повышением налогов на других. Также вопреки заявлению президента В.В. Путина в 2014 году в послании федеральному собранию о введении моратория на повышение налогов, общая нагрузка на бизнес растет, и она связана, прежде всего, с новыми неналоговыми платежами, изменениями методики определения налогооблагаемой базы, этому способствующими [4].

Девиантность происходящего и порождает неопределенные ситуации на рынке, неясность, по каким правилам играть, увеличение рисков, на которые бизнес идти не хочет. Иными словами, конструктивный диалог не складывается, прежде всего, потому, что одна из сторон – власть – не понимает условий его осуществления и ограничивается диктатом.

Впрочем, такая картина не является исключительной в российской традиции взаимодействия власти и предпринимательства.

История помнит завещание Владимира Мономаха своим сыновьям о том, чтобы читли и подерживали купечество всеми доступными средствами. Первый русский свод законов - «Русская правда» - буквально пронизан духом предпринимательства — с одной стороны, хотя с другой - княжество всячески ущемляло имущественные права купцов, вводило многочисленные таможенные сборы [5, с. 16].

В современных условиях на взаимоотношения политико-административной элиты и малого бизнеса оказывают влияние ряд факторов:

- исторический фактор. На протяжении долгого времени (советский период) российское государство старалось выкорчевывать элементы рыночного поведения в городе и селе, изживать любые институциональные формы самостоятельности хозяйствующих субъектов, что способствовало развитию теневого бизнеса и отсюда - «особых» отношений с властью [6, с.66];

- специфика российского капитализма;
- неэффективная институциональная среда;
- несформированность структуры рецепции (восприимчивости) к проблемам бизнеса со стороны власти. Но в какой-то мере это относится и к другой стороне взаимодействия – бизнесу.

Что касается последнего, то на уровне рефлексии текущие проблемы малого предпринимательства выражаются в отсутствии достаточных знаний в области ведения малого бизнеса, высококвалифицированного персонала в области: консалтинга, маркетинга, риск-менеджмента и т.д., знаний нормативно-правовой базы;

Для решения проблем развития малого и среднего бизнеса должен быть применен системный подход. Государству следует отойти от фрагментарного, однопланового характера помощи МБ и разработать концептуальную основу для улучшения среды МБ. И в особенности позаботится о факторах взаимопонимания, проникновения в потребности малого бизнеса.

Отсутствие системности в программах по улучшению состояния малого бизнеса (их поверхностный характер) и отсутствие координации в действиях властей не способны создать благоприятные условия ведения бизнеса. Со стороны бизнеса ответной реакцией в условиях неопределенно-

сти часто и является общественной безынициативность и отсутствие динамичного развития малого сектора экономики, уход в тень. Часто такая тенденция проявляется из-за нормативно-правовой, политической и экономической безграмотности субъектов малого бизнеса, неумения вести диалог, да и вообще отсутствия площадки для конструктивного диалога.

Так, в ответе на вопрос «В чем, на Ваш взгляд, заключаются причины недостаточной эффективности диалога бизнеса и власти», 31,4% респондентов указали на недостаточность опыта ведения общественного диалога с обеих сторон [2, с. 28].

Многофакторный анализ состояния бизнеса, его отношений с властью и позволяет определить необходимость формирования единого плана действий, создания консолидированной платформы, которая станет отправной точкой на пути успешного сотрудничества власти и бизнеса, а также обеспечит достаточной базой знаний субъектов такого взаимодействия. При этом многое зависит от развития целевой системы образования и информирования как субъектов бизнеса, так и власти.

Анализируя состояние и тенденции развития современного российского высшего и послевузовского образования, а также основные его функции, можно отметить, что именно система образования при определенных условиях может решить обозначенные выше проблемы. «Здесь сосредоточен основной потенциал кадров, который в состоянии решать задачи не только профессиональной подготовки, но и социального воспитания молодежи и взрослой части кадров специалистов (переподготовки и повышение квалификации)» [7, с. 85].

