

УДК 316.334.22

**Н.А. Ширинкина**

**N.A. Shirinkina**

Пермский национальный исследовательский политехнический университет

Perm National Research Polytechnic University

**ОСОБЕННОСТИ ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИИ  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННОМ  
РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ**

**ESPECIALLY THE INSTITUTIONALIZATION  
OF ENTREPRENEURSHIP IN THE MODERN  
RUSSIAN SOCIETY**

С опорой на исторически сложившееся понимание сущности предпринимательства исследуются особенности формирования института предпринимательства в современном российском обществе. Сопоставляются различные научные представления о предпринимателе и предпринимательстве с толкованием этих понятий в законодательстве Российской Федерации. Определяется роль института предпринимательства в структуре общества и особенности его развития в современной России.

**Ключевые слова:** социальный институт, институционализация, предприниматель, чиновник, капитал, рынок, государство.

In this article, based on historical understanding of the essence of entrepreneurship examines the features of formation of the Institute of entrepreneurship in the modern Russian society. Mapped scientific concepts of entrepreneur and entrepreneurship with the interpretation of these concepts in the legislation of the Russian Federation. Defines the role of entrepreneurship in social structure and features of its development in modern Russia.

**Keywords:** social Institute, institutionalization, entrepreneur, government official, the capital, market, the state.

Рассматривая социальную структуру общества, мы выделяем предпринимательство как необходимый элемент, поддерживающий социальную стабильность в обществе посредством выполнения специфичных функций. Согласно Федеральному закону № 209-ФЗ от 24 июля 2007 г. «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» предпринимательству отводятся, как неотъемлемые составляющие развития общества, следующие функции: производство товаров и услуг, обеспечение занятости населения

и развитие самозанятости, пополнение бюджетов за счет налоговых поступлений, самореализация граждан, формирование конкурентной среды, разработка и внедрение инноваций.

В России по традиции импульс к экономическим преобразованиям дается государством и первые шаги по развитию предпринимательства делаются им же. Оно играет и в экономической жизни ведущую роль. Русское государство всегда претендовало на роль ведущего «коммерсанта» [1]. «Государство есть завершение процесса концентрации различных видов капитала: физического принуждения или средств насилия (армия, полиция), экономического, культурного, или, точнее, информационного, символического» [2, с. 130]. Высокая концентрация в руках государства различных видов капитала в действительности приводит к возникновению некоего специфического метакapитала – «государственного», – позволяющего государству властвовать над различными полями и частными видами капитала, а главное – над обменным курсом между ними и отношениями между их владельцами.

Условия трансформации основных социальных институтов, определенные современным российским государством, фактически вновь радикально изменили ценностно-нормативную общественную регуляцию. Складывается новая социальная структура, при которой возникают иные социальные потребности в формировании новых общественных институтов. Российское государство и общество, в целом поддерживая единые цели общественного развития, демонстрируют недостаточную готовность к социальным преобразованиям: они не находят адекватных совместных ответов на возникающие вызовы, в том числе в вопросах поддержки и развития предпринимательства. Причина недопонимания находится на ценностном уровне и состоит в различии представителями разных социальных групп динамики социально-экономической жизни, разной оценке ее ключевых явлений, в том числе в понимании сути предпринимательства.

Общепризнано, что развитие предпринимательства является одним из основных факторов совершенствования рыночных отношений. Сложившаяся в современной России система государственной поддержки малого бизнеса улучшается, но все еще продолжает быть малоэффективной. В контексте проводимых реформ актуальным остается вопрос повышения качества взаимодействия госслужащих и представителей малого бизнеса. Именно характер их взаимоотношений создает в глазах предпринимателей имидж государственной поддержки. Ждать гармонии во взаимоотношениях между ними пока не приходится, вместе с тем грамотное и заинтересованное обслуживание клиентов государственных служб – необходимое условие реализации программ развития бизнеса. Основой такого взаимодействия является отношение работников государственных организаций к развитию малого бизнеса и предпринимателям.

Социальный институт предпринимательства находится в постоянной динамике, как и все социальные институты. Всестороннее понимание его сущности возможно только при изучении феномена с различных позиций. Попытка обосновать изменяющуюся конфигурацию российского предпринимательства односторонне, только «экономическими категориями» оказалась неэффективной [3].

