



Актуальность темы исследования. Решение социально-экономических проблем семей в Российской Федерации может стать успешным только в том случае, когда к дотационным механизмам государственной поддержки добавятся меры по созданию им возможностей для самообеспечения и самодостаточности, в том числе путем формирования условий для развития семейного малого и микро-предпринимательства и реализации комплекса мер поддержки семейного бизнеса.

Современное состояние российской экономики и мирового сообщества выдвигает на первый план не только экономические, но и социальные проблемы. Однако решение этих проблем, тем не менее, лежит именно в сфере экономики.

Одной из таких задач, тесно связанных с обеспечением национальной безопасности России, является выход из демографического кризиса и решение социальных проблем семьи в целом. Президент Российской Федерации В. В. Путин в Послании Федеральному Собранию страны особое внимание уделил именно мерам, направленным на правовое и материальное укрепление института семьи, стимулирование рождаемости и преодоление бедности семей с детьми. Он фактически поставил задачу «изменения отношения всего общества к семье и ее ценностям», что одновременно означает изменение государственной системы защиты детства и семьи в Российской Федерации [10]. Не случайно 2008 год объявлен в России «годом Семьи».

Эти аспекты социально-экономического положения Российской Федерации свидетельствуют о необходимости более глубокого теоретического анализа процесса становления и развития семейного предпринимательства на современном этапе, а также требуют разработки системы мер, направленных на повышение качественного уровня государственной поддержки малого бизнеса и, в частности, семейного предпринимательства как одной из его форм.

В связи с вышесказанным предпринятое исследование проблем развития семейного предпринимательства в современных российских условиях и разработка рекомендаций по совершенствованию системы государственной поддержки семейного бизнеса имеют актуальный, насущный характер.

Основная часть

Подавляющее большинство населения России формирует свое отношение к предпринимателям отнюдь не на основе идеализированных и идеологизированных схем, а на основе достаточно реалистического представления об образе жизни, ценностях, нормах поведения, проблемах нового предпринимательского слоя, так как у каждого жителя нашей страны есть либо знакомые-предприниматели, либо близкие друзья, либо дальние родственники, либо ближайшие родственники [18].

Существует стереотип, согласно которому население России воспринимает предпринимательство в целом негативно: не усматривая такого «плохого» отношения в своем ближайшем окружении, но находясь под влиянием навязываемых стереотипов, люди склонны относить его на счет населения других территорий России. 19

Под давлением этих стереотипов личное отношение к малому бизнесу формируется под влиянием целого ряда факторов:

Общее эмоциональное отношение к тем, кто разбогател.

Как правило, люди, относящиеся положительно и с уважением к тем, кто за последние годы заработал свой капитал, положительно относятся и к малому бизнесу. Те же, кто негативно воспринимает разбогатевших за последние годы людей, также отрицательно относятся и к малому бизнесу.

Различия в уровне доходов.

Хотя данный фактор и оказывает влияние на отношение к малому бизнесу, но оно не существенно.

Тип собственности предприятия, на котором работает человек.

Относительно незначимым оказался и тип собственности того предприятия, на котором работает человек в настоящее время: среди занятых индивидуальной трудовой деятельностью доля поддержки малого бизнеса составляет 80%, по остальным категориям предприятий и организаций, включая госсектор, - не менее 70%.

Возрастной фактор.

Среди молодых людей практически нет тех, кто относился бы к малому бизнесу отрицательно, при этом среди пожилых людей (пенсионный и предпенсионный возраст) негативные оценки достаточно распространены.20

Уровень образованности.

Среди категории лиц с неполным средним образованием доля положительно относящихся к малому бизнесу составляет несколько менее 3/4, то среди лиц с высшим и незаконченным высшим - доходит почти до 90%.

Место проживания.

Среди населения мегаполисов уровень положительного отношения к малому предпринимательству составляет 87 %, тогда как ниже всего он на селе - 3/4 сельского населения.<sup>21</sup>

Профессиональный статус.

Среди разнорабочих и подсобных рабочих доля положительно воспринимающих малый бизнес составляет всего 2/3, то среди самих предпринимателей, а также самозанятых и домохозяек доля поддержки превышает 90 % [22].

Таким образом, анализ данных позволяет говорить о том, что для Россиян характерна слабая готовность к риску, недоверие к представителям власти. Это факторы являются сдерживающими и проблематичными для развития семейного бизнеса в нашей стране.

