

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

КАЗАНСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Институт массовых коммуникаций и социальных наук

В.В. ФУРСОВА

СОЦИОЛОГИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Учебно-методическое пособие

КАЗАНЬ

2017

УДК 316:334.23

ББК 60.5:65.012.1

Ф95

Рецензенты:

доктор социологических наук, профессор **Р.Г. Минзарилов;**

кандидат социологических наук, доцент **Ф.Ф. Ишкинеева**

Фурсова В.В.

Ф95 Социология предпринимательства: учеб.-метод. пособие / В.В. Фурсова. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2017. – 48 с.

Данное учебно-методическое пособие предназначено для студентов (бакалавриат, очная форма обучения), проходящих подготовку по направлению «Социология».

УДК 316:334.23

ББК 60.5:65.012.1

© Фурсова В.В., 2017

© Издательство Казанского университета, 2017

I. Пояснительная записка

1. **Цели освоения дисциплины.** Целями освоения дисциплины «Социология предпринимательства и менеджмента» являются изучение и критический анализ теорий социологов. Задачами: освоение методологических подходов в исследовании дисциплины, получение навыков по работе с текстами-первоисточниками; приобретение знаний и навыков, составление бизнес-планов.

2. **Место дисциплины в структуре ОПП бакалавриата.** Данная Программа включает в себя наиболее актуальные проблемы построения бизнеса, существующие как в современном российском обществе, так и в зарубежных странах. Курс дает возможность студентам освоить основные понятия в данной области и углубляет знания курса «Основы социологии», дополняет курс «Экономика».

II. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы – 144 часов, лекций 34, семинаров 34, сам. Работа – 76

Форма обучения _____ очная _____

Количество семестров _1_____

Форма контроля: Экзамен

III. Содержание дисциплины

	Раздел	Семестр	Недели семестра	Виды аудиторной работы
1	Теории предпринимательства в творчестве классиков мировой социологии.	6	1	лекций 4 часа, семинарских занятий 6 часа, самостоятельной работы 4 часа.
2	Предпринимательство как социальный институт: организация и функции.	6	2	лекций 4 часа, семинарских занятий 6 часа, самостоятельной работы 4 часа.
3	Социальные условия предпринимательской деятельности.	6	3	лекций 2 часа, семинарских занятий 4 часа, самостоятельной работы 6 часа.
4	Современное предпринимательство в зарубежных странах: опыт западных и восточных государств.	6	4	лекций 4 часа, семинарских занятий 6 часа, самостоятельной работы 4 часа.
5	Предпринимательство в России: история и современность.	6	5	лекций 4 часа, семинарских занятий 6 часа, самостоятельной работы 6 часов.
6	Теневой бизнес в современной России.	6	6	лекций 4 часа, семинарских занятий 12 часа, самостоятельной работы 4 часа.

ТЕМА 1

ТЕОРИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ТВОРЧЕСТВЕ КЛАССИКОВ МИРОВОЙ СОЦИОЛОГИИ

Теории Платона, Аристотеля, Цицерона о предпринимательстве как негативной для общества деятельности. Идея о недопущении предпринимателей к управлению государством. Учение Ф. Аквинского о предпринимательстве как о «морально-неполноценной» деятельности. Осуждение бизнеса. Развитие учений о предпринимательстве в условиях Нового времени. Ф. Бэкон о положительной функции предпринимательства в экономической системе общества, о роли торговли и промышленных предприятий. Идея Т. Гоббса о предпринимательстве как предмете государственной политики. Роль предпринимательства в процессе устранения безработицы и борьбы с нищетой. Учение А. Смита об источниках дохода предпринимателей и об основных классах общества (землевладельцах и рабочих). Д. Рикардо о классе предпринимателей как одном из основных общественных классов. Критика Т. Вебленом предпринимательства как дисфункционального явления социальной системы. Концепция «праздного класса». Теории риска как основного свойства предпринимательской деятельности / Р. Кантильон, Й фон Тюнен, Г. фон Мангольд, Ф. Найт /. Инновационные теории предпринимательства. Социальные источники инновационных идей. Типы предпринимателей. / Й. Шумпетер, П. Дракер/. Дж. Гэлбрейт о новом индустриальном обществе и о социальных аспектах предпринимательства. Теория исторических типов предпринимателей, различия между современными и традиционными предпринимателями / В. Зомбарт/.

Определение и сущность предпринимательства в трудах К. Маркса, П. Сорокина, М. Вебера. Ф. Хайек о социально-политических аспектах предпринимательства. П. Бурдьё о предпринимателях, о различиях стилей жизни старой и новой буржуазии.

Современные исследования предпринимательства В. Ойкенем, П. Самуэльсоном, М. Фридменом, Д. Сэвэджем, А. Маршаллом, Ч. Кирцнером, М. Кэссоном, Дж. Тиммонсом, Г. Стивенсоном.

ТЕМА 2

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ: ОРГАНИЗАЦИЯ И ФУНКЦИИ

Различные подходы к определению предпринимательства и предпринимателей. Типологические черты и свойства предпринимателей. Критерии выделения класса предпринимателей в социальной структуре общества. Отличия предпринимателей от других социальных групп: менеджеров, рабочих-совладельцев, классической буржуазии. Место предпринимателей в социальной структуре общества / по произведениям О. Райта, Э. Гидденса, П. Бурдьё, А.,

А. Турена, Т. Заславской, В. Радаева, О. Шкаратана/. Роль предпринимательства в экономической жизни общества. Функциональное содержание труда предпринимателей.

Специфика предпринимательской деятельности. Мотивация предпринимательского труда. Активность как имманентное свойство предпринимательского труда. Виды предпринимательской деятельности: производственная, коммерческая, финансовая и другие. Сферы приложения предпринимательского труда.

Основные функции предпринимателей: профессиональные и социальные. Источники предпринимательских идей. Процесс предпринимательской деятельности.

Предпринимательские организации: структура, функции. Специфика предприятий с различными формами собственности. Частный, индивидуальный, коллективный бизнес: особенности, характерные черты.

Преодоление отчуждения труда в рамках предпринимательской деятельности. Проблемы профессионального образования предпринимателей. Государственные и частные учреждения, обучающие предпринимательству и менеджменту.

ТЕМА № 3

СОЦИАЛЬНЫЕ ДЕТЕРМИНАНТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Влияние экономической, политической, социально-культурной, технологической, географической среды на эффективность предпринимательской деятельности. Переход к рынку как необходимое условие предпринимательства. Понятие и типология рынка. Критерии цивилизованного рынка. Особенности перехода к рыночным отношениям в России. Плюрализм форм собственности как основа предпринимательской деятельности. Особенности приватизации в России.

Роль государства в обеспечении эффективной предпринимательской деятельности. Система законодательных, налоговых, финансовых мер по поддержанию предпринимательства. Влияние политической жизни на предпринимательство. НТР и бизнес. Наличие развитой инфраструктуры как условие предпринимательства.

Социокультурная среда и предпринимательство: нравственные нормы, обычаи, традиции, общественное мнение и бизнес. Современная цивилизация и предпринимательство. Социокультурный аспект предпринимательской деятельности.

Содержание и механизм формирования предпринимательской культуры. Этика бизнеса. Ценности и нормы современных предпринимателей. Инновационная культура как фактор научно-технического прогресса общества. Культура взаимоотношений между предпринимательскими структурами. Социально-психологические аспекты взаимоотношений внутри предприятий. Особенности предпринимательской культуры в современном Российском обществе.

