

УДК: 346.26

JEL КОДЫ:

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК СПЕЦИФИЧЕСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ СЛОЙ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ РЫНОЧНОГО ТИПА

**Бразевич Дмитрий Святославович, кандидат социологических наук
магистрант Московского университета имени С.Ю.Витте
brazevich1986@mail.ru**

**Василёнок Виктор Леонидович, д.э.н., профессор
fem1421@yandex.ru**

(Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет
информационных технологий, механики и оптики, Санкт-Петербург, Россия)

Аннотация: В статье рассматривается предпринимательская деятельность как особый тип взаимодействия людей в сфере производства, обмена и распределения товаров и услуг. Дается характеристика предпринимательства как социального слоя и подчеркивается, что специфика этого рода деятельности заключается в инновационном характере хозяйствования, в самостоятельности, рискованности и результативности действия предпринимателя. Этот тип деятельности присущ рыночной системе хозяйствования и все шире входит в практику российской действительности.

Ключевые слова: предпринимательство, предпринимательская деятельность, хозяйственная деятельность, рынок, риск, капитал, социальный слой.

ENTREPRENEURSHIP AS A SPECIFIC SOCIAL LAYER IN CONTEMPORARY SOCIETY OF MARKET TYPE

**Brazevich Dmitry Svyatoslavovych PhD in Sociology,
graduate student of the Moscow University of Sergei Witte
Vasilenok Victor Leonidovich, D.Sc.**

(St. Petersburg National Research University of Information Technologies, Mechanics and Optics, Saint-Petersburg, Russia)

Abstract: The article examines entrepreneurship as a special type of human interaction in the sphere of production, exchange and distribution of goods and services. The characteristics of social entrepreneurship as a layer, and emphasizes that the specifics of this kind of activity is the innovative nature of farming in independence and effectiveness of the riskiness of the action of the entrepreneur. This type of activity is inherent in a market economy and is increasingly included in the practice of the Russian reality.

Keywords: business, entrepreneurship, economic activity, market risk, equity, social stratum.

Анализ процесса эволюции представлений о предпринимательстве позволяет представить ее как две макрофазы - прототеоретическую и теоретическую. Прототеоретическая фаза характеризуется наличием отдельных, несистематизированных в рамках специальных теорий предпринимательства представлений о сущности данного феномена и

охватывает длительный период истории со времен античности до конца XIX в., когда рядом мыслителей были предприняты первые попытки создания специальных теорий, что позволяет констатировать переход к теоретической фазе.

В рамках прототеоретической фазы можно выделить два основных периода - период несистематической рефлексии по поводу отдельных аспектов предпринимательства и бизнеса и период их систематического анализа в рамках общих концептуальных схем политической экономии и социологии.

На протяжении первого периода можно обнаружить только отдельные оценки, высказывания, замечания мыслителей по поводу роли и места предпринимателей в обществе. Первый период включает в себя два подпериода, различающиеся между собой полярностью оценок общественной и экономической роли предпринимательства и предпринимателей, - периоды преимущественно негативной (античность, средние века) и преимущественно позитивной (Новое время) оценки. В рамках теоретической фазы в данной статье выделяются классические и современные теории предпринимательства.

На протяжении длительного периода европейская мысль рассматривала предпринимательство как второстепенное, с точки зрения интересов общества, занятие, недостойное людей с высоким социальным статусом. Такая оценка была обусловлена зачаточным состоянием рыночных отношений, в рамках которых возможности для занятия предпринимательством исчерпывались, в основном, сферой торговли. Радикально изменились представления о предпринимательстве с наступлением Нового времени, когда осознание полезности предпринимательства и предпринимателей уже не вызывало сомнений и произошел переход к преимущественно позитивной оценке этого феномена.

Анализ всей совокупности современных теорий предпринимательства позволяет выделить следующие направления, по которым происходило формирование и развитие концепций предпринимательства: анализ социально-политического аспекта предпринимательства, места и роли предпринимателей в социально-политической системе, взаимосвязи хозяйственных и политических процессов и специфической роли предпринимателей в социально-политической динамике современного общества; анализ социетального (системного) аспекта предпринимательства как важнейшего элемента собственно социально-экономической системы, которая определяет характер всех отношений в обществе; анализ социокультурного аспекта предпринимательства как процесса взаимодействия хозяйственных субъектов с неэкономическими факторами.

В наши дни резко возрастает объективная необходимость в теоретическом осмыслении предпринимательства как социального

феномена, в анализе происходящих здесь изменений и их последствий. В своем реальном воплощении предпринимательство выступает в двух взаимосвязанных ипостасях: с одной стороны, как специфический социальный тип личности, а с другой - как решающий фактор производства необходимых для жизни человека и общества благ в виде товаров и услуг.

