

УДК 316

DOI 10.23683/2227-8656.2017.5.17



**СОЦИАЛЬНЫЕ ФУНКЦИИ
МАЛОГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ**

**SOCIAL FUNCTIONS
OF SMALL
ENTREPRENEURSHIP
IN MODERN RUSSIA**

**Кривопусков Виктор
Владимирович**

Доктор социологических наук,
заведующий сектором ЮРФИС РАН,
г. Москва
e-mail: rossotr.am@gmail.com

Viktor V. Krivopuskov
Doctor of Sociological Sciences,
Head of the sector
of SRDIS RAS,
Moscow
e-mail: rossotr.am@gmail.com

Разов Павел Викторович

Доктор социологических наук, профессор,
заместитель руководителя Департамента
социологии по практико-
ориентированному образованию и проек-
там,
Финансовый университет при Правитель-
стве Российской Федерации,
г. Москва,
e-mail: rav-razov@yandex.ru

Pavel V. Razov
Doctor of Sociological Sciences, Professor,
Deputy Head of the Department of Sociology
for Practical-Oriented Education and Projects,
Financial University under the Government
of the Russian Federation,

Moscow,
e-mail: rav-razov@yandex.ru

Волков Юрий Юрьевич

Доктор социологических наук,
доцент Южно-Российского гуманитарного
института,
г. Ростов-на-Дону
e-mail: volkov.rnf@yandex.ru

Yury Yu. Volkov
Doctor of Sociological Sciences,
Associate Professor, South Russian Humanitar-
ian Institute,
Rostov-on-Don,
e-mail: volkov.rnf@yandex.ru

В статье рассматриваются наиболее рас-
пространенные определения малого пред-
принимательства, раскрываются его отрас-

The most common definition of small busi-
ness is discussed in the article; its industrial
structure and social functions are revealed;

левая структура и социальные функции, уточняется специфика функционирования в регионах. the specificity of its functioning in the regions is clarified.

Ключевые слова: малое предпринимательство, социальные функции, социальные технологии, цифровая экономика, инновации, нововведения. **Keywords:** small business, social functions, social technologies, digital economy, innovation.

Введение

В последнее время особую актуальность приобретает проблематика, связанная с развитием российского малого предпринимательства, поскольку с этим общественным институтом, его социальными функциями связываются освобождение частной инициативы работников и формирование духа предпринимательства, стабильность общественной системы, создание новых рабочих мест и обеспечение занятости населения, быстрое реагирование на возрастающие потребности населения. Особая роль отводится малому предпринимательству в реализации Программы развития цифровой (электронной) экономики в Российской Федерации в целях соблюдения национальных интересов и реализации национальных приоритетов, охватывающей все сектора российской экономики. Увеличение доли работающих россиян в сфере малого предпринимательства может рассматриваться в качестве специфического социального маркера, отражающего установки определенного слоя трудоспособного населения на самодостаточность и независимость.

Известно, что малое предпринимательство является предметом изучения многих научных дисциплин, в первую очередь социологической и экономической направленности, в свое время ему посвящали труды А. Смит, Й. Шумпетер, П. Друкер и др. Как подчеркивает известный специалист в области экономической социологии В.В. Радаев, наиболее точное определение предпринимательства приведено в работах Й. Шумпетера, который рассматривал предпринимателей не как особую профессию или отдельный класс, а как функцию, которую периодически осуществляют разные субъекты [1, с. 98]. Определение предпринимательства, разработанное Й. Шумпетером и включающее три основных содержательных компонента: организационное действие, извлечение прибыли, инициирование изменений, широко используется в настоящее время и в теоретических изысканиях, и в практической управленческой деятельности.

Институциональная основа социального функционала российского малого предпринимательства

Пройдя полный цикл этапов институционализации и являясь важнейшим структурообразующим элементом российской социально-экономической системы, малое предпринимательство закрепилось как сформированный социальный институт с соответствующими нормами и правилами, четкой статусно-ролевой и функциональной структурой, социально одобренной как большинством работников этой сферы, так и в общественном сознании россиян. В данном случае под социальной функцией малого предпринимательства будем понимать его деятельность, роль в социально-экономической системе, связанную с регуляцией взаимодействий работников в системе социально-трудовых отношений, осуществлением социального контроля, с обеспечением стабильности и укреплением солидаристических практик.

Исследование качественных характеристик малого предприятия как социальной группы связано с определением его специфических характерных черт в качестве субъекта социально-экономической активности, проистекающих из сущностных характеристик самого малого предпринимательства. Следует отметить, что пока не утрачены сущностные черты малого предприятия в российских условиях, разработанные А.Ю. Чепуренко и приведенные в таблице SWOT-анализа [2, с. 130–161].