ТЕМА № 4

СОВРЕМЕННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ: ОПЫТ ЗАПАДНЫХ И ВОСТОЧНЫХ ГОСУДАРСТВ

Основные тенденции развития предпринимательства за рубежом. Делегирование прав собственности. Распространение коллективного предпринимательства. Трансформация традиционной частной собственности. Внутрифирменное предпринимательство.

«Предпринимательские сети». Рост ТНК. Глобализация экономики. Влияние предпринимательства на экономические успехи новых индустриальных стран. Франчайзинг как новая форма предпринимательства. Рост и значение малого бизнеса. Государственная поддержка предпринимательства в развитых странах: программы, правовая, инвестиционная политика.

Социальные источники формирования предпринимателей. Расширение социальной ориентации предпринимательства в развитых странах: улучшение социального положения работников предприятия, поддержка неимущих, меценатство и т. д.

Предприниматели в политическом пространстве. Политические партии и международные организации предпринимателей. Предпринимательские структуры в восточно-европейских постсоциалистических странах. Формирование трудовых отношений переходного периода.

Развитие частного предпринимательства и политика занятости на рынке труда. Интернационализация экономики и изменение роли предпринимательских организаций. Деятельность Международной организации предпринимателей и ее участие в Международной организации труда.

ТЕМА № 5

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РОССИИ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Основные тенденции становления предпринимательства в России до революции 1917 г. Советское государство и предпринимательство. Этапы возрождения предпринимательской традиции в настоящий период. Социальные источники формирования класса предпринимателей в России. Специфика предпринимательства в России. Социальная характеристика современных российских предпринимателей. Становление и развитие фермерства. Малые предприятия в экономике страны. Проблемы и трудности частных предприятий. Распространение акционерных, арендных, смешанных предприятий. Появление коллективных предприятий. Основные сферы деятельности предпринимателей. Роль предпринимателей в политической жизни страны: партии и организации. Влияние бизнеса на политику. Этническое предпринимательство в России. Гендерные исследования российских предпринимателей. Бизнес элита современно-

го российского общества: понятие и основные черты. Формирование региональных бизнес-элиты. Социальная характеристика современных элит в России. Крупные бизнес: основные тенденции развития.

ТЕМА № 6

ТЕНЕВОЙ БИЗНЕС В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Теневая экономика в советское время. Махинации, приписки. Подпольные цеха. Теневое предпринимательство в период перестройки: виды и масштабы. Современные виды теневой экономики. Черный бизнес: торговля наркотиками, людьми, оружием, порнография. Особенности регионального бизнеса. Проблемы развития предпринимательства в Татарстане. Региональные элиты: особенности становления.

IV. Краткий конспект лекций

ТЕМА 1. Понятие предпринимательства в интерпретации классикой мировой социологии.

Всекие существенные, базисные изменения в развитии того или иного общества, безусловно, ведут к различного рода социальным изменениям: меняется социально-классовая структура, появляются новые социальные образования, существования которых объективно требует новый способ производства, новый экономический уклад жизни. Современное российское общество осуществляет очень болезненный переход посттоталитарного государства с чрезмерно централизованной экономикой к рынку свободного предпринимательства, не такого, каким он был в странах Западной Европы и Америки в прошлом столетии. Но и, конечно, другому, нежели глубоко интегрированный и социально-ориентированный рынок современных развитых стран. Это переходное и своеобразное состояние обусловило появление самых различных социальных явлений, которые как количественно, так и качественно меняют сложившуюся в условиях социалистической системы и упрощенную до предела социально-классовую структуру.

Дифференциация, т. е. все большее расслоение общества, появление новых классов, социальных слоев и групп – это безусловный и вполне объективный показатель проходящих в нем сложных социальных процессов. В этой связи очень интересен для изучения новый социальный феномен – российское предпринимательство, которое играет все более значимую роль в системе общественного производства. Предпринимательство, безусловно, не новое явление в мировой практике. По своей сути оно уходит в глубину веков, ибо всегда были предприимчивые люди, стремившиеся организовать собственное дело. Однако характерной деятельностью для большой социальной общности предпринимательство сформировалось только в период зарождения капитали-

стических отношений и связано, в первую очередь, с существованием такого класса, как буржуазия. Именно буржуазия за время своего существования, по выражению К. Маркса, сумела создать большие производительные силы, чем все те, которые были созданы до нее. Этому она во многом обязана своей предпринимательской активностью, основанной на ее заинтересованности в развитии производительных сил для наращивания производства и получения как можно большей прибыли. Однако со временем предпринимательство все новые виды и сферы деятельности, а, стало быть, является характерным для представителей других социальных слоев и групп. Всех их объединяет ряд признаков более или менее близки по степени общности и значимости. Поэтому мы с полным основанием можем говорить о предпринимателях как о большой группе людей, которые составляют новую социальную общность, новый класс с характерными признаками и внутренней структурой. В то же время, как в зарубежной, так и в отечественной литературе нет единства мнений в отношении определения сущности предпринимателя и его характерных признаков.

Существуют самые различные суждения, некоторые из которых мы постараемся рассмотреть, дать им оценку и, на этой основе, выработать свое представление о предпринимательстве и предпринимателях. В частности, некоторые авторы абсолютизируют одну или несколько основных черт предпринимательства, хотя, на наш взгляд, это явление необходимо рассматривать в комплексе. По мнению французского исследователя Р. Кантильона, риск является наиболее характерной чертой предпринимательства. Причем, предпринимателем может являться любой индивид, который способен взять на себя риск, связанный с возможностью получения высоких доходов. В данном случае предпринимательская функция возлагается либо на собственника капитала, либо на менеджера. Р. Кантильоном дается очень широкое определение предпринимателя. К данной категории можно отнести представителей любых социальных групп¹. Возникает вопрос: всякий ли человек, чья деятельность связана с риском, может являться предпринимателем? И может ли вообще человек, не имеющий собственности, рисковать ею? Очевидно, что в данном случае второстепенный признак предпринимательства выдвигается на первый план и абсолютизируется.

Аналогичной точки зрения придерживается представитель немецкой экономической школы Фон Тюнен. Он также отмечает, что риск является основной чертой деятельности предпринимателя. Фон Тюнен рассматривает также такое важное свойство предпринимательства, как инновационную деятельность, которая связана непосредственно с производственными изменениями, внедрением новой техники². Другой представитель этой школы Фон Мангольдт изучает два вида производства: производство на заказ, где заранее гарантирована оплата, известен заказчик и определена цена товара – по его мнению, в этом случае риск отсутствует, следовательно, данное простое рутинное производство не является предпринимательством: производство на рынок – здесь непосредственно наблюдается деятельность предпринимателя, связанная с риском. В данном

¹ См.: Предпринимательство в конце XX века / А.А. Дынкин А.Р. Стерлин, И.В. Тулин и др. М.: Наука, 1992. С.19–21.

² Там же. С. 21–23.

случае риск состоит в том, что от начала производства до реализации готового продукта проходит длительный промежуток времени, в результате чего может измениться спрос на выпускаемый товар, понизиться его цена либо какой-либо конкурент выпустит подобный товар наилучшего качества, в результате чего производитель может обанкротиться. Только такая деятельность, по мнению Фон Мангольдта, может быть названа предпринимательской³.

По мнению американского экономиста Ф. Найта, предпринимателем может быть любой социальный субъект, в частности менеджер, который принимает на себя ответственные решения, связанные с риском⁴. На наш взгляд, любой менеджер участвует в управлении, принимает решения, несет за них личную ответственность – это входит в его функциональные обязанности. Тем ни менее необходимо четко различать социальные слои по основным важнейшим критериям, о которых речь пойдет ниже.