Предпринимательство - это самостоятельная, инициативная деятельность лиц, являющихся владельцами средств производства, направленная на производство товаров и услуг ради получения прибыли или личного дохода и осуществляемая от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность (либо под имущественную ответственность юридического лица - предпринимателя) [1, с.20].

Предпринимательская деятельность- это деятельность юридических и физических лиц, осуществляемая ими от своего имени, на свой риск и под свою ответственность, направленная на производство материальных и духовных благ и услуг в целях систематического получения прибыли от пользования имуществом, продажи вещей, произведенных, переработанных или приобретенных указанными лицами для продажи другим лицам или организациям. Субъектами предпринимательства могут быть как отдельные граждане, обладающие полной дееспособностью, так и любые по численности добровольные объединения людей (партнеров) - коллективный предприниматель [2, с.784].

Сам термин «предпринимательство» был введен в научный оборот в XVIII веке английским ученым Р.Катильоном. На первоначальном этапе развития экономической теории господствующим было представление о предпринимателе как о собственнике капитала. Именно такой трактовки придерживались А.Смит, Ф.Кенэ, Ж.Тюрго, Б.Гильдебранд и другие известные экономисты конца XVIII - первой половины XIX века.

Однако это представление о предпринимательстве, дававшее верное описание данного явления на первоначальных этапах его развития, не охватывало всех существенных сторон предпринимательской деятельности. Объединение в одном лице собственника и предпринимателя стало нарушаться уже во второй половине XIX века, особенно с тех пор, как сложилась система кредита. С развитием этой системы произошло отделение капитала-собственности от капитала-функции. Именно такое отделение дало мощный импульс для развития предпринимательства: ведь стало возможным организовать производство и руководить им не за счет собственного капитала, а за счет заемного капитала, приобретенного посредством кредита. Поэтому во второй половине XIX в. приоритетные позиции в истолковании предпринимательства переходят к теоретической трактовке, усматривающей социально-экономическую специфику предпринимателя как организатора производства. Такая позиция характерна для так называемой неоклассической экономической школы (Дж.Ст.Милль,

А.Маршалл, К.Менчер, а затем, уже в XX в., Й.Шумпетер А.Коул, П.Друкер и др.).

Во второй половине XX века возникает и широко распространяется трактовка предпринимательства, согласно которой самая характерная особенность предпринимательской деятельности заключается в сочетании в этой деятельности просчитываемого риска и непросчитываемых неопределенностей от реализации принятых решений. Такая точка зрения разделяется Ф.Найтом, М.Месконом, Э.Гидденсом и другими экономистами и социологами. М.Мескон, в частности, считает необходимым ввести понятие «риск» в само определение предпринимательской деятельности. «Предприниматель, - утверждает он, - это человек, который идет на риск при создании новой организации или при внедрении новой идеи, продукта или услуги» [3, с. 691]. Значительным влиянием пользуется выдвинутая Й.Шумпетером трактовка предпринимательства как деятельности, делающей ставку на личную инициативу. По утверждению последователей Й.Шумпетера, не потребительский спрос, а именно предпринимательская инициатива привела к созданию автомобиля и компьютера.

Широкое распространение получает также трактовка предпринимательства как активной инновационной деятельности. Согласно данной трактовке предприниматели - это подлинные «активисты экономики», поскольку они всегда руководствуются стремлением к активной экономической деятельности. Такую трактовку активно поддерживали Й.Шумпетер, Г.Шмаллер, П.Друкер и др. Многие социологи и экономисты в толковании предпринимательства делают основной упор на то, что в нем самое главное - свобода предпринимательства. Австро-американский экономист Фридрих фон Хайек утверждал, что именно такая свобода дает предпринимателю «возможность преследовать свои собственные цели... Подобная свобода принимать индивидуальные решения становится возможной благодаря определению четких границ прав индивида (например, прав собственности) и разграничения сфер, в пределах которых каждый может распоряжаться доступными ему средствами в своих собственных целях» [4 с. 110-111]. Без этих условий вообще невозможно предпринимательство, которое предполагает самостоятельность в выборе направлений и методов деятельности, в принятии решений и их осуществлении.

Но какую бы трактовку предпринимательства мы ни избрали в качестве истинной, все они без исключения сходятся в одном: главным движущим мотивом и основной целью предпринимательской деятельности является ориентация на достижение коммерческого успеха, на получение прибыли.