SWOT-анализ малого предприятия как субъекта социально-экономической активности

Сильные стороны	Слабые стороны	Возможности	Угрозы
Небольшой стартовый капитал	Ограниченный (локальный) рынок	Рост до уровня большого предприятия	Быстрота полного разорения
Высокая эффективность	Ограниченные перспективы роста	Сбалансированное развитие	Быстрое достижение потолка роста
Гибкость	Высокая зависимость от изменений конъюнктуры рынка	Прочная ниша на своем рынке	Легкость проникновения конкурента в эту нишу
Самостоятельность	Отсутствие влиятельной поддержки	Творческая самореализация	Уязвимость к попыткам внешнего давления

Анализ качественных характеристик малого предпринимательства как социального института связан с определением его роли в развитии общества как в экономическом, так и социальном аспектах. Для реализации этой цели максимальный эффект позволит достигнуть применение общественно-ценностного подхода, с позиции которого малое предпринимательство представляется социально-экономической

системой, являющейся, с одной стороны, носителем определенных общественных функций, а с другой – объектом управления в проекции социально-экономической полезности.

Прежде всего, необходимо выделить ключевые институциональные характеристики российского малого предпринимательства, находящиеся в тесной связи друг с другом: гипертрофированность роли личных связей и отношений при подборе персонала; неформальные трудовые отношения (отсутствие контракта о найме); высокая степень универсализации человеческого капитала работников малых предприятий (низкая степень профессиональной специализации); низкая степень внутренней стратификации и сложности институциональной структуры; низкая степень сложности используемых производственных технологий; низкий уровень спецификации прав собственности; преобладание негарантированной сдельной оплаты труда, пропорциональной доле работника в конечном результате деятельности предприятия [3, с. 59–97].

По данным Росстата, в настоящее время число малых предприятий составляет более 2 млн, в них работают около 12 млн чел., или 24 % занятых на российских предприятиях, удельный вес оборота малых предприятий составляет более 20 % [4]. На федеральном и региональном уровнях последовательно принимаются и осуществляются нормативно-правовые акты и административные решения, расширяются формы регуляции и поддержки малого предпринимательства. Эмпирическим путем подтверждена позитивная тенденция в управлении малым предпринимательством, показателями которой являются уровень общественного доверия, вовлеченность в выполнение социально значимых программ развития регионов и территорий, доля производимых товаров и услуг высшей категории качества, динамика количества малых предприятий и ежегодного числа создаваемых новых рабочих мест, научно-инновационный потенциал. Также выделена специфическая роль малого предпринимательства в обеспечении экономической безопасности России при переходе к инновационной стратегии развития [5, с. 71–74].

Отраслевая специфика социального функционала малого предпринимательства

Малое предпринимательство вносит заметный вклад в решение ключевой задачи общественного развития в условиях реиндустриализации, связанной с достижением нового качества жизни населения, разработкой и использованием современных технологий, созданием предпосылок для обновления структуры реальных секторов экономики, особенно в регионах. В данном случае под категорией «реальный сектор экономики» будем понимать совокупность отраслей экономи-

ки, производящих материальные и нематериальные товары и услуги, за исключением финансово-кредитных и биржевых операций [6, с. 55]. Анализ отраслевой структуры малого предпринимательства позволяет выделить наиболее характерные виды экономической деятельности, присущие российским субъектам малого предпринимательства, посредством которых осуществляются экономические функции: торговля, операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг, строительство, обрабатывающие производства, транспорт и связь, гостиницы и рестораны, сельское хозяйство, коммунальные, социальные и персональные услуги [4]. Немаловажным является тот факт, что в связи с всеобщей информатизацией в российском малом предпринимательстве приобретают популярность не только использование специфических программных продуктов, обеспечивающих автоматизацию и унификацию производственных процессов, использование ресурсов Интернета для обеспечения текущей деятельности (системы управления клиентами, онлайн-бухгалтерия, реклама и т.п.), но и полная ориентация на работу в виртуальном пространстве, сводящем до минимума необходимость прямого контакта с потребителем. Наиболее распространенным видом предпринимательской деятельности в виртуальной среде пока является интернет-торговля.

Переход к очередному технологическому укладу в экономике потребовал подробного рассмотрения инновационного потенциала малого предпринимательства. Известно, что предпринимательство как функция экономики связано с использованием инноваций, внедрение которых нарушает состояние рыночного равновесия, экономика приводится в динамичное состояние и создаются условия для появления новых видов предпринимательской деятельности, внедрения наукоемких технологий, получения прибыли. Именно на подобных предприятиях в первую очередь возможно преодоление инновационной неподвижности последнего десятилетия [7, с. 38]. Стоит обратить внимание на то, что нововведения могут быть техническими, экономическими или социальными. Социальные связаны с расширением социальных функций предпринимательства, с использованием новых социальных технологий как инструментальных стандартизированных средств, созданных на основе положений социальных наук для решения типовых задач социальной практики и направленных на обеспечение изменений в сфере социальных отношений [8, с. 50–58].