Можно констатировать, что начало институциональных реформ в России осуществлялось с опорой на экономический подход. Такой подход к предпринимательству сложился исторически, а сам термин появился в индустриальную эпоху и концентрировался вокруг роста числа коммерческих предпринимателей. В период перестройки, несмотря на декларирование либеральных идей, основные решения по модернизации общества принимались с позиций материалистических взглядов, и более того – марксистских. Этому способствовало доминирование в сознании граждан идей исторического материализма, которые парадоксально увязывались и с развитием предпринимательства. Социальная сфера игнорировалась, и главным действующим лицом в теории и практике общественной модернизации стал экономист.

Экономические преобразования, в том числе приватизация, фактически являлись проявлением инверсионной культуры, когда борьба за частную собственность ассоциировалась с созданием цивилизованных экономических отношений [4]. По сути, абсолютизация экономического подхода была псевдонаучной и способствовала насильственному вмешательству в социальную структуру общества, а последнее не принимало участия в процессе реформирования. Следовательно, предпринимательство, зарождавшееся в тот период, игнорировало и трудовую мотивацию, и рациональные формы социального взаимодействия. Сегодня отечественные исследователи все более склоняются к тому, что предпринимательство необходимо рассматривать как явление социальное, так как предприниматель в ходе своей экономической деятельности активно меняет социальные отношения, т.е. непосредственно участвует в качественном преобразовании социальных процессов.

В истории исследований существуют достаточно разнообразные дефиниции понятия «предприниматель», как в западной, так и в отечественной литературе, что во многом связано с многозначностью этого понятия и соответствует многообразию видов предпринимательской деятельности.

Существует устоявшееся мнение, что именно А. Смит обратился к предпринимательству как особому виду человеческой деятельности, т.е. выделил специфические черты, ее характеризующие. Если следовать хронологии вопроса, то приоритет в выявлении этого феномена принадлежит Р. Кантильону, который десятилетием раньше обратил внимание на особый стиль получения прибыли путем перепродажи товаров. Именно он стал использовать слово «предприниматель» (фр. «посредник»).

К. Маркс, видя в предпринимателе лишь капиталиста (инвестора), присваивающего прибавочную стоимость, исключал предпринимательские способности из состава факторов производства [5].

Между тем предпринимательство не тождественно понятию «капитализм», более того – может быть противопоставлено ему. По М. Веберу, стремление к предпринимательству, «стремление к наживе», к наибольшей денежной выгоде свойственно людям всех типов и сословий всех эпох и стран мира, повсюду, где для этого существовала или существует какая-либо объективная возможность материальной выгоды. Это обстоятельство само по себе ничего общего не имеет с капитализмом. Основой капитализма является экономический рационализм, который прежде всего зависит от предрасположенности людей к определенным видам практически-рационального жизненного поведения. Капиталистическим же Вебер называет такое ведение хозяйства, которое основано на ожидании прибыли посредством использования возможностей обмена, т.е. мирного приобретения [6].

Одной из главных черт предпринимательства является новаторство. В числе первых этот вопрос исследовал Й. Шумпетер, который критерием предпринимательства считал инновацию. Так, в понимании Й. Шумпетера, предприниматель – это человек инициативы, внедряющий в производство новые комбинации. Именно поэтому предпринимательская деятельность является двигателем не только экономического, но и социального развития общества. Прибыль максимизируется за счет производства чего-то нового или нахождения новых способов производства уже существующего. Различают предпринимателей-антрепренеров, определяемых как владельцы-менеджеры в сфере малого бизнеса, и интрапренеров – менеджеров-новаторов в более крупных организациях, которые согласно данному подходу также являются предпринимателями тогда, когда принимают творческие решения.

По существу, предпринимательская деятельность – это сфера принятия новаторских решений в социально-экономической сфере. Предприниматель на основании особого, как правило, нестандартного, подхода ищет новые комбинации факторов производства и новые формы организации трудовых ресурсов, что в конечном итоге и приносит прибыль. Деятельность в условиях бесконечно меняющейся экономической ситуации, сопровождаемая риском неустойчивого дохода, формирует личность с набором особых интеллектуальных и моральных качеств. Концентрация такого потенциала в обществе, объединенного в социальную группу, способна изменить ход общественного развития. Такой подход к предпринимательству смыкается с веберовским анализом протестантской этики, социально-религиозных ценностей и определенного типа личности, способствующих возникновению современного капитализма.