Все нерешенные проблемы и причины, сдерживающие развитие малого предпринимательства:

- отсутствие государственной политики в отношении семейного предпринимательства;
- отсутствие механизма взаимодействия семейного предпринимательства и государства, инфраструктуры поддержки семейного предпринимательства;
- коррупция, налоговый пресс;
- социальная и экономическая незащищенность.
- юридические – низкий уровень правовой культуры и юридических знаний руководителей семейных предприятий;
- финансово-экономические – уровень собственных средств, отягощенным чрезмерно усложненным механизмом кредитования;

- организационные - проблемы грамотного управления семейным предприятием на фоне уже сложившихся семейных отношений;

- социальные

Перечисленные проблемы, сдерживающие развитие малого бизнеса, на макроуровне касаются не только малого предпринимательства. Значительная их часть влияет на всю предпринимательскую деятельность в России. Однако малый сектор экономики и семейные предприятия, в том числе наиболее подвержены их влиянию, особенно в настоящее время, когда происходит процесс их становления.

Анализ выявленных проблем свидетельствует о том, что оказание поддержки со стороны государства и негосударственных структур, а также совершенствование внутренней самоорганизации выступают необходимым условием развития малого бизнеса, не только в период его становления, но и на всех этапах функционирования.

Основываясь на различных опросах предпринимателей можно выделить ряд ключевых форм поддержки в соответствии с их значимостью по отношению к причинам, сдерживающим развитие малых предприятий:

формирование стимулирующей системы налогообложения;

создание льготной системы кредитования малых предприятий;

государственное регулирование цен на электроэнергию и топливо;

борьба с бюрократическими коррупционными барьерами на пути развития малого бизнеса;

оказание финансовой поддержки со стороны государства;

создание льготных условий доступа к аренде муниципального имущества;

четкая законодательная регламентация деятельности малых предприятий;

формирование нормативно-правовой базы, регулирующей трудовые взаимоотношения в коллективе, с целью предотвращения возникновения трудовых конфликтов и разграничения сфер ответственности работодателей и работников.

Основными проблемами развития семейного предпринимательства в России являются:

- нехватка кредитования («грабительские» условия обеспечения кредита, предъявляемые банками: только под залог недвижимости, золота, драгоценностей, иномарок, оцененных на 50% от их реальной стоимости; проценты за кредит в 10 раз превышают ставки ипотечного кредита в Европе; волокита в оформлении);
- значительные административные барьеры (необходимость согласования с десятками организации и вымогательство);
- неподготовленность руководителей малого бизнеса;
- отсутствие инфраструктуры для размещения малых предприятий;
- запретительный уровень цен на аренду помещений, особенно в крупных городах и отсутствие информации о таких помещениях;
- дефицит специалистов необходимых профессий и уровня квалификации на ряде производств

## **Заключение**

Социальная значимость семейного бизнеса определяется массовостью группы мелких собственников - владельцев малых предприятий и их наемных работников, общая численность которых является одной из наиболее существенных качественных характеристик любой страны с развитой рыночной экономикой. Именно эта группа деятельного населения может стать ведущим по обслуживанию основной массы потребителей, производя комплекс продуктов и услуг в соответствии с быстро изменяющимися требованиями рынка. При этом необходимо учитывать следующие важнейшие социальные факторы:

развитие семейного бизнеса способствует постепенному созданию широкого слоя мелких собственников (среднего класса), самостоятельно обеспечивающих собственное благосостояние и достойный уровень жизни, являющихся основой социально-экономических реформ, гарантом политической стабильности и демократического развития общества;

занятие семейным бизнесом является не только источником средств к существованию, но и способом раскрытия внутреннего потенциала личности;

объективно неизбежная реструктуризация экономики вынуждает все большее число граждан заняться самостоятельной предпринимательской деятельностью;

сектор семейного бизнеса способен создавать новые рабочие места, а следовательно, может обеспечить снижение уровня безработицы и социальной

напряженности в стране;

массовое развитие семейного бизнеса способствует изменению общественной психологии и жизненных ориентиров основной массы населения, является единственной альтернативой люмпенской психологии и социальному иждивенчеству.

Политическое влияние малого бизнеса в различных странах достаточно велико, поскольку эта социальная группа давно стала основой сформировавшегося среднего класса, наиболее представительного по своей численности и являющегося выразителем политических предпочтений значительной части населения. В условиях устойчивого социально-экономического и политического развития общества мелкие предприниматели отличаются наибольшей приверженностью принципам демократии, политической стабильности и экономической свободы. Слой мелких собственников проявляет наибольшую активность и даже агрессивность при возникновении угрозы в отношении собственности, так как в отличие от крупных и средних собственников для владельцев малых предприятий их собственность зачастую является единственным средством к существованию и важнейшим способом самовыражения. Средний класс либо сам формирует свои политические движения, либо становится объектом борьбы различных политических сил за голоса избирателей.

Данный фактор определяет неразрывность связи семейного бизнеса с интересами местных и региональных сообществ, что обуславливает его зависимость от национальной основы и составляет питательную среду для его патриотических настроений. При этом, как свидетельствует исторический опыт России, Германии и ряда других стран, патриотические настроения в среде мелких собственников в условиях экономического спада и политической нестабильности могут принимать крайние формы и подталкивать их к поддержке наиболее экстремистских политических сил.