Предназначение малого предпринимательства на сегодняшний день состоит не только в получении экономического эффекта и удовлетворении потребностей в товарах и услугах, но и в реализации возложенной на него социальной ответственности, предполагающей наличие доверительных отношений и социального партнерства. Так,

эмпирическим путем в процессе исследования технологий государственного управления малым бизнесом было определено, что малому предпринимательству как значимому сектору экономики присущи специфические функции, особые виды деятельности и социальные практики, обеспечивающие возможность индивиду полностью реализовать свое стремление к творческому самовыражению, повышению социального статуса, созданию рабочих мест и, как следствие, снижение социальной напряженности, является источником формирования широкого слоя мелких собственников – среднего класса – своего рода гаранта демократического развития общества [9, с. 1–10].

Региональная специфика социального функционала малого предпринимательства

Существенное влияние на реализацию социальных функций малого предпринимательства оказывает региональная специфика, обусловленная набором природно-географических, социокультурных, административно-информационных, материально-инфраструктурных факторов. Это влияние характеризуется, прежде всего, следующими количественными показателями: общим числом, оборотами, численностью занятых и т.п.; развитием его качественной составляющей: отраслевая специфика, уровень квалификации управленцев, качество кадров, мотивация и ценностные ориентиры предпринимателей и т.п., которые распределены крайне неравномерно. Согласно статистическим данным, на 10 субъектов Российской Федерации с наибольшим количеством малых и средних предприятий – юридических лиц приходится около 46 % их общего количества. Наибольшее количество малых предприятий сконцентрировано в Москве (12 %) и Санкт-Петербурге (10 %) [10].

Неравномерность развития малого предпринимательства в регионах России обуславливает необходимость определения специфики реализации социальных технологий в управлении этим сектором на различных территориях. Особое место занимают институциональные аспекты функционирования региональной внешней среды. К ним относятся несовершенство развития механизмов конкуренции на внутререгиональном рынке, коррупционные механизмы при распределении госзаказа, ограничение доступа к потребителю и т.п. С этой целью в регионах России предусматривается внедрение стандарта развития конкуренции, планируется разработка системы мер, направленных на ограничение права создания и сохранение государственных и муниципальных унитарных предприятий на конкурентных рынках, повышение прозрачности деятельности субъектов естественных монополий. В настоящее время исследователи стали больше внимания уделять изучению социальной роли малого предпринимательства, его функциям в

развитии регионального социума, к числу которых отнесены структурная перестройка региональной экономики, формирование социального слоя мелких собственников, входящих в структуру среднего класса, освоение и использование местных ресурсов, создание дополнительных рабочих мест, снижение безработицы, вовлечение личных средств населения в промышленное производство, насыщение местного рынка товарами, рост качества и статуса региональной продукции, развитие предпринимательской культуры регионального социума, инновационное развитие и поддержка отраслевой структуры региональной экономики: создание вспомогательных и обслуживающих производств для крупных предприятий [11, с. 399–402].

Выводы

Таким образом, социальные функции малого предпринимательства призваны развивать инициативу работников в условиях роста наукоемкости и информационной насыщенности, что приводит к изменению иерархии социальных факторов, влияющих на эффективность и успешность социального управления и развития экономики. Предпринимательская деятельность содержит в себе комбинацию возможности удовлетворить потребности предпринимателя, самореализоваться, получить прибыль и возможности удовлетворить экономические и социальные потребности общества, что обуславливает необходимость изучения социальных аспектов предпринимательства, научно-го поиска социальных каналов управления данным видом человеческой активности, разработки социально-управленческих подходов к его регулированию. Этот вектор развития малого предпринимательства в полной мере соответствует позиции Ю.Г. Волкова, который при определении креативности как нового качества общественной жизни полагал, что миллионы людей перестанут быть массой, а подтвердят стремление быть хозяевами собственной судьбы, своего дела путем ощущения и осознания своей причастности к социальным изменениям, повышения ответственности за будущее общественного развития. Малое предпринимательство современной России может стать полноценным субъектом социальной жизни, благодаря реализации своих социальных функций частью нарождающегося креативного класса, для которого характерной чертой является ориентация на соединение личной инициативы, стремления к самореализации и достойного служения обществу [12, с. 5–14].

