



Фонд "Общественное мнение"

Проблемы малого и среднего бизнеса

По заказу

"Лиги Апрель"

Москва 1994

- * **Наши исследования:** политические события, социально-экономическая действительность, проблемы массовой информации, маркетинга, рекламы
- * **Наши технологии:** опросы населения, лидеров общественного мнения, экспертов, руководителей, предпринимателей и др.
- * **Наша база:** 36 региональных исследовательских центров в России и других государствах Содружества

• Автор отчета	—	А. Петрова
• Инструментарий исследований	—	А. Ослон
• Выборка и организация полевых работ	—	И. Киселева
• Компьютерная обработка данных	—	И. Киселева, И. Статникова
• Компьютерный набор	—	Н. Маренина
• Компьютерный дизайн и оригинал-макет	—	А. Данилова
• Редактор	—	А. Черняков

Адрес: 117421, РФ, Москва,
ул. Обручева, 26, корп. 2
Тел: 936-41-18, 936-42-12,
Факс: 936-41-18
Эл. почта: transdat@sovam.com
fond@fom.msk.su

Генеральный директор: *А.А. Ослон*
Директор по исследованиям: *Е.С. Петренко*

Содержание

<i>Вступительные замечания</i>	3
<i>1. Портрет представителей малого бизнеса</i>	4
<i>2. Портрет представителей среднего бизнеса</i>	5
<i>3. Портрет представителей крупного бизнеса</i>	6
<i>4. Общие проблемы образования предпринимателей</i>	7
<i>5. Основные проблемы, мешающие бизнесу</i>	9
<i>Заключение</i>	11

Вступительные замечания

Фондом "Общественное мнение" по заказу Молодежного Союза Предпринимателей "Лига-Апрель" с 13 по 18 апреля 1994 г. был проведен телефонный опрос 325 предпринимателей в возрасте до 35 лет.

Молодые предприниматели, принявшие участие в опросе, представляют в основном малый (41%) и средний (42%) бизнес. Как крупный оценивают масштаб своего бизнеса лишь 15% респондентов.

Большинство представителей малого бизнеса имеют техническое образование (67%), а среди представителей крупного бизнеса преобладают гуманитарии (55%).

Среди респондентов, занятых в бизнесе, высшее экономическое образование встречается тем чаще, чем более крупным бизнесом они заняты. Так, если среди представителей малого бизнеса оказалось лишь 10% опрошенных с экономическим образованием, то среди представителей среднего - 25%, а крупного - 38%. Тем не менее потребность в экономических знаниях велика у предпринимателей всех трех категорий, хотя у представителей малого бизнеса она заметно выше, чем у остальных (72%, 57%, 57%). Еще большую потребность мелкие и крупные бизнесмены испытывают в повышении уровня своих юридических знаний (84%, 75%, 79%).

1. Портрет представителей малого бизнеса

По возрастному составу это самая "солидная" группа - более половины перешли тридцатилетний рубеж (55%). Однако уровень образования у ее представителей ниже, чем в других группах: высшее образование (оконченное и неоконченное) имеют лишь 65% (среди крупных бизнесменов - 85%). Мелкие предприниматели испытывают огромную потребность в экономических и юридических знаниях в значительной мере еще и потому, что у большинства из них - техническое образование (среднее специальное и высшее - 67%). Подавляющее большинство мелких предпринимателей - новички в бизнесе: опыт предпринимательской деятельности у 67% опрошенных не превышает двух лет, а первые шаги в новом деле делает каждый четвертый (стаж - менее года).

Малый бизнес сосредотачивает свои усилия в основном в области розничной торговли (55%) и услуг (17%). Представители этой группы, как правило, избегают брать кредиты в государственных и коммерческих банках (66%). Однако среди тех, кто пытался их получить, большинство сталкивалось с трудностями (59%).

Из всех рассматриваемых категорий представители малого бизнеса активнее всего голосуют за оказание поддержки молодым (начинающим) предпринимателям - как в виде государственной помощи (75%), так и через какую-либо общественную организацию, отстаивающую их интересы (51%). Для молодых предпринимателей государственная поддержка связана с совершенствованием законодательства, создающего благоприятные условия для развития малого бизнеса. Начинаящие среди главных своих проблем чаще остальных называют "инфляцию и рост цен", "отношения с государственными органами", "проблемы с таможней", "неблагоприятную экономическую обстановку".

2. Портрет представителей среднего бизнеса

Более половины представителей среднего бизнеса моложе 30 лет (52%). В этой среде законченное высшее образование имеют 70%, а доля людей с гуманитарным образованием в два раза больше, чем у представителей малого бизнеса (38% и 18%, соответственно).

Опыт предпринимательской деятельности у большинства тех, чей бизнес уже можно назвать по масштабу средним, составляет не менее трех лет (57%).

Хотя большинство представителей этой группы также заняты розничной торговлей и оказанием услуг (59%), однако, по сравнению с мелкими предпринимателями заметно увеличивается доля занимающихся финансами (18% против 1%).