В качестве основного признака предпринимательской деятельности выделяется направленность на получение экономического результата. Предприниматель формирует и фиксирует процесс перехода целенаправленности в целеполагание, что предусматривает развертывание перспективы творчества и свободы для субъекта предпринимательской деятельности [7]. Помимо стремления к максимизации прибыли предпринимательству присущи такие признаки, как инновационность, самостоятельность, указывающая на волевой источник предпринимательства, а также наличие способностей, умений и приемов управления риском. Риск – неотъемлемый компонент предпринимательской деятельности, осуществляемой в условиях неопределенности рыночных взаимодействий, когда неизвестен конечный результат и существует вероятность потери инвестиций.

Предприниматель действует в рамках системы обменов, другими словами, рынок – это совершенно необходимое условие его деловой активности. Система обменов является ключевым понятием, тем или иным образом входящим в определение предпринимательства. При этом предприниматель не только использует уже задействованные сегменты рыночной структуры, но и тем или иным образом создает, формирует новые ее звенья (рыночные ниши) [8]. Предпринимательство, чтобы быть рациональным и успешным, с неуклонной обязательностью адаптируется к внешним факторам рынка. При этом личные интересы, как правило, не меняются. Адаптация к внешним факторам влияет только на формы и методы достижения этих интересов.

В условиях совершенствования социально-экономической системы определяющую роль играет хозяйственное законодательство и его соответствие реальным условиям. Главным критерием отнесения деятельности именно к предпринимательской с точки зрения законодательства является направленность на систематическое получение прибыли и действия в условиях риска.

Российское законодательство оперирует двумя основными понятиями: «предпринимательская деятельность» и «индивидуальный предприниматель». Использование понятия «предприниматель» можно увидеть лишь в контексте, например: «подрядчик, действующий в качестве предпринимателя, обязан выполнять работу, соблюдая эти обязательные требования» (Гражданский Кодекс РФ, 2 ч., ст. 721, п. 2). Можно заметить, что появление данного термина в такой форме вносит неопределенность в содержание статьи. Таким образом, реальная правовая сфера подтверждает двойственность подходов, что на практике поощряет субъективизм толкования понятий «предприниматель» и «предпринимательство» [9].

В целом мы наблюдаем ограниченность российского законодательства при описании предпринимательской деятельности в контексте развития предпринимательства. В связи с этим возникает необходимость расширения понятия «предпринимательство» государством и конкретно российским законодательством.

Таким образом, шкала характеристик предпринимательства начинается с экономических признаков феномена, а завершается культурными и даже личностными характеристиками предпринимателя. Приведенные признаки позволяют сделать вывод о том, что феномен «предпринимательство» при целостном его рассмотрении – это социокультурное явление, соответствующее различным типам экономического поведения представителей разных культур, осуществляющих хозяйственную деятельность именно в соответствии с устойчивым внутренним своеобразием личности и культурной традиции, к которой принадлежит предприниматель. Согласимся, что многозначность понятия «предприниматель» возникает не из-за наличия разных терминологических значений предпринимательства, что можно было бы предположить, а из-за проблемы институциональной неопределенности предпринимательской деятельности [9].

Специфические уровни понимания предпринимательства для конкретной социальной группы, «временной общности», например чиновников или бизнесменов, – это, по А. Шюцу, типизирующие конструкты объектов мышления. Уход от двойственности толкования ключевых понятий, в нашем случае «предприниматель» и «предпринимательство» (т.е. преодоление различия индивидуальных перспектив в ходе «структурной социализации знаний», по А. Шюцу), является важным моментом. Такое «преодоление» особенно значимо для нас как исходная точка размышлений об оптимальных социокультурных условиях, способствующих успешному развитию процесса институционализации предпринимательства [10].

Обратимся к рассмотрению этапов институционализации. Первый ее этап, по Т. Лукману и П. Бергеру, можно обозначить как предварительный, осуществляемый при условии создания благоприятных внешних социально-экономических условий. В ходе этого этапа начинаются процессы типизации, т.е. «опривычивания» социальной деятельности индивидами, которые сформируют впоследствии некую социальную группу. На первом этапе, по теории Т. Лукмана и П. Бергера, формируются новые общественные ценности, как реакция на возникшие в определенных исторических условиях социальные потребности.

