Е. М. Осипов

К вопросу о понятиях развития малого бизнеса и предпринимательства

Осипов Егор Михайлович — доцент кафедры социологии управления факультета государственного управления Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова (e-mail: egosipov@yandex.ru)

Аннотация. В статье обосновывается возможность рассмотрения понятий малый бизнес и малое предпринимательство как тождественные и взаимозаменяемые, а также раскрывается авторский подход к определению понятия «развитие малого бизнеса (предпринимательства)».
Ключевые слова: бизнес, малый бизнес, малое предпринимательство, предпринимательство, развитие малого бизнеса (предпринимательства).

Понятие «бизнес» введено в научный и обыденный оборот из деловой английской литературы и означает дело, деятельность. В англоязычных странах «business» как делом может заниматься не только предприниматель, бизнесмен, но также полицейский, учитель, врач, сторож, водитель, то есть даже представитель наёмного труда. В этом смысле, конечно, понятие бизнес шире термина предпринимательство, так как осуществляется ради получения дохода, средств существования, тогда как традиционно предполагается, что предпринимательство преследует совершенно конкретную цель — максимизацию прибыли.

На наш взгляд, при всей, казалось бы, сложившейся научной традиции понимания предпринимательства как деятельности, связанной с новаторством, инновациями, новыми комбинациями факторов производства, и ориентированной на прибыль, тем не менее, следует признать, что границы между понятиями бизнеса и предпринимательства достаточно условны, а их содержание претерпело существенные изменения в процессе общественного развития.

Очевидно, что в широком смысле эти понятия можно рассматривать как тождественные и взаимозаменяемые, поскольку и бизнес и предпринимательство, во-первых, представляют собой разновидность труда и имеют его характеристики, выделенные Ж. Т. Тощенко, который рассматривает труд как целесообразную деятельность, обеспечивающую взаимодействие человека с природой и обществом; действия и поступки человека по преобразованию материальных и вещественных элементов; создание материальных и духовных потребительских ценностей, необходимых для удовлетворения потребностей человека, общества и социальных образований. Для бизне-

са и предпринимательства особенно важны преобразовательные аспекты труда, справедливо подчеркивает российский учёный, и в новейшей истории человечества были созданы такие условия, «когда трудовая активность не только помогает создавать и творить благо, но и может сделать человека счастливым»[1].

Бизнес и предпринимательство могут также быть в равной степени охарактеризованы определением труда, сформулированном Ю. Е. Волковым, как «… общественно полезная деятельность… являющаяся для людей источником средств к существованию или способом жизненного обустройства»[2]. Очевидно, что здесь целесообразно рассматривать труд, в том числе и предпринимательский, ещё и как источник удовлетворения разнообразных потребностей и развития личности.

Во-вторых, несмотря на названные совпадения, в то же время предпринимательский труд предполагает большую самостоятельность и ответственность в отличие от наёмного труда, в рамках которого наёмный работник не только вынужден подчиняться условиям контракта, соблюдать правила, установленные в организации и т.д., но и получать установленное вознаграждение, иметь соответствующие условия труда и отдыха, а также обговорённые льготы и привилегии. Предприниматель все эти необходимые элементы организации труда может обеспечить себе только сам, имея при этом полную самостоятельность в определении их количества и качества.

Самостоятельность предпринимателя (бизнесмена) может быть имущественной и организационной. Очевидно, что имущество является экономической основой предпринимательской деятельности, ноообъем имущественной самостоятельности зависит от юридического статуса, на основе которого это имущество принадлежит субъекту. Организационная самостоятельность даёт возможность принятия самостоятельных решений в процессе предпринимательской деятельности, начиная от выбора ею вида, рыночной ниши, масштаба, организационно-правовой формы, учредителей, партнёров и т.п. Самостоятельность предпринимателя проявляется также при получении результатов предпринимательской деятельности, когда он сам решает, как распределить полученную прибыль. То есть самостоятельность предпринимателя проявляется на всех этапах его деятельности. Понятно, что самостоятельность предпринимателя не безгранична. Будучи деятельностью социальной, она должна подчиняться правовым и социальным нормам, которые действуют в обществе.