Каждая из трактовок предпринимательства отражает существенные особенности предпринимательской деятельности. Поэтому в целях получения более реалистичной картины такой деятельности, названные

трактовки следует не противопоставлять друг другу, а интегрировать в единую социально-экономическую концепцию предпринимательства как специфического социального слоя людей в современном обществе рыночного типа. Один из важнейших компонентов предметной области экономической социологии составляют типичные характеристики предпринимательства как социального слоя. Если свести воедино все эти характеристики, то получается более или менее адекватный реальности социальный портрет предпринимателя. В таком портрете должны найти воплощение следующие типичные черты социального портрета предпринимателя: 1) владение (или распоряжение) капиталом; 2) предприимчивость; 3) инициативность; 4) ответственность; 5) способность и готовность к риску; 6) нацеленность на инновацию; 7) предпринимательский дух; 8) свобода предпринимательства; 9) неудержимое стремление к прибыли.

Указанные черты социального портрета предпринимателя находят многообразные воплощения в различных предпринимательских статусах и ролях. К числу предпринимателей в равной мере принадлежат и владелец (владельцы) гигантской транснациональной компании, и председатель правления крупного банка, и владелец небольшой частной стоматологической клиники, и распорядитель мелкой торговой фирмы, и владелец ресторана. Предпринимательство может осуществляться лишь при необходимых для этого социально-экономических условиях. Первым среди них является наличие в обществе реальной свободы в организации и ведении хозяйственной деятельности, предоставляемой любому гражданину (или объединению граждан) с целью получения дохода и удовлетворения общественных потребностей.

Но такая свобода неотрывна от равенства прав физических и юридических лиц на любую не запрещенную законом хозяйственную деятельность независимо от форм собственности. Только при наличии экономической свободы и равенства можно обеспечить каждому субъекту хозяйственной деятельности самостоятельность в определении направления предпринимательства, включая внешнеэкономическое, свободу выбора поставщиков и потребителей производимой продукции и услуг, самостоятельность в определении цен в соответствии с законодательством, а также в распоряжении прибылью, оставшейся после уплаты налогов и других обязательных сборов, возможность привлечения заемных ресурсов (финансовых, трудовых и др.), без чего предпринимательство невозможно. А чтобы все это существовало, надо сформировать в обществе необходимую для рыночной экономики среду, обеспечивающую многообразие и равноправие различных форм собственности и связанных с этим видов хозяйствующих субъектов, их конкуренцию, что создает благоприятные условия для предпринимательства. Для столь существенной хозяйственной деятельности нужны не только благоприятные экономические условия, но

и социальные гарантии предпринимательской деятельности со стороны государства, ее социальная защищенность, а также обеспечение обучения предпринимательству (школы менеджеров, стажировки предпринимателей в зарубежных фирмах и т.п.).

Для развития предпринимательства важным является снижение уровня того, что лауреат Нобелевской премии по экономике 2001 года Джозеф Стиглиц характеризует как информационную *асимметричность*. По его утверждению, информационные асимметрии возникают вследствие того, что разные люди знают различные вещи: наемные работники знают больше о своей профессиональной пригодности, чем это знает работодатель; покупающий страховку лучше знает состояние своего здоровья, чем это знает страховая комиссия; владелец фирмы знает о ней больше, чем потенциальный инвестор; владелец автомобиля, продавая его, знает лучше недостатки своей машины, чем ее покупатель; продавец, учитывая уровень спроса, придерживает хороший товар и пускает в оборот товар пониженного качества, тем самым углубляя кризис доверия [5]. Полностью преодолеть различного рода информационные асимметрии, сопровождающиеся асимметриями ценовыми, видимо, не удастся, но резко снизить их амплитуду вполне возможно. Но даже частичное (чем больше, тем лучше) преодоление информационной асимметрии позволит резко сузить возможности и масштабы теневой экономики, обмана покупателей, построения финансовых пирамид и «мыльных пузырей», разгула коррупции, чиновничьего мздоимства - всех тех барьеров, которые возникают в отношениях между госслужащими и предпринимателями, с одной стороны, между одной и другой группой предпринимателей - с другой, между предпринимателями и покупателями создаваемых ими товаров и услуг - с третьей. Тем самым будут созданы более благоприятные экономические, правовые и психологические предпосылки для развития добросовестного и ответственного предпринимательства.

Литература:

1. Бабосов Е.М. Экономическая социология. Вопросы и ответы. – Мн.: ТетраСистемс, 2004.
2. Социология. Энциклопедия. - Минск, 2003.
3. Мексон М. Основы менеджмента / М.Мексон, М.Альберт, Ф.Хедоури. – М., 1992.
4. Хайек Ф.А. Пагубная самонадеянность. – М., 1992.
5. Стиглиц Дж. Информация и смена парадигмы в экономической науке // Мировая экономическая мысль сквозь призму веков. Лекции Нобелевских лауреатов. Книгавторая. – М., 2005.