Конечно, на сегодняшний день актуализируется проблема соответствия вузовской подготовки молодых специалистов к изменяющимся и все нарастающим требованиям рынка труда. В этом плане идет активный поиск. Так, многие компании вынуждены сами прививать новым сотрудникам нужные компетенции и знания [8, с. 62], развивая собственные образовательные ресурсы (концепция «управления знаниями»).

Устранением разрыва между запросами бизнеса и предложением вузовской подготовки, применением в качестве языка для диалога является язык, основанный на таком понятии, как компетенции. Известный педагог Г.А. Сергеев определяет компетенцию как «...совокупность взаимосвязанных качеств личности, заданных по отношению к определенному кругу предметов или процессов и необходимых, чтобы качественно и продуктивно действовать по отношению к ним» [9, с. 9]. Компетенции формулируются в рабочих программах высшего профессионального и дополнительного профессионального образования.

Ориентация на непрерывное образовательное консультирование позволяет на основе когнитивной диагностики выявлять потенциальных предпринимателей, начиная со школьной скамьи, их дальнейшее развитие, отбор в вузы по подготовке предпринимательского состава и послевузовского образовательно-консультативного сопровождения.

Основные принципы подготовки кадров, в том числе и предпринимательских, должны осуществляться в соответствии с традициями российской высшей и средней профессиональной школы, научной и учебной работы, теоретического обучения и практической подготовки.

Категорическим императивом профессиональной образовательной системы должно стать формирование когнитивного предпринимательства: выявление, развитие индивидуальных способностей каждого человека и их направленность на решение задач социально-экономического развития страны, в том числе задачи перехода российской экономики на инновационный путь развития; учет новых требований рыночной экономики к качеству рабочей силы; активное включение в решение проблем рынка труда; ориентация на потребности отраслей и регионов России.

Вместе с тем, данная проблема требует развертывания и применительно к другой стороне.

Органы государственной власти, региональной власти должны быть более заинтересованы в развитии инфраструктуры малого бизнеса, организации его поддержки, т.к. инвестиционный климат региона станет более привлекательным для инвесторов.

Особого внимания заслуживают проблемы элитного профессионального образования, т.к. в рамках рассматриваемой нами модели (партнерской) взаимодействия бизнеса, власти и образо-

вания есть угроза недостаточной интеллектуальной готовности высшего звена госуправления к новому этапу развития страны.

Основные задачи, которые должно решить высшее образовательное учреждение, таковы:

– обеспечить образованность будущих и настоящих бизнесменов. Предоставление не просто знаний, а знаний, адаптированных под современные потребности бизнеса, его специфики;

– решить проблему самоопределения студентов, увеличить актуальность высшего профессионального образования за счет возможности получения конкретных знаний и апробации их на базе образовательного учреждения посредством стартапов при поддержке и контроле обучения успешными бизнесменами и органами государственной власти на региональном уровне.

– разработать образовательные программы, адаптированные под потребности малого бизнеса. Внести в преподавательский состав представителей малого бизнеса для чтения лекций, в рамках которых представится возможность делиться своим предпринимательским опытом, предлагать стратегию ведения бизнеса;

– обеспечить присутствие на госэкзаменах в составе комиссий представителей государственных комитетов по взаимодействию с бизнесом, т. н. омбудсменов, и представителей бизнеса;

– разработать механизм закрепления студентов или групп студентов за конкретным предпринимателем или специалистом в области предпринимательской деятельности для консультирования и кураторства текущих проектов и помощи вывода их на рынок;

– организовать при образовательном учреждении влиятельный клуб представителей малого бизнеса и начинающих молодых бизнесменов, наделенных полномочиями по связям со структурами госвласти;

– на базе образовательного учреждения организовать, наладить тестовое пользование бизнес-инкубаторами и дальнейшее тестирование их эффективности;

– разработать универсальные инструменты управления разных сфер бизнеса: торговли, производства, услуг, инвестиций;

– создать отдел, оснащенный необходимыми софтами для постоянного мониторинга рынков, выявления новых тенденций в бизнесе, новых потребностей покупателей (сопутствование бизнес-проектам);

– в рамках образовательных программ сформировать компетенции будущих специалистов, на основании мониторинга рынка и выявления новых потребностей бизнеса дополнять компетенции;

– организовывать конференции, круглые столы с активным участием предпринимателей, студентов и представителей органов власти, на которых будут возможны обсуждение уже принятых законов, механизмов поддержки малого бизнеса, выработка предложений по дальнейшему совершенствованию нормативно-правовой поддержки, регулирования малого бизнеса.