Данным аспектом проблемы занимается отечественный экономист Б. Райзберг, который считает, что деятельность предпринимателя в нашей стране осуществляется в нестабильной экономической обстановке, что и вызывает определенный риск, связанный с особенностями начального становления предпринимательства, с конкуренцией. По его мнению, задача предпринимателя состоит в том, чтобы не избегать риска, а стремиться свести его до минимума, однако в отечественной экономической науке слабо разработаны методы снижения степени риска в различных производственных ситуациях. Тем не менее, имеются некоторые виды деятельности (страхование имущества, здоровья, жизни людей, а также лотерейное и игорное дело), где риск поддается расчету. Предприниматель должен стараться избежать потерь (материальных, трудовых, финансовых и др.), планируя свою деятельность. Райзберг отмечает, что в условиях не стабильной политической обстановки, изменений в налоговой системе, а также в связи с рэкетом опасность риска, различного вида потерь возрастает⁵. Большой вклад в развитие теории предпринимательства внес немецкий ученый Й. Шумпетер. Предприниматель у Шумпетера – субъект инновационной деятельности, реализующий различные «новые комбинации» факторов производства. Предпринимательская функция является свойством любой экономической системы. «Новые комбинации», в понимании Шумпетера, сводятся к следующему: – внедрение новых методов производства; – использование новых научных открытий; – освоение новых рынков сбыта; – получение нового источника сырья; – проведение реорганизации производства, обеспечение нового монопольного положения и т. д. Шумпетер не относит предпринимателей к какой-либо социальной группе, а предпринимательство не считает профессией. Новаторство же – необходимая существенная черта этого явления. Шумпетер дает следующую классификацию предпринимателей:

– фабрикант – торговец – капиталист – собственник средств производства;

³ См.: Предпринимательство в конце XX века А.А. Дынкин, А.Р. Стерлин, И.В. Тулин и др. М.: наука. 1992. С. 23–24.

⁴ Там же. С. 26–27.

⁵ См.: Райзберг Б.А. Предпринимательство и риск. М. Знание, Серия экономика. 1992. ~ 4. С. 27–32.

- «капитаны индустрии», которые обладают контрольным пакетом акций (распоряжаются собственностью) и занимаются управлением компанией;
- директора-менеджеры, осуществляющие новые комбинации факторов производства;
- основатели, занятые разработкой различных проектов создания новых предприятий⁶.

Шумпетер в своей теории абсолютизирует новаторство как необходимое свойство предпринимателя. Инновациями могут заниматься ученые, инженеры и другие специалисты. Поэтому к группе предпринимателей он относит различных по своему социальному положению и функциональным обязанностям, а значит, и по социальным интересам, субъектов, в том числе наемных рабочих и служащих. По нашему мнению, предпринимательская деятельность включает в себя множество других аспектов. Специалисты, разрабатывающие новые идеи, не всегда могут заниматься их реализацией, доведением до стадии практического использования. Предприниматели же являются теми субъектами, которые реализуют идеи на практике. Многие предприниматели часто добивались успеха потому, что им удавалось лучше других воплотить какую-либо заурядную или хорошо известную идею. Один из отечественных исследователей данной проблемы А. Агеев, так же как и Шумпетер, кладет в основу своей концепции предпринимательства признак инновационной деятельности и выделяет основным критерием предпринимательства организационное новаторство на основе экономической свободы. К несущественным же признакам относятся несение риска, принятие решений, владение ресурсами, лидерство и т. д. При этом Агеев различает два вида производства:

- ведущееся традиционными способами;
- творческое, связанное с выработкой и реализацией новых идей, возникновением нового предприятия или реорганизацией старого⁷. Только во втором случае, по мнению Агеева, существует предпринимательская деятельность.

Аналогичной точки зрения придерживается экономист А. Блинов, который также считает. Что человек, занимающийся репродуктивной деятельностью и постоянно воспроизводящий тот или иной товар или продукт, не является предпринимателем. К последним относятся только те деловые люди, чье поведение отличается поисковым, творческим характером⁸. На основе выделения существенных и несущественных свойств Агеев дает следующую классификацию предпринимательства:

- по степени новизны товаров и услуг – инновационное и рутинное предпринимательство;
- по отношению к официальным законам – легальное и теневое;
- по сферам организационных новаций – научное, индустриальное, финансовое, аграрное и т. п.

⁶ См.: Черников Г.П. Предприниматель кто он? М.: Международные отношения, 1992. С. 32.

⁷ См.: Агеев А.И. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры. М.: Наука, 1991. С. 10.

⁸ См.: Блинов А. Развитие предпринимательства //Экономист.1993. ~ 6. С. 70.

Он выделяет также два вида предпринимателей: владелец своего бизнеса и наемный управляющий⁹. На наш взгляд, А. Агеев, также как и Шумпетер, абсолютизирует только одно свойство предпринимательской деятельности, а именно, инновационное творчество, в результате чего в разряд предпринимателей попадают представители различных социальных групп. Кроме того, А. Агеев допускает противоречие в своих суждениях, указывая, с одной стороны, что предпринимательство относится к новаторской экономической деятельности, а не к репродуктивной, направленной на получение уже известных результатов¹⁰, в то же самое время он выделяет и рутинное предпринимательство, основанное на репродуктивной деятельности¹¹.

Наибольший интерес, на наш взгляд, представляют идеи К. Маркса и П. Сорокина, которые главным отличительным признаком предпринимателя считают владение собственностью. Марксизм сосредоточился на разработке социально-экономических и политических проблем предпринимательства, причем в трудах Маркса прослеживается в целом негативное отношение к предпринимателю как субъекту эксплуатации наемных рабочих.

П. Сорокин дает социологический анализ предпринимательства и определяет его место в системе общественных отношений с точки зрения теории стратификации. Предприниматель – это экономически независимый хозяин, его деятельность заключается в организации своего дела и контроле за своими служащими. Сорокин четко выделяет слой директоров, менеджеров, членов совета директоров корпорации и т. д., которые, по его мнению, не являются владельцами собственности, продают свою рабочую и получают зарплату, следовательно, по всем этим основаниям они не являются слоем предпринимателей¹².

Аналогичной точки зрения придерживаются некоторые отечественные исследователи. В частности, В. Позняков считает, что предпринимателями являются только те лица, которые владеют собственностью (капиталом, ресурсами, средствами производства) и используют наемный труд с целью получения прибыли. При этом В. Позняков отмечает, что инновационный характер предпринимательской деятельности является не ее существенным признаком (как у Шумпетера), а необходимым условием успешности деловой активности¹³. Опираясь на основной критерий – владение собственностью, В. Позняков четко выделяет другую, другую, отличную от предпринимателей группу работников (менеджеров, служащих, рабочих). Подобные идеи выдвинуты канадским исследователем Л. Филионом, который выделяет функциональные отличия деятельности предпринимателя и наемного служащего. Так, например, предприниматель непосредственно занимается выработкой новых идей, распределени-

⁹ См.: *Агеев А.И.* Предпринимательство: проблемы собственности и культуры. М.: наука, 1991. С. 10.

¹⁰ Там же.

¹¹ Там же. С. 12.

¹² См.: *Сорокин П.* Социальная и культурная мобильность. В кн.: *Человек. Цивилизация. Общество.* М.: Политиздат, 1992. С. 359–366.

¹³ См.: *Позняков В.* Новая социальная группа: признаки, мотивы, действий, трудности обновления / *Человек и труд.* 1992. С. 14.