Самостоятельность в предпринимательстве тесно сопряжена с ответственностью, которая может быть классифицирована как имущественная, организационная, административная, уголовная и т.д.

---

[1] *Тощенко Ж. Т.* Социология труда: опыт нового прочтения. — М. : Мысль, 2005. — С. 36.

[2] *Волков Ю. Е.* Социология труда. — М. : Издательский дом «АТиСО», 2009. — С. 2021.

В-третьих, в настоящее время бизнес и предпринимательство, как и всякий вид современной деятельности, развиваются в условиях неопределённости социально-экономической среды и наличия большого количества рисков. Изменения социально-экономических условий и факторов развития бизнеса и предпринимательства связаны не только с процессами глобализации, но и с заметным «охлаждением» современных государств, прежде всего, к созданию и поддержанию конкурентной институциональной среды, благоприятной для предпринимательской деятельности, к участию в реализации социальных гарантий и эффективному решению значительного круга социальных проблем (пенсионное обеспечение, доступное образование и медицина, миграция и т.д.).

Риск является неотъемлемым спутником предпринимательской деятельности, что подчёркивается во многих теориях предпринимательства, например, Р. Кантильона, А. Смита, Ж. Б. Сея, Й. Тюннена, Ф. Найта и т.д. Предприниматель рискует, прежде всего, временем, трудом, имуществом, финансами, деловой репутацией. Основными рисками предпринимательской деятельности в условиях неопределённости также выступают: потеря или недополучение прибыли, перерыв или остановка производства, недобросовестная конкуренция, изменение рыночной конъюнктуры, ухудшение условий контрактов со стороны поставщиков и потребителей, неблагоприятные последствия, вызванные внедрением технических и технологических новшеств, банкротство партнёров, изменение курса валют и экономической политики и т.д.

В-четвертых, ограничивать ориентированность бизнесменов (предпринимателей) только получением дохода, выгоды, прибыли не совсем корректно, в чем мы согласны с Л. А. Колесниковой, которая, нисколько не умаляя значения прибыли для предпринимательской деятельности, делает акцент на том, что для современного постиндустриального этапа развития рыночных отношений характерны существенные изменения не только в области технологий, но и в системе ценностей: «Люди становятся относительно менее заинтересованными в чисто материальных стимулах своей деятельности при возрастающем значении для них таких факторов, как «степень удовлетворённости своей работой» и «свободное время», «качество окружающей среды», «качество жизни», «безопасность» и т.д…Однозначным следствием этих новых реалий современной микро и макро среды бизнеса является невозможность ориентации современного предприятия только на свой собственный интерес в виде прибыли с точки зрения долгосрочной стратегии его выживания на рынке».[1]

Исходя из этого Л. А. Колесникова, казалось бы, правомерно считает, что необходимо в качестве цели предпринимательской деятельности рассматривать «…достижения максимизации возможностей для реализации комплекса

[1] *Колесникова Л. А.* Предпринимательство и малый бизнес в современном государстве: управление развитием. — М.: Новый Логос, 2000. — С.47.

социально-экономических потребностей основателей и руководителей предприятий в рамках динамического баланса противоречивых экономических и социальных интересов участников этого процесса — индивидуальностей, организаций и общества в целом»[1]. То есть предпринимательство, его функции и цели необходимо рассматривать в широком социальном контексте с учётом интересов других субъектов общественной жизни, включённых в эту сферу социально-экономических отношений.

В этой трактовке цели предпринимательской деятельности вызывают сомнение несколько моментов. Прежде всего, на наш взгляд, в случае столь широкого толкования цели этой деятельности ее становится трудно отделить от других видов социальной деятельности. Несмотря на то, что у предпринимателей, конечно же, есть целый комплекс и не только социально-экономических потребностей, удовлетворить их они могут только при систематическом получении и максимизации прибыли как условия, позволяющего реализовать разнообразные жизненные мечты и цели. Предпринимательство — это социально-экономический феномен, и, несмотря на наличие социальных функций в обществе, а также необходимость проявления социальной ответственности и учёта интересов других субъектов общественной жизни, целью хозяйственной деятельности предпринимателя является максимизация прибыли. И только этот источник позволяет ему удовлетворять свои потребности, так как у него нет гарантированного, как у наёмного работника, дохода.