Плюсы от такого сотрудничества получит региональная власть путем притока инвестиций из-за увеличения инвестиционной привлекательности региона. Так, наладится сотрудничество с бизнесом, что положительно скажется на его состоянии.

Результатами такого треугольника сотрудничества – власть, бизнес, образование – должны стать единые стандарты обучения и дополнительная финансовая поддержка (инвестиции) с одной стороны и знания, максимально приближенные к запросам бизнеса, – с другой. Также это позволит актуализировать высшее образование и создаст мотивацию для абитуриентов, повысит доверие и авторитет власти. Положительным моментом станут конкурентный рынок образовательных услуг на уровне региона, возможность влияния со стороны бизнеса на качество подготовки специалистов, а для государства – большее количество квалифицированных бизнесменов на основе полученного эффективного образования.

Литература

1. *Высоков В. В.* Малый бизнес: предпринимательский всеобуч: научно-практическое пособие. – Ростов-на-Дону: Рост. гос. экон. ун-т. (РИНХ), 2010.

2. *Локота О. В., Буров А. В., Шутов А. Ю., Зуев С. Э., Понеделков А. В., Старостин А. М.* и др. Власть, бизнес, гражданское общество: модели взаимодействия (отечественный и зарубежный опыт). Информационно-аналитические материалы Круглого стола с международным участием. – Ростов-на-Дону: Изд-во ЮРИУ РАНХиГС, 2016.
3. http://www.uralfo.ru/press_27_03_2008.html- Окружной информационный центр аппарата полномочного представителя Президента Российской Федерации в Уральском федеральном округе.
4. *Буторина Е.* В кризис бизнесу надо помогать, а не отбирать последнее. Профиль <http://www.profile.ru>.
5. *Верещагин А. С., Хайрtdинов Р. Х.* История российского предпринимательства: от истоков до начала XX века. Учеб. пособие. – Уфа: Изд-во УГНТУ, 2009.
6. *Шварцбург Ц. В.* Малый бизнес в Российской олигополистической экономике // Журнал институциональных исследований. 2011. Том 3. № 2. С. 59-98.
7. *Старостин А. М.* Социализирующая функция образования, и ее роль в модернизации современной высшей школы // Экономика и образование. 2014. № 2. С. 85-95.
8. *Золочевская Е. Ю., Кривошеева Т. Д.* Развитие социального партнерства в системе взаимодействия стейкхолдеров высшего образования // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2016. № 4. С. 11-18.
9. *Сергеев И. С.* Как реализовать компетентностный подход на уроке и во внеурочной деятельности. – М.: АРКТИ, 2007.

Lobova Larisa Aleksandrovna, postgraduate student of Department of political science and ethnopolity; South-Russia Institute of Management – branch of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (70/54, Pushkinskaya St., Rostov-on-Don, 344002, Russian Federation).

E-mail: lora.lobova2009@yandex.ru

Kuts Anna Nikolaevna, postgraduate student of Department of taxation and accounting; South-Russia Institute of Management – branch of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (70/54, Pushkinskaya St., Rostov-on-Don, 344002, Russian Federation).

E-mail: anna_but@bk.ru

EDUCATION AS FACTOR OF FORMATION OF INTERESTS STRUCTURE AND SOCIO-POLITICAL RECEPTION OF BUSINESS (SMALL AND MEDIUM) FROM THE AUTHORITY

Abstract

In the article analyzed the small business condition, its interaction with the authorities. In order to comply with truth judgments used the data of sociological research in Rostov region. As a result, we identified a number of factors, influencing on the relationship between the political and administrative elite and small businesses, the education system is given a special place.

Keywords: *small business, higher professional education, political and administrative elites, government, entrepreneurship, additional professional education.*