ем ресурсов. Служащий же выполняет распоряжения, координирует и планирует деятельность в рамках уже выделенных ресурсов. Предприниматели определяют свою деятельность сами, а служащие выполняют ту роль, которая им отведена, действуют в рамках, установленных другими¹⁴. Несколько другой подход к рассматриваемой проблеме мы видим у М. Вебера, который различает два вида предпринимательства по способам получения прибыли:

– мирный способ посредством обмена и получения прибыли (идеалом данного типа является капиталистическое предприятие, основанное на рациональном расчете, рентабельности);

– насилие как способ получения прибыли, связанный с эксплуатацией государственных подданных, военными действиями т.д.¹⁵

М. Вебер отмечает, что стремление к обогащению присуще многим категориям людей (врачам, кучерам, разбойникам и т. д.). Но само по себе это стремление не является чертой предпринимательства. Для его развития необходима рациональная организация производства. Современному обществу, по мнению Вебера, присущ первый тип предпринимательства и соответствующая ему организация. Ее основными чертами являются: ориентация на товарный рынок: отделение от домашнего хозяйства, рациональная бухгалтерская отчетность, юридически оформленный раздел капитала предприятия и личного имущества предпринимателя, форма предприятия как наилучшая организация трудового процесса¹⁶. По мнению Вебера, на формирование капиталистического предпринимательства большое влияние оказывает религия, в частности, протестантизм. Ее функции состоят в воспитании у людей трудолюбия, бережливости, честности и т. д. В своей работе «Протестантская этика и дух капитализма» Вебер подробно рассматривает процесс развития собственников-предпринимателей из рядов протестантов, что связано, по его мнению, особенностями данной религии¹⁷. В то же время предпринимательство изучается в научной литературе и как своеобразный социально-психологический феномен. Так, в частности, английский исследователь Дж. Кейнс считает, что предприниматель должен обладать набором определенных психологических качеств, к которым он относит следующие: осторожность, предусмотрительность, расчетливость, стремление к успеху, независимость, предприимчивость и т.д.¹⁸ Существует множество популярных изданий, в которых описывается какими свойствами должен обладать предприниматель, как сформировать их у себя. Например, уверенность в себе, оптимизм, самоуважение, каким образом можно активизировать резервные возможности человека. Однако автор данного диссертационного исследования не ставит себе целью анализировать данную литературу и ограничивается констатацией существования подобных точек зрения.

¹⁴ См.: *Филион Л.* Природа малого бизнеса и ее влияние на специфику менеджерской деятельности // *Малый бизнес, рынок и общество.* 1992. ~ 1–2. С. 136–139.

¹⁵ См.: *Вебер М.* Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. С. 48.

¹⁶ См.: *Вебер М.* Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. С. 47, 51, 52.

¹⁷ См.: *Вебер М.* Протестантская этика и дух капитализма. В кн.: *Избранные произведения.* М.: Прогресс 1990. С. 61–344.

¹⁸ См.: *Кейнс Дж.* Общая теория занятости, процента и денег. М.: Прогресс, 1978. С. 157–172.

Тема 2. Сущность предпринимательства. После того, как нами представлены основные существующие подходы в отношении сущности предпринимательства и критериев выделения предпринимателей как большой социальной группы, постараемся определить и сформулировать свою точку зрения на данную проблему. Прежде всего, нужно сказать, что практически ни одна из существующих точек зрения в целом нас не устраивает, так как в основном они страдают односторонним подходом. Как было показано выше, каждый исследователь проблемы предпринимательства брал за основу какой-то один, наиболее важный критерий и, опираясь на него, формулировал свое отношение к данному социальному феномену. Подобная позиция, на наш взгляд, не позволяет изучить такое социальное образование, как предприниматели, всесторонне учитывая отличительные от других социальных групп их характерные черты. Поэтому для определения и выделения большой социальной группы предпринимателей в социально-классовой структуре общества необходимо применить комплексный подход, позволяющий достаточно научно и точно охарактеризовать сущность предпринимательства и его социального носителя. Как мы уже говорили, ни один из приведенных вышеназванными авторами характерных признаков принадлежности социального субъекта к категории предпринимателей – ни склонность к риску, ни инновационный подход к производству, ни характер, ни содержание трудовой деятельности и даже отношение к собственности – не характеризует полностью его сущности. В связи с этим постараемся найти такие критерии, которые бы позволили всесторонне проанализировать предпринимательство и предпринимателей и выделить характерные черты, позволяющие говорить о них как о представителях вполне самостоятельного социального образования, отличающегося от других социальных групп. При характеристике и определении какого-либо класса людей или любой другой социальной общности очень важным, если не определяющим, всегда являлся критерий отношения к собственности, к средствам производства. Несмотря на то, что многие авторы – исследователи данной проблемы почему-то упускают этот индикатор, мы считаем его очень существенным для характеристики предпринимательства. Постараемся доказать этот факт. Известно, что понятия «предпринимательство» и «предприниматель» произошли от глагола «предприимчивый», то есть предприниматель – это человек, для организации какого-либо дела активно стремящийся использовать все имеющиеся у него возможности, силы и средства. Вместе с тем необходимо отметить, что сущность явления и его социального носителя не со всей полнотой характеризуется их лингвистической первоосновой, подобно тому, как понятия «интеллигенция», как большой социальный слой, и «интеллигентность» далеко ни одно и то же.

Под предпринимательством всегда понимали деятельность какого-либо социального субъекта по организации своего собственного дела, предприятия, функционирование которого позволило бы получить определенную прибыль. В то же время понятно, что начать какое-либо производство не имея первоначального капитала, то есть собственности в любом виде: средств производства, денежных средств, ценных бумаг и т. д. Другими словами начинающий предприниматель обязательно должен быть собственником, ему необходимо вла-

деть собственностью. Это владение может быть единоличным (частная собственность) или совместным (коллективная собственность). В некоторых случаях, когда первоначальный капитал берется в виде займа у государства или у какого-либо другого юридического или физического лица на определенный срок, арендатор в течение этого времени распоряжается полученной суммой и пользуется результатами оборота капитала. В случае если дело пойдет успешно, получаемая прибыль, после выплаты долга, будет являться его собственностью, а предприниматель становится полноправным владельцем своего капитала. Поэтому, на наш взгляд, предприниматель обязательно является собственником капитала, независимо от того – имелся ли он первоначально или был взят в кредит. Основными формами отношений собственности являются владение, распоряжение и пользование. Такая дифференциация форм собственности предполагает существование неполных собственников, присваивающих средства производства и результаты труда лишь частично. К ним относятся, например, рабочие и служащие, владеющие акциями какого-либо предприятия. Это дает возможность участвовать в управлении и получать определенные дивиденды с прибыли. Акционерная форма собственности способствует росту прибыльности компаний, производительности труда, повышению заинтересованности рабочих в результатах труда и, соответственно активизации деятельности. Из этого следует, что рабочие, будучи совладельцами предприятия, не являются собственниками, так как они а) реальной властью не обладают (власть фактически принадлежит обладателям контрольного пакета акций, т. е. группе лиц, которые принимают стратегические решения в отношении предприятия и занимаются активной предпринимательской деятельностью, тогда как общее собрание акционеров обычно носит формальный характер); б) выполняют свои непосредственные функциональные обязанности; в) имеют в качестве основного источника дохода фиксированную зарплату. Другой социальной группой, которая распоряжается собственностью и наделена властными полномочиями, является группа менеджеров. Бывают ситуации, когда хозяин предприятия, собственник, по тем или иным причинам самоустраивается от дел и на определенное время наделяет правом распоряжения всей или частью собственности какое-либо доверенное лицо, допустим, своего управляющего, менеджера. Причем полномочия последнего расширяются на это время до рамок владения, так как он отвечает за весь производственный процесс и в этот период получает не только зарплату, но и определенный, оговоренный собственником, процент с получаемой прибыли. В этих случаях данный человек, не будучи владельцем собственности, но при наличии всех прочих характерных признаков, становится предпринимателем. Это позволяет им проявить личную заинтересованность, предприимчивость, участие в управлении и выработке основных решений фирмы, занимающихся нововведениями и распределением ресурсов. В условиях государственной собственности формально собственниками являются все граждане, но реально распоряжаются администраторы через цепь посредников: парламент – правительство – административные органы различных уровней. Возникающая иерархически-бюрократическая система управления собственностью, в результате чего администратор не имеет личной заинтересованности в результатах