В-пятых, следует не согласиться также с теми исследователями, которые считают, что термин «бизнес» следует использовать только в коммерческой, финансовой и торговой сферах деятельности, и с теми, кто противопоставляет бизнес, предпринимательство и торговлю (коммерцию).[2] Очевидно, что это в корне неверно, так как ещё у Р. Кантильона предпринимателем назывался, прежде всего, перекупщик продукции. На наш взгляд, самостоятельная, под свою ответственность и в условиях риска деятельность в сфере торговли, коммерции и финансов также является предпринимательством (бизнесом). Другой вопрос, что в российском менталитете ещё сохранилось негативное клише восприятия посреднической деятельности, сбытовой цепочки, включающей помимо производителя ещё оптовых и розничных продавцов, как спекулянтов в традициях и правилах командно-административной экономики. Общеизвестно, что в настоящее время в традиционном бизнесе предприниматели, занимающиеся оптовой и розничной торговлей, рекламой и т.д. «накручивают» 60 % стоимости товара, тогда как его производство обходится лишь в 40 %. В современной экономике главная проблема состоит не в том, чтобы произвести товар или услугу, а в том, чтобы её реализовать, донести до потребителя.

---

[1] Там же. — С. 50.

[2] См.: *Кашанина Т. В.* Предпринимательство (правовые основы). — М. : Юрид. лит., 1994. — С. 3; *Орлов А. В.* Надежда о малом бизнесе в России: Учеб. пособие. — М. : Международный университет (в Москве), 2003. — С. 65–160.

На наш взгляд, если строго разграничивать бизнес и предпринимательство, то различие проявляется, прежде всего, не в цели, а в способах и технологиях её достижения. В узком смысле слова предпринимательство отличает от бизнеса его инновационность, но в научном обороте и на практике для подчёркивания новаторского характера предпринимательской деятельности также активно используются понятия «инновационный бизнес» и «инновационное предпринимательство», что вполне достаточно для выделения этой специфики предпринимательской деятельности.

Что касается терминов «малый бизнес» и «малое предпринимательство», то, соответственно они также могут использоваться как тождественные. В профессиональной лексике специалистов, учёных и самих предпринимателей прочно укрепились и такие термины, как «малый предприниматель», «представитель малого бизнеса», «малый сектор экономики» и т.д. Конечно, в официальных документах утвердилось понятие «малое предпринимательство», но очевидно, что термин «малый бизнес» может употребляться наряду с ним в научном обороте.

Практически во всех странах существует своя классификация предприятий, которая делит экономическую деятельность на малый, средний и крупный секторы экономики. Как правило, отнесение того или иного предприятия к названным секторам осуществляется на основе определённых критериев, среди которых чаще всего используются: численность персонала, размер уставного капитала, величина активов, объем оборота (прибыли, дохода). Хотя по данным Мирового банка, общее число показателей, по которым предприятия относятся к субъектам малого предпринимательства (бизнеса), может превышать 50.

В России также закреплены границы предприятий малого бизнеса в Федеральном законе от 24 июля 2007 года № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» и принятых в его исполнение других нормативных правовых актах. Российский законодатель, во-первых, чётко определил круг субъектов малого и среднего предпринимательства, к которым относятся юридические (потребительские кооперативы и коммерческие организации) и физические (индивидуальные предприниматели), лица, внесённые в соответствующий государственный реестр, а также крестьянские (фермерские) хозяйства.

Во-вторых, установил три критерия (условия) отнесения предприятий к сфере малого бизнеса: ограничение доли участия в уставном капитале (паевом фонде) лиц, не являющихся субъектами малого и среднего предпринимательства 25 %; соблюдение предельных значений средней численности занятых на малом предприятии до 100 человек включительно и на микропредприятиях до 15 человек, а выручки от реализации товаров (работ, услуг) без учёта НДС или балансовой стоимости активов для малых предприятий 400 млн рублей и для микропредприятий — 60 млн рублей.