Второй этап, обозначенный исследователями как объективация, трактуется ими как процесс социальной сегментации посредством действующей в социуме совокупности символов, норм и правил. По мнению Т. Парсонса, ценности легитимизируются главным образом в религиозных терминах. В контексте культурной легитимизации общество является самодостаточным в той мере, в какой его институты легитимизированы ценностями, которые разделяются его членами с относительным согласием и которые в свою очередь легитимизированы благодаря соответствию членов общества другим компонентам культурной системы, в особенности ее конститутивному символизму. Таким образом, в ходе второго этапа социальные институты актуализируются в социаль-

ные реалии или, следуя терминологии авторов теории социального конструирования, в социальный мир. По существу, в ходе первого и второго этапов идет процесс экстернализации.

Третий этап институционализации представляет собой легитимацию социального порядка и отражает заявленный Т. Лукманом, П. Бергером и поддержанный Т. Парсонсом тезис об историчности социальных процессов. Историчность процесса институционализации рассматривается ими в эволюции всей истории западной цивилизации. Иначе говоря, социальный институт выходит за рамки одного поколения, он является итогом длительного общественного развития путем поэтапного формирования новых социокультурных полей. В ходе этого развития усваиваются соответствующие социальные смыслы, способные воспроизводиться и воспроизводить возникший социальный институт в длительной перспективе.

Важно выяснить, на каком этапе институционализации предпринимательства находится современная Россия. Прежде всего, признаем, что, если принять взгляды Т. Лукмана и П. Бергера на этапы институционализации за верное истолкование самого процесса институционализации и его периодизации, институциональные реформы в России только начались и наивно ожидать их завершения в рамках одного поколения. Следовательно, этап легитимации предпринимательства в глазах общества и чиновников как представителей этого общества далек от завершения. Нерешенным остается и вопрос о признании или непризнании всем обществом совокупности действующих социальных норм и ценностей, привнесенных рыночной трансформацией. Иначе говоря, сегодня трудно определить, на каком социокультурном основании происходит свободная солидаризация индивидов и происходит ли она в масштабе всего общества, иначе – этап объективации остается также незавершенным. В то же время очевидно, что в российском обществе действуют общественные и государственные организации, поддерживающие предпринимательство, есть ресурсы, сформулированы правила социального взаимодействия. Однако под вопросом остается действенность механизма общественных санкций. Можно предположить, что институт российского предпринимательства усилиями федеральной и региональной власти, самих предпринимателей существует, но находится в незрелом состоянии. По сути, находится на втором, незавершенном этапе, в состоянии становления, обретения самого себя, в процессе самоидентификации.

### **Список литературы**

1. Радаев В.В. Два корня российского предпринимательства: фрагменты истории // Мир России. – 1995. – № 1. – С. 173–176.

2. Бурдые П. Дух государства: генезис и структура бюрократического поля // Поэтика и политика: альманах. – СПб.: Алетейя, 1999. – С. 125–166.
3. Маршак А.Л. Предпринимательство как общественное явление: экономическая или социальная константы // Предпринимательство и государство: сб. науч. тр. / Рос. акад. предпринимательства. – М., 2005. – С. 161.
4. Орлова Е.В. Современное российское предпринимательство: экономико-социологический анализ: монография / под ред. Г.В. Дыльнова. – Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 2002. – 246 с.
5. Маркс К., Энгельс Ф. Манифест Коммунистической партии. – М.: Политиздат, 1989. – 63 с.
6. Вебер М. Избранные произведения: пер. с нем. – М.: Прогресс, 1990. – 808 с.
7. Борисова Т.В. Философский анализ предпринимательской деятельности: онтологический и социально-антропологический аспект. – Самара: Изд-во Самар. гос. пед. ун-та, 2003. – 166 с.
8. Мусаэлян И.Э., Сливницкий Ю.О. Психология предпринимательства – новая область отечественной психологической науки // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 14. Психология. – 1995. – № 1. – С. 3–8.
9. Шкаратан М.О. Феномен предпринимателя: интерпретация понятий // Мир России. — 1994. – № 2. – С. 149–177.
10. Щюц А. Структура повседневного мышления // Социс. – 1988. – № 2. – С. 129–135.

Получено 30.04.2015

**Ширинкина Наталия Александровна** – магистрант, ПНИПУ, ГумФ, гр. С-13-1м, e-mail: zgll.ru@mail.ru.