своей деятельности, не чувствует ответственности, ничем не рискует (кроме потери поста), следовательно предпринимательская функция в таких условиях развиваться не может. Но в тех случаях, когда государство заинтересовано в каких-либо глобальных исследованиях (космос, ядерная энергетика, военная техника и т. д.) и поощряет деятельность специалистов большими вознаграждениями и льготами или организует коммерческие структуры со смешанной формой собственности – тогда можно говорить о государственном предпринимательстве. Наилучшие же условия для деятельности предпринимателя создает частная и коллективная формы собственности. Собственно говоря, для того чтобы быть предпринимателем, недостаточно быть владельцем собственности. Для этого необходимо обязательно осуществлять активную деятельность по организации и развитию производства или любого другого дела для получения прибыли. Активная деятельность, в данном случае, является обязательным условием предпринимательства, более того, можно сказать, что подобная деятельность – это атрибутивное, неотъемлемое свойство данного социально-экономического явления. Дело в том, что определенную прибыль собственник может получать и в виде ренты или дивидендов, помещая свой капитал в рост. Но в данном случае, ни о каком предпринимательстве не может быть и речи, а ратье отнюдь не предприниматель. Предпринимательская трудовая деятельность, в какой бы сфере она ни была представлена и в каких бы видах ни осуществлялась, всегда направлена на конечный результат, на развитие производства для получения как можно большей прибыли, что в свою очередь, связано с желанием удовлетворить определенные потребности, достичь поставленной цели. Подобная предпринимательская деятельность всегда самодеятельно, т. к. она всегда отвечает интересам того, кто ее осуществляет. Поэтому с полным правом можно сказать, что труд предпринимателя всегда активен. Остановимся на одном важном критерии, который является универсальным, а, следовательно, применим к любому социальному образованию, в том числе и к предпринимателям. Это способ получения и размер доходов. Выше уже отмечалось, что вся предпринимательская деятельность направлена на получение прибыли с капитала. Поэтому основной источник доходов владельца этого капитала, т. е. предпринимателя – это процент с прибыли. Этот процент может быть различным и зависит от многих факторов. Первоначально, когда производство еще только организуется, и не набрало силу, он обычно, бывает небольшим, ибо основные средства от прибыли идут на развитие предприятия. В дальнейшем он может возражать. Если собственность частная, то есть если один предприниматель является полноправным ее хозяином, то он сам и устанавливает себе этот процент. В случае если предприниматель – совладелец предприятия с коллективной формой собственности, этот процент определяется советом директоров и общим собранием акционеров, а его размер зависит от величины капитала, вложенного данным лицом в производство. В рамках коллективной собственности, когда существуют акционерные предприятия с очень большим числом акционеров, определение основного дохода напрямую зависит от величины вложенного капитала и от количества приобретенных в собственность акций. Дело в том, что основная масса акционеров, работающих по специальностям:

рабочих, не может жить на такой небольшой процент от прибыли, и поэтому основным источником доходов у них является заработная плата.

В отличие от этих мелких акционеров, предприниматели живут в основном на этот процент. Однако данный критерий при выделении социальной группы предпринимателей является производным, а не определяющим, так как на процент с капитала, но как уже отмечалось выше, могут жить и лица, к предпринимательству не имеющие никакого отношения. Таким образом, мы выделили три необходимых и достаточных критерия для определения предпринимателей. Эти критерии мы называем основными. Невозможно назвать предпринимателем такой социальной субъект деятельности, у которого отсутствует хотя бы один характерный признак, соответствующий этим критериям. В то же время существуют и другие признаки предпринимателей, которые не являются обязательными для их характеристики. Однако эти черты в основном характерны для типа предпринимателей и в совокупности с основными дополняют его социальный портрет. Это и инновационная деятельность, так как обновление средств производства, внедрение новых научных разработок и новейшей технологии ведет к развитию производственных процессов и других видов предпринимательской деятельности, а, следовательно, и к получению большей прибыли, что, безусловно, является целью предпринимательства. Это и риск, так как в условиях рыночной экономики, тем более там, где рыночные структуры еще только создаются, и где господствует жесткая конкуренция, предпринимателям, особенно начинающим, приходится рисковать, ибо нет еще достаточных маркетинговых исследований, нестабильна денежно-кредитная политика, сохраняется высокая инфляция и низкая покупательская способность населения – все это может, в достаточно короткий срок, объективно привести к снижению цен на выпускаемую продукцию, что, безусловно, скажется на прибыли, которая не будет соответствовать вложенным ранее затратам. В этих условиях удержание цен на прежнем уровне или их повышение может привести к снижению спроса на товар и, в конечном итоге, к возможному финансовому и экономическому краху предприятия. Таким образом, для выделения в социально-классовой структуре общества такого социального образования, как предприниматели, необходимо применить следующие основные критерии;

1) Владение или распоряжение собственностью.

2) Активная деятельность по созданию своего самостоятельного дела или участию в любом другом предприятии с целью получения прибыли.

3) Основной источник дохода – процент с прибыли от вложенного капитала.

Дополнительные критерии:

1) Инновационная деятельность.

2) Риск.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать выводы, что:

Предпринимательство – это активная и чаще всего инновационная деятельность определенного социального субъекта, основанная на владении или распоряжении различного рода собственностью, целью которой является организация своего самостоятельного дела или участие в других предприятиях с

целью получения прибыли с вложенного капитала. Предприниматель – это социальный субъект, активная деятельность которого основана на владении, распоряжении собственностью с целью организации своего самостоятельного дела или участия в других предприятиях и получения процента с прибыли в качестве основного источника дохода (в сфере материального и духовного производства, обмена и распределения товаров и услуг).

Тема 3. Отличие предпринимателей от других социально-профессиональных групп.