Таким образом, малый бизнес (малое предпринимательство) — это самостоятельная, под свою ответственность, на свой риск, трудовая деятельность личности или группы лиц по созданию новых и развитию существующих малых предприятий, критерии отнесения к которым определены законодательно, с целью максимизации прибыли как источника удовлетворения их разнообразных потребностей с учётом интересов других субъектов общественной жизни, включённых в эту сферу социально-экономических отношений.

Что касается развития малого бизнеса (предпринимательства), то, на наш взгляд, в традициях социологии социальных изменений, необходимо различать понятия «развитие» и «изменения». В отличие от развития, процессы изменений не включают в себя характеристики направленности перемен в сторону улучшения, усложнения или усовершенствования. То есть изменения могут носить как позитивный, так и негативный характер, и речь может идти только о том, что социальное изменение — это процесс движения и перехода какого-либо социального объекта в состояние, отличное от предшествующего. Мы согласны с П. Штомпкой[1] что социальное развитие от других направленных процессов, отличается тем, что направление процесса имеет позитивный характер, то есть с течением времени поднимается уровень определённой переменной величины или комплекса этих переменных величин, на которые нацелен данный процесс. К примеру, увеличение общественного производства и общего валового продукта свидетельствует об экономическом развитии.

Однако достаточно дискуссионным является мнение польского социолога о том, что социальным развитием является только процесс, когда направленная последовательность социальных изменений приводится в движение и действует, получая импульсы от механизмов, находящихся внутри общества и имеющих имманентный, эндогенный, замкнутый характер. Категоричным, на наш взгляд, является его заявление о том, что процессы, вызванные внешними факторами — изменения климата, катастрофы, эпидемии и т.д. — не могут называться развитием, а только реактивными или адаптационными процессами. Такой подход сформировался под воздействием, по меньшей мере, двух причин. О первой пишет сам П. Штомпка, который отграничивает собственное понимание развития от социального эволюционизма классической социологии. Вторая — это явное влияние теории экономического развития Й. Шумпетера, который, как известно, во-первых, не считал рост количественных показателей экономики развитием, называл это хозяйственным кругооборотом, во-вторых, его предприниматель, который «взрывает» этот кругооборот, конечно же, является эндогенным фактором развития.

На наш взгляд, в полемике с эволюционным подходом к социальным процессам, сформировался такой подход, который, прежде всего, ограничивает

[1] См.: *Штомпка П.* Социология. Анализ современного общества: Пер. с пол. С. М. Червонной. — М. : Логос, 2005. — С.478.

количество источников и факторов развития. Очевидно, что, хотя человечество является биосоциальным созданием, прямая экстраполяция эволюционности живых организмов на общество и его элементы, является явным упрощением. Однако в качестве экзогенных факторов развития могут выступать не только природные и социальные катаклизмы, но и, к примеру, факторы общемирового характера: рост и уплотнение народонаселения в мире (если к этому не относиться по-мальтузиански), углубление международного разделения труда, деятельность международных организаций, занимающихся вопросами улучшения жизнедеятельности нуждающихся в этом стран, процесс глобализации, позитивными проявлениями которого являются быстрое усвоение передовых технологий, развитие мировой торговли, повышение жизненных стандартов на основе модернизации производства и т.д.

Резюмируя изложенное выше, подчеркнём, что в самом общем виде развитие понимается нами как процесс позитивных количественных и качественных изменений элементов системы (социальной, экономической, производственной и т.д.). В свою очередь, развитие малого бизнеса — это процесс позитивных количественных и качественных изменений элементов системы малого бизнеса, отражающихся в социально-экономических показателях, и происходящих под воздействием эндогенных и экзогенных факторов.

Список литературы

1. *Тощенко Ж. Т.* Социология труда: опыт нового прочтения. М. : Мысль, 2005.
2. *Волков Ю. Е.* Социология труда. М. : Издательский дом «АТиСО», 2009.
3. *Колесникова Л. А.* Предпринимательство и малый бизнес в современном государстве: управление развитием. М.: Новый Логос, 2000.
4. *Манохин А. Ю.* Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в современной России. Тамбов, 2010.
5. *Штомпка П.* Социология. Анализ современного общества: Пер. с пол. С. М. Червонной. М. : Логос, 2005.

© Осипов Е. М., 2012