Литература

1. Радаев В.В. Экономическая социология. Курс лекций : учеб. пособие. М. : Аспект-Пресс, 1997. 368 с.

References

1. Radaev V.V. Ekonomicheskaya sotsiologiya. Kurs lektsiy : ucheb. posobie. M. : Aspekt-Press, 1997. 368 p.

2. Чепуренко А.Ю. Малое предпринимательство в России // Мир России. Социология. Этнология. 2001. № 4. С. 130–161.

3. Шварцбург Ц.В. Малый бизнес в российской олигополистической экономике // Journal of Institutional Studies (Журнал институциональных исследований). 2011. Т. 3, № 2. С. 59–97.

4. Малое и среднее предпринимательство в России. 2015 : стат. сб. / Росстат. М., 2015. 96 с.

5. Дятлов А.В., Верещagina А.В., Самыгин С.И. Предпринимательство и экономическая безопасность России в условиях вызовов информационной эпохи: теоретические аспекты социологической рефлексии // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. № 11/3. С. 71–74.

6. Силласте Г.Г. Социальная структура занятых в реальном секторе экономики как основа социального потенциала реиндустриализации // Гуманитарий Юга России. 2017. Т. 6, № 4. С. 54–62.

7. Пусько В.С. Роль технических наук в становлении общества знаний // Гуманитарий Юга России. 2017. № 2 (6). С. 37–46.

8. Щербина В.В. Целеформирующие и целеобеспечивающие рационализирующие социальные технологии // Социологические исследования. 2016. № 4. С. 50–58.

9. Сердюков В.А. Государственное управление малым бизнесом за рубежом в условиях кризиса // Аудит и финансовый анализ. 2010. № 3. С. 452–461.

10. Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года (утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 2 июня 2016 г. № 1083-р).

11. Ефремов Л.Г., Денисов С.Г., Петрова Г.Д. Региональный аспект малого бизнеса // Вестник ЧГУ. 2011. № 4. С. 399–402.

12. Волков Ю.Г. Креативность: социальный диагноз современного общества // Научная мысль Кавказа. 2016. № 3 (87). С. 5–14.

2. *Chepurenko A.Yu.* Maloe predprinimatel'stvo v Rossii // Mir Rossii. Sotsiologiya. Etnologiya. 2001. № 4. P. 130–161.

3. *Shvartsburd Ts.V.* Malyy biznes v rossiyskoy oligopolisticheskoy ekonomike // Journal of Institutional Studies (Zhurnal institutsional'nykh issledovaniy). 2011. T. 3, № 2. P. 59–97.

4. Maloe i srednee predprinimatel'stvo v Rossii. 2015 : stat. sb. / Rosstat. M., 2015. 96 p.

5. *Dyatlov A.V., Vereshchagina A.V., Samygin S.I.* Predprinimatel'stvo i ekonomicheskaya bezopasnost' Rossii v usloviyakh vyzovov informatsionnoy epokhi: teoreticheskie aspekty sotsiologicheskoy refleksii // Gumanitarnye, sotsial'no-ekonomicheskie i obshchestvennye nauki. 2015. № 11/3. P. 71–74.

6. *Sillaste G.G.* Sotsial'naya struktura zanyatykh v real'nom sektore ekonomiki kak osnova sotsial'nogo potentsiala reindustrializatsii // Gumanitariy Yuga Rossii. 2017. T. 6, № 4. P. 54–62.

7. *Pus'ko V.S.* Rol' tekhnicheskikh nauk v stanovlenii obshchestva znaniy // Gumanitariy Yuga Rossii. 2017. № 2 (6). P. 37–46.

8. *Shcherbina V.V.* Tseleformiruyushchie i tseleobespechivayushchie ratsionaliziruyushchie sotsial'nye tekhnologii // Sotsiologicheskie issledovaniya. 2016. № 4. P. 50–58.

9. *Serdyukov V.A.* Gosudarstvennoe upravlenie malym biznesom za rubezhom v usloviyakh krizisa // Audit i finansovyy analiz. 2010. № 3. P. 452–461.

10. Strategiya razvitiya malogo i srednego predprinimatel'stva v Rossiyskoy Federatsii na period do 2030 goda (utverzhdena rasporyazheniem Pravitel'stva Rossiyskoy Federatsii ot 2 iyunya 2016 g. № 1083-r).

11. *Efremov L.G., Denisov S.G., Petrova G.D.* Regional'nyy aspekt malogo biznesa // Vestnik ChGU. 2011. № 4. P. 399–402.

12. *Volkov Yu.G.* Kreativnost': sotsial'nyy diagnoz sovremennogo obshchestva // Nauchnaya mysl' Kavkaza. 2016. № 3 (87). P. 5–14.