Для того чтобы определить сущность этого социального образования, необходимо выделить характерные черты, которые бы отличали предпринимателей от других социальных групп, возможно сходных с ними по некоторым критериям. Для этого следует сравнить их между собой по наиболее существенным параметрам. Подобный сопоставительный анализ поможет также сказать – являются ли предприниматели классом или это какой-то социальный слой, не имеющий своей специфики и, поэтому, состоящий из представителей многих социальных образований. Мы уже говорили выше, что предпринимательство как своеобразный вид трудовой деятельности и, соответственно, предприниматели, как субъекты этой деятельности, сформировались как самостоятельное социальное явление в условиях развития капиталистических отношений. Однако это не значит, что термины предприниматель и буржуа являются синонимами. Другими словами, не все буржуа будут предпринимателями, также как не все предприниматели – представителями буржуазии. Если взять основной классовообразующий признак отношение к собственности, то можно с полным основанием сказать, что если буржуа обязательно владеет или, как правило, распоряжается и пользуется собственностью, то предприниматель, как правило, владеет ею, но может и только распоряжаться собственностью, в настоящий момент ему не принадлежащей. Другими словами, к предпринимателям в данном случае будут относиться и те лица, которые наделены правом распоряжения и пользования собственностью. Эти полномочия, возводят их неопределенное время в ранг хозяев предприятия, а наличие остальных характерных критериев позволяет говорить о них как о предпринимателях. В то же время тот факт, что часть предпринимателей не являются собственниками, позволяет считать их не принадлежащими к классу буржуазии. С другой стороны, если взять такой необходимый, на наш взгляд, критерий предпринимательства, как активная деятельность, то, хоть он и будет относиться к большинству капиталистов, однако, некоторая их часть, а именно та, которая не занимается никакой производственной, да и любой другой деятельностью, а живет на процент с капитала, вложенного в банк или инвестиционные компании, не может быть отнесена к разряду предпринимателей. У них отсутствует один основной признак предпринимателя – активная деятельность для приумножения капитала. Теперь сравним предпринимателей с таким социально-профессиональным слогом, как менеджеры, которые, по мнению некоторых исследователей (них шла речь выше), практически в полном составе могут быть отнесены к категории

предпринимателей, так как и те, и другие занимаются активной деятельностью по организации и развитию предприятия, принятию решений и обеспечению их выполнения. Сразу нужно сказать, что, по нашему мнению, различий здесь будет гораздо больше, чем сходства. Если все предприниматели владеют или распоряжаются собственностью (в том или ином виде), то все менеджеры, наоборот, фактически ею не владеют. Это наемные работники, хотя и выполняющие определенные профессионально-функциональные обязанности, связанные с организационной, управленческой деятельностью и производственными процессами. Именно это отличие является основополагающим и влияющим на действие остальных критериев. В частности, как уже отмечалось, основные профессиональные обязанности у предпринимателя и менеджера управленца сходные. Однако это не означает, что они одинаковы. Разница заключается, прежде всего, в том, что предприниматель, как правило, сам лично начинает организацию производства, а уже потом, на каком-то промежуточном этапе, к этому процессу подключаются наемные управленческие структуры. В дальнейшем именно они могут осуществлять управление, но инициатива принадлежит всегда хозяину-предпринимателю. Названные два показателя непосредственным образом влияют на действие третьего критерия – источника и величины получаемого основного дохода. У предпринимателя это, прежде всего процент с получаемой прибыли, а уж потом, если он работает на какой-то должности, заработная плата в виде оклада. У менеджера основной источник дохода – это заработная плата, ибо он является наемным работником, а уж дополнительно к этому он может получать и какой-то процент с прибыли, если является владельцем акций данного предприятия и другие доплаты в виде премий и т. д., также как и все остальные работники данного предприятия. Хотя надо сказать, что с ростом квалификации, компетенции и количества подчиненных оклад хорошего менеджера (от 100 тыс. долларов в год и выше) позволяет ему наращивать число прикупаемых акций вплоть до – в ряде случаев – овладения контрольным пакетом. В этот момент он переходит из состава менеджеров в разряд предпринимателей. Однако такая мобильность, также как и «пограничное состояние» на рубеже между менеджером и предпринимателем в период, непосредственно предшествующий покупке контрольного пакета, когда дивиденды сравниваются с окладом, не стирает саму логическую границу между ними.

Таким образом, можно сделать вывод, что менеджера отличает от предпринимателя очень много, а именно

1. Отношение к собственности.
2. Характер принимаемых решений.
3. Главный источник дохода.

Именно эти критерии (показатели) мы определили, как основные для выделения предпринимателей как самостоятельного социального образования. Менеджеры не являются предпринимателями, так как они наемные работники, в основном не владеющие собственностью со всеми вытекающими из этого последствия. Другими словами, менеджеры это социально-профессиональный отряд, входящий в состав управленческой интеллигенции. Как только они становятся собственниками в таком масштабе, что или организуют собственное дело,

или становятся соучредителями какого-либо предприятия (дела), или держателями контрольного пакета акций, они начинают принимать кардинальные решения и, соответственно, получать в качестве основного дохода процент с прибыли. В этом случае они перестают быть менеджерами и превращаются в предпринимателей капиталистов. Далее, необходимо сопоставить предпринимателей с рабочими, причем не наемными, а рабочими – совладельцами коллективной собственности, членами акционерного общества. Дело в том, что они, без сомнения, являются в определенной степени собственниками и на этом основании их можно было бы отнести к разряду предпринимателей. Однако дело здесь значительно сложнее их индивидуальным капиталом, вложенным в акции предприятия, как правило, очень невелик и составляет небольшую часть всего совокупного капитала. И хотя, по правилам, каждый из них считается совладельцем коллективной собственности и, по этой причине, имеет голос в принятии решений, однако этот голос не может быть решающим в участии большинства акционеров – рабочих в делах управления предприятием зачастую приобретает формальный характер. Поэтому говорить об активном или определяющем участии рабочих в управлении делами компании по сути не приходится. Вся их основная деятельность сводится к выполнению своих непосредственных профессиональных обязанностей, поэтому по своему социальному положению они и относятся к разряду рабочих. Естественно, что в силу этого труд рабочих ограничивается сферой их компетенции, как правило, не выходящей за рамки исполнительской дисциплины. В то же время, учитывая, что практически все рабочее время данная категория работников занята выполнением своих непосредственных функциональных обязанностей, то и основным источником дохода у них – это заработная плата за конкретно проделанный труд. И здесь они опять-таки отличаются от предпринимателей даже будучи совладельцами коллективной собственности – ибо предприниматели живут в основном на процент с капитала, а уж потом, возможно, на зарплату, и рабочие наоборот, ибо, как уже указывалось выше, их вложенный капитал, и, как правило, настолько мал, что на процент с него прожить невозможно. Сравнивая интересы предпринимателей и других социальных групп, можно сделать выводы, что интересы предпринимателя состоят, прежде всего, в приумножении собственности (капитала): и получении от нее устойчивого и гарантированного дохода. Это означает выбор правильной рыночной стратегии, обеспечение конкурентоспособности на рынке. Интересы менеджера в большей степени связаны с эффективностью использования капитала в каждый данный момент, максимизацией получаемого дохода. Менеджер заинтересован в стабильности своего положения, поэтому он не торопится идти на риск и ориентирован на сохранение данного типа предприятия и, наконец, наемный работник связывает свою судьбу с конкретным предприятием, поэтому его интерес направлен на максимизацию дохода и не связан непосредственно с необходимостью долгосрочных стратегических программ перемещением капитала в другие сферы.

Таким образом, из приведенного выше анализа, можно сделать следующие выводы:

Во-первых, предприниматели – это вполне самостоятельное, отдельное социальное образование, представители которого могут быть выделены и опре-

делены по целому комплексу основных и дополнительных признаков, каждый из которых может быть применен к какой-либо другой социальной группе, но все в совокупности они характеризуют только одну социальную общность – предпринимателей.

Во-вторых, представляющие собой большую социальную группу, имеющие только им присущие признаки и отличающиеся по этим критериям от всех других социальных групп – предприниматели, таким образом, являются классом.