К банковским кредитам представители среднего бизнеса прибегают довольно активно (57% респондентов брали кредиты). Они значительно реже, чем мелкие предприниматели, жалуются на возникавшие при этом трудности. Тем не менее доля испытывавших различные проблемы среди получавших кредиты довольно велика (44%).

Представители среднего бизнеса в подавляющем своем большинстве считают проблему молодежного предпринимательства важной для общества (81%), однако за государственную поддержку ратуют лишь 66%. Еще меньше респондентов возлагают надежды на эффективную поддержку общественной организацией молодых предпринимателей, отстаивающих их интересы. Вероятно, предприниматель, достигший в своем деле определенных успехов, видит какие-то иные механизмы развития молодежного предпринимательства, без посредничества специальных общественных структур. Возможно, причина низкой потребности в организации, отстаивающей именно интересы молодежного предпринимательства, заключается в заведомо зауженных рамках деятельности данной организации: ведь условия для предпринимательства либо есть - независимо от ввозраста, либо их нет

почти ни у кого, кроме отдельных избранных, но также независимо от возраста.

Поскольку идею создания общественной организации, помогающей молодым предпринимателям, наиболее горячо поддержали начинающие, но по возрасту самые солидные бизнесмены, речь должна, видимо, идти о структуре, способствующей первым самостоятельным шагам в бизнесе всех, независимо от возраста, будь то школьник или пенсионер.

3. Портрет представителей крупного бизнеса

Группа респондентов, оценивших свой бизнес как крупный, оказалась самой молодой по возрасту: 58% опрошенных моложе 30 лет, при этом почти половина (47%) попадает в возрастной интервал 25-29 лет.

Это наиболее образованная группа: дипломы вузов имеют 79%. Преобладают здесь лица с гуманитарным образованием (55%). Более половины гуманитариев закончили экономические факультеты (38%). Однако, как уже было сказано, потребность в экономических знаниях у крупных предпринимателей не меньше, чем у средних, хотя в последней группе доля экономистов значительно ниже.

Опыт работы в бизнесе представителей крупного бизнеса самый солидный по сравнению с другими категориями предпринимателей: более трех лет заняты этим видом деятельности 63%, а 17% - более пяти лет.

Основные сферы деятельности - финансы (40%) и торговля (30%). По сравнению с коллегами, ведущими мелкий и средний бизнес, среди представителей крупного бизнеса доля занятых в торговле значительно меньше (55% - малый, 48% - средний, 30% - крупный бизнес), а доля занятых посреднической деятельностью и особенно финансами - значительно выше (посредничество: 3% - малый, 5% - средний, 11% -

крупный бизнес; финансы: 1% - малый, 18% - средний, 40% - крупный бизнес).

Почти все крупные бизнесмены имеют опыт получения банковских кредитов (81%). Из тех, кто брал кредиты, каждый третий испытывал трудности при их получении (32%). Тем не менее доля столкнувшихся с проблемами при получении кредитов в среде крупных предпринимателей, значительно ниже, чем у бизнесменов меньшего масштаба (59% - малый, 44% - средний, 32% - крупный бизнес).

Из крупных бизнесменов большинство высказалось против идеи создания специальной общественной организации, поддерживающей молодых предпринимателей (45% - против, 40% - за), хотя сама проблема представляется им важной (62%). Идея государственной поддержки молодых бизнесменов нашла в этой среде равное число сторонников и противников - по 47%. Самостоятельно добившись крупного успеха в условиях несовершенной законодательной системы и вопреки множеству препятствий, молодые бизнесмены, возможно, таким образом выступают против создания благоприятных условий для потенциальных соперников, вступающих сейчас в конкурентную борьбу.

4. Общие проблемы образования предпринимателей

Все исследования, проводившиеся прежде, фиксировали высокий уровень образования в среде бизнесменов. Данный опрос также показал, что среди респондентов подавляющее большинство имеет высшее образование (полное - 64%, неполное - 9%). Более половины из имеющих высшее или среднее специальное образование закончили технические вузы и техникумы (61%); гуманитарием является каждый третий (37%). Среди последних чаще всего встречаются лица с экономическим образованием (65% от всех респондентов с гуманитарными дипломами).

Мы не располагаем статистическими данными о соотношении в России выпускников институтов, техникумов и училищ различных специализаций. Вполне возможно, что соотношение дипломированных специалистов в среде предпринимателей отражает аналогичное соотношение в обществе. Но не исключено, что на структуру образования молодых бизнесменов уже влияют факторы "новой реальности", когда люди целенаправленно получают те профессии, которые наилучшим образом готовят к карьере предпринимателей.

Несмотря на высокий уровень образования подавляющее большинство опрошенных нуждается, по их мнению, в дополнительных специализированных экономических (63%) и юридических (79%) знаниях. Вероятно, одной из форм помощи молодым предпринимателям должна быть организация системы специального образования как для начинающих бизнесменов, так и для повышения квалификации уже имеющих опыт в этой сфере деятельности.