Остановимся более подробно на доказательстве последнего положения. В отечественной социологической литературе существуют неоднозначные точки зрения по этому вопросу. Так, одни авторы считают предпринимателей классом¹⁹, а некоторые называют его слоем²⁰. В качестве методологических основ нашей концепции, мы берем взгляды К. Маркса, М. Вебера, Э. Гидденса, В. Ленина. Как отмечалось выше, основным классообразующим признаком у К. Маркса и М. Вебера являются отношения собственности. Говоря о марксистском подходе к данной проблеме необходимо отметить, что ни в одном из его произведений мы не найдем четкого определения классов, тем не менее, К. Маркс постоянно обращался к данному социальному образованию и во многих произведениях употреблял этот термин. Причем, анализируя тот или иной социальный класс, К. Маркс соотносил его с определенными социальными условиями жизнедеятельности общества. Основные положения К. Маркса по этому поводу сводятся к следующему:

1. Определяющим классообразующим признаком являются отношения собственности.
2. Класс характеризуется местом в системе общественных отношений.
3. Между определенными классами существует классовая борьба.
4. Классы характеризуются различным образом жизни и культуры.

Таким образом, основным и определяющим классообразующим признаком К. Маркс считал отношения собственности. В частности, в «Капитале» он отмечает, что существуют три большие общественные группы людей – собственники только одной рабочей силы, собственники капитала и земельные собственники, соответственными источниками доходов которых являются зарплата, прибыль и земельная рента, следовательно, по мнению К. Маркса наемные рабочие капиталисты и земельные собственники образуют три больших класса современного общества, покоящегося на капиталистическом способе производства²¹. Поэтому, мы видим, что кроме отношений собственности, К. Маркс вы-

¹⁹ См.: *Рукавишников В.О.* Социология переходного периода // Социологические исследования. 1994. № 6. С. 27; *Вольский А.И.* Вытащить экономику России из петли кризиса // Социологические исследования. 1992. ~ 10. С. 15; *Кузнецов В.* Рынок приватизации // Мировая экономика и международные отношения. 1992.

²⁰ См.: Социально-стратификационные процессы в современном обществе М.: ИС РАН, 1993. С. 125; *Смольков В.Г.* Предпринимательство как особый вид деятельности // Социологические исследования. 1994. ~ 2. С. 18; *Беляева Л.А.* Средний слой российского общества: проблемы обретения социального статуса / Социологические исследования. 1993. ~ 10. С. 18–22.

²¹ См.: *Маркс К.* Капитал. Маркс К., Энгельс Ф. Избр. соч. Т. 9, ч. п. С. 415.

деляет еще один, хоть и производный, но важный критерий отличающий один класс – это основной источник дохода. Эти два признака он считал основными и вполне достаточными для выделения и характеристики такого социального образования как класс. М. Вебер дал несколько другое определение классов и классообразующего признака, к сожалению, в различных его произведениях нет однозначного понимания социально-классовой структуры общества. Остановимся на некоторых основных положениях концепции М. Вебера. По его мнению, классом считается группа людей, которые имеют один и тот же классовый статус. Под статусом понимается:

- а) обеспечение товарами;
- б) внешние условия жизни;
- в) субъективная удовлетворенность или фрустрация, характерные для индивида группы.

На этом основании Вебер выделяет следующие классы:

1. Класс собственников, в котором классовый статус детерминирован, прежде всего, дифференциацией размеров владений, или в другой интерпретации – позитивно привилегированный класс.

2. Стяжательный класс, в котором классовая ситуация индивидов детерминирована их возможностями эксплуатировать услуги на рынке. Об этом классе Вебер говорит как о собственно-предпринимательском.

3. Социальный класс, или негативно привилегированный класс, не имеющий собственности²².

Говоря о рынке, как необходимом условии существования классов, М. Вебер отмечает, что «... способ распределения исключает из соревнования за обладание высоко ценимыми товарами не – собственников, которые в действительности устанавливают монополию на приобретение подобных товаров. В тенденции это усиливает позицию собственников в «войне за цены» в сравнении с тем, кто, не владея собственностью, не способен ничего предложить, кроме как свои услуги в их природном виде или товары в той форме, которая создается их собственным трудом. Данный способ распределения предоставляет власть имущим определенную монополию, которая позволяет им перемещать свою собственность из той сферы, где она используется «наудачу», в ту сферу, где она превращается в «основной капитал», другими словами, этот способ придает имущим функцию предпринимателя и обеспечивает всеми необходимыми шансами для прямого или косвенного участия в распределении прибыли, полученной из оборота капитала. «Собственность» и недостаток «собственности» являются, таким образом, базисными категориями классовых отношений любого типа²³. М. Вебер отмечает, что владение семейными постройками, производственными заведениями, товарными складами, магазинами, сельскохозяйственными угодьями, шахтами, скотом, людьми, деньгами или продукта-

²² См.: Вебер М. Основные положения стратификации // Социологические исследования. 1994. ~ 5. С. 153–156.

²³ Вебер М. Основные положения стратификации // Социологические исследования. 1994. ~ 5. С. 148.

ми, которые можно в любое время обменять на деньги, а также распоряжение продуктами чужого труда или трудом других людей, распоряжение перемещаемой монополией любого сорта-все это вместе дифференцирует классовые ситуации для собственников, в связи с этим они могут принадлежать к классу предпринимателей²⁴. М. Вебер и К. Маркс выделяют два основных классовообразующих критерия, которые, в частности, он применяет к предпринимателям: это – отношения собственности (владение и распоряжение предметами и средствами производства, капиталом и т. д.), а также основной источник дохода, которым у предпринимателей является прибыль с оборота капитала. Развивают идеи К. Маркса и М. Вебера современные исследователи Э. Гидденс и Э. Райт. По мнению Э. Гидденса: «Классы зависят от экономических различий между группами людей, связанных с неравенством во владении и контрасте над материальными ресурсами мы можем определить классы как большие группы людей, отличающиеся по своим общим экономическим возможностям, которые значительно влияют на типы и стиль жизни. Собственное богатство вместе с занятием составляют главное основание классовых различий». Интерпретируя классовую концепцию Э. Райта, Э. Гидденс указывает, что согласно его взглядам, в современном капиталистическом производстве существуют три вида контроля над экономическими ресурсами, позволяющими идентифицировать главные классы с этими видами:

1. Контроль над инвестициями или денежным капиталом.
2. Контроль над физическими средствами производства – землей, предприятиями, офисами и т. д.
3. Контроль над трудом и властью.

Тот, кто принадлежит к классу капиталистов, контролирует все эти виды ресурсов. Промежуточная позиция – «белые воротнички» – и «профессионалы» не являются ни капиталистами, ни рабочими, хотя имеют общие черты с теми и другими²⁵. Э. Райт, также как и Э. Гидденс в качестве основного классовообразующего признака выделяют отношение к различного рода собственности, сводя, таким образом, все классовые различия к экономическому содержанию. Отталкиваясь от экономических различий, связанных, прежде всего с неравенством во владении и контроле над материальными ресурсами, оба они отмечают, что в современном капиталистическом обществе существуют два основных класса собственники – высший класс – и люди, лишенные собственности – рабочие или низший класс. Поэтому, вывод Э. Гидденса, что собственное богатство или его отсутствие вместе с содержанием трудовой деятельности составляют главное основание классовых различий, представляется достаточно обоснованным и в основе своей соответствует марксистскому пониманию этого вопроса. Обобщая все вышесказанное, следует отметить, что, обладая большей численностью и стабильным положением в обществе, а также характеризуясь основными экономическими критериями, отличающими их от других социальных групп: владение или распоряжение собственностью, активная деятельность

²⁴ Там же.

²⁵ Там же. С. 118.