Потребность именно в экономических и юридических знаниях обусловлена не только спецификой предпринимательства, но и объективными экономическими и правовыми условиями в современной России. Большинство опрошенных среди главных трудностей, мешающих их бизнесу, называют высокие налоги (59%) и несовершенное законодательство (58%). На решение задач, возникающих именно из-за этих двух главных проблем, и должно быть ориентировано начальное экономическое и юридическое образование представителей малого и среднего бизнеса.

5. Основные проблемы, мешающие бизнесу

Структура проблем у всех категорий бизнесменов сходна. В пятерку главных, помимо двух указанных выше, входят: неблагоприятная экономическая обстановка - 41%; нестабильность политической ситуации - 32%; инфляция и рост цен - 30%.

Однако эти пять проблем имеют общий характер. Их может назвать любой россиянин, и не связанный с бизнесом. Наряду с этим существуют и более частные проблемы, которые особенно тяжело переживаются представителями малого и среднего бизнеса и зависят от их специализации (производство, торговля, финансы и т.д.).

Анализ показывает, что чем меньше масштабы бизнеса, тем больше проблем возникает в связи с поиском подходящих помещений, высокой арендной платой за них; с получением финансов, кредитов, с наличностью; в отношениях с государственными органами. А по мере увеличения масштабов предпринимательской деятельности растут проблемы с подбором кадров и надежностью партнеров. Чем крупнее бизнес, тем острее воспринимается предпринимателями главная проблема - несовершенство законодательства. Эту проблему отметили 51% мелких предпринимателей, 60% - средних и 70% - крупных.

Среди всех опрошенных лишь 7% (24 человека) заняты производством. Это слишком маленькая группа, чтобы говорить о статистически значимых данных. Однако можно отметить тенденцию: у бизнесменов, работающих в производстве, наряду с общими для всех проблемами наибольшие трудности связаны также с подбором кадров, высокой стоимостью аренды помещений, сбытом, неплатежами заказчиков.

ТАБЛИЦА 4. Вопросы 9 x 7. Опрос 94BIZ от 13-18.04.94 Фонд "Общественное мнение"
 7. К какой сфере относится Ваш бизнес?

1. Производство
2. Розничная торговля
3. Услуги
4. Финансы
5. Посредничество
6. Другое
7. Нет ответа

	1	2	% по столбцу				6	7	Число	
			3	4	5				%%	отв.
9	Какие основные проблемы мешают Вашему бизнесу?									
1	58	59	60	63	44	58	0	59	191	
2	13	11	15	24	22	5	0	14	44	
3	4	4	5	2	11	3	0	4	14	
4	8	23	20	30	11	13	0	21	67	
5	13	29	33	9	11	18	0	23	75	
6	4	10	5	2	0	5	0	6	21	
7	8	11	13	9	6	3	0	9	30	
8	25	24	15	11	6	18	0	19	63	
9	17	6	5	0	6	3	0	6	18	
10	29	10	15	26	11	5	0	14	44	
11	13	6	5	4	0	13	0	7	22	
12	13	11	8	17	11	18	0	12	40	
13	25	40	20	22	6	28	0	30	99	
14	17	39	18	41	11	25	0	32	103	
15	46	46	33	43	22	35	0	41	134	
16	50	61	48	76	39	48	0	58	188	
17	4	10	5	11	6	23	0	10	33	
18	0	1	0	0	11	0	0	1	3	
...	24	157	40	46	18	40	0	325
...	Число ответивших									

Предприниматели, работающие в сфере торговли, заметно чаще других отмечают проблему инфляции и роста цен, сложности с таможней.

В бизнесе, связанном с предоставлением услуг, существуют повышенные по сравнению с другими сферами предпринимательства трудности в отношениях с государственными органами и с поиском подходящих помещений.

Проблемы в крупном финансовом бизнесе чаще всего возникают из-за высоких налогов, несовершенного законодательства, политической нестабильности, а также тяжелой криминогенной обстановки (см. табл.1)

Заключение

Проведенное исследование показывает, что у "Лиги Апрель" могут возникнуть трудности с финансированием со стороны крупных предпринимательских структур, если эта общественная организация будет делать акцент на решение проблем только молодых предпринимателей. Вероятно, более позитивного отношения к себе со стороны крупных бизнесменов можно ожидать, ориентируясь на корпоративные интересы всего предпринимательского слоя, решая общие для этого слоя проблемы.

Объединение предпринимателей для лоббирования в госструктурах, выдвижение своих требований к исполнительной и законодательной ветвям власти - такая цель, вероятно, найдет больший отклик у тех, кто утвердился в бизнесе.

Разделение по возрастному признаку, напоминающее ВЛКСМ, готовивший смену стоящим у руля сегодня, не вызывает симпатий у молодых предпринимателей пришедших в бизнес.

Тем не менее исследование показывает, что у предпринимателей всех масштабов есть сходные проблемы и трудности. Общей является и потребность в экономических и юридических знаниях. Если "Лига Апрель" сможет быть полезной в решении именно этих проблем и трудностей, то можно прогнозировать позитивное отношение к ней со стороны не только начинающих и неопытных, но и сильных в финансовом отношении предпринимателей.