и прибыль с оборота в качестве основного источника дохода – предприниматели являются основным классом современного общества. Как и любой социальный класс, предприниматели являют свою сущность через определенную характерную деятельность. Постараемся определить специфику предпринимательской деятельности, показать ее характерные черты и разновидности. Каждая социально-экономическая система, основанная на определенных отношениях собственности, а, следовательно, и на определенном типе экономических отношений, предполагает и соответствующий вид трудовой деятельности. Он, естественно, не является единственным в данных условиях, однако именно он намечает то кардинальное направление в развитии общества, которое в конечном итоге определяет и способ производства материальных благ, и совокупность всех форм жизнедеятельности людей на данном этапе их существования. Предпринимательство – это социально-экономический феномен, характеризующий деятельность людей в условиях функционирования рыночных отношений или перехода к рынку. Именно для этого периода общественного развития предпринимательство становится определяющим типом деятельности людей, а предприниматели – основным характерным классом данного общества.

Тема 4. Сущность предпринимательской деятельности.

В чем же суть предпринимательской деятельности? Чем она отличается от любого другого вида деятельности? Мы уже сформулировали свое представление о предпринимательстве как бы активной деятельности социального субъекта, основанной на владении каким-либо видом собственности с целью материального или духовного производства, а также оказания услуг, для получения прибыли с вложенного капитала. В данном случае из всех характеристик в определении предпринимательства, нас интересует только тот факт, что это деятельность, причем деятельность активная. Поэтому с полным основанием можно говорить о предпринимательской активности как определенном свойстве, присущем данному виду деятельности. В чем же состоит отличие предпринимательского труда от других видов трудовой деятельности? На наш взгляд, первым и наиболее существенным отличием является то, что предпринимательская деятельность постоянно активна, в то время как остальные виды трудовой деятельности активны не всегда. Остановимся на этом вопросе более подробно. Прежде всего, необходимо выяснить суть предпринимательской активности. Если идти от общего к частному, то последняя является видом трудовой, а та, в свою очередь, разновидностью социальной активности какого-либо субъекта деятельности. Поэтому, чтобы лучше понять частное (предпринимательскую активность), необходимо рассмотреть и определить более общие понятия (социальную и трудовую активность). Под социальной активностью мы понимаем свойство социального субъекта, основанное на стремлении удовлетворить собственные потребности и интересы, проявляющиеся в виде какой-либо деятельности, и существующие как более или менее выраженная самодеятельность. Поэтому, в этом случае активность – это сущность, деятельность – явление и самодеятельность – форма существования. Активность отдельных социальных субъектов всегда проявляется в различных видах деятельности

(трудовой, политической, коммуникативной и т. д.), а, следовательно, носит соответствующую направленность. В то же время, если общество в целом всегда активно, то социальные субъекты различного рода деятельности и разного уровня общности активны далеко не всегда. В каких случаях их внутренняя потенциальная активность проявляется в соответствующем виде деятельности? Ибо это внутреннее свойство социального субъекта из возможности превращается в действительность только при наличии определенных условий. Эти условия (или факторы) могут быть и внешними, но существенное значение в данном случае имеет внутреннее желание, стремление данного социального субъекта заниматься подобного рода деятельностью. А чтобы это желание было, данная деятельность не должна быть ему навязана извне, а призвана служить удовлетворению внутренних потребностей и интересов личности, достижению поставленной цели. Если же всего этого нет, если человек осуществляет деятельность, ему ненужную, исходя из жизненных обстоятельств или под давлением других лиц, и если даже данная деятельность будет носить достаточно значительные, количественные показатели (большой объем изготовленной продукции, высокая интенсивность труда и т. д.), то в этом случае говорить об активности нельзя, а деятельность такого рода может быть квалифицирована как деятельность пассивная. Именно потребности и интересы являются теми внутренними двигателями, которые толкают человека к активной деятельности, а также определяют ее мотивацию. Остановимся более подробно на мотивах предпринимательской деятельности. Как известно, мотив есть внутренне побуждение к действию, основанное на потребностях человека. Й. Шумпетер выделяет три основных мотива предпринимательской деятельности:

- потребность в господстве, власти, что находит реализацию в накоплении материальных ценностей;
- воля к победе, стремление к успеху, достигнутому в борьбе с соперником и с самим собой, или потребность в достижениях;
- радость творчества, которую дает самостоятельное ведение дел;

Представленную систему мотиваций можно применить и к представителям других социальных групп, не занимающихся предпринимательской деятельностью (например, к политическим лидерам), но Шумпетер считает, что в большей степени вышеперечисленные мотивы принадлежат предпринимателям.

Можно выделить некоторые другие мотивы предпринимательской деятельности:

- повышение уровня личной значимости и самоуважения;
- стремление к изменению своего социального статуса, расширению круга общения т. д.

Американские исследователи Р. Хизрич и М. Питерс считают основным мотивом предпринимательской деятельности обретение независимости, нежелание подчиняться кому-либо. Этот мотив, по их мнению, является главным и определяющим, все остальные играют лишь вспомогательную роль²⁶. Трудовая активность характеризует деятельность человека в сфере труда. Эта, хоть и

²⁶ См.: Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство или как завести.

очень важная сфера человеческой деятельности, рассматривается через призму проблемы социальной активности, ничем не отличается от ее других разновидностей, так как все они в равной степени подпадают под приведенные выше методологические рассуждения. Что же касается различных социальных субъектов, включенных в трудовую деятельность, то степень проявления трудовой активности у них будет принципиально различной. Если говорить о причинах этой разницы, то опять необходимо определить интерес, которым руководствуется тот или иной работник, осуществляя определенные трудовые функции. Причем интерес этот, как правило, может проявиться или не проявиться в двух основных сферах жизнедеятельности человека – материальной и духовной. И в зависимости от того, проявится этот интерес или нет, можно говорить о существовании или отсутствии трудовой активности. Это, прежде всего, интерес работника к предмету своего труда, к своей специальности. В данном случае труд не является тягостным бременем, обязанностью или необходимостью для получения определенного вознаграждения. Такой человек, даже при небольшой оплате труда, будет проявлять трудовую активность, так как он находит интерес в работе, а это ведет к удовлетворению его духовных потребностей. Как правило, есть люди, работающие в сфере науки, искусства, литературы, то есть работники творческих специальностей, зачастую отдающие всего себя любимому делу. Второй интерес – материальный, интерес в получении как можно большего вознаграждения за осуществленный труд. Он напрямую также не зависит от наличия интереса к своему труду, то есть работник, с целью получения большей заработной платы, может перейти к тому виду трудовой деятельности, который ему нравится гораздо меньше, чем прежняя работа. Тем не менее, и в первом, и во втором случаях можно с полным основанием констатировать наличие активности в сфере труда. Степень ее проявления в разных ситуациях будет различной, но она будет всегда, пока существует интерес и возможность его реализации в том или ином виде трудовой деятельности. Не вызывает сомнения тот факт, что активность работника будет гораздо большей в том случае, если этот двойной интерес совмещен и, тем более, если в аферу заинтересованности человека попадают и другие, не менее значимые факторы.

Теперь с этих позиций рассмотрим деятельность предпринимателя и его активность. Интерес у предпринимателя существует всегда. И здесь приоритет, безусловно, принадлежит экономической финансовой стороне дела. Еще Маркс писал в свое время, анализируя капиталистическое производство, отмечал, что буржуазия стремится к его развитию через внедрение новейших достижений науки и техники, внедрению новых технологий и т. д., только потому, что она в этом кровно заинтересована. Все это ведет к повышению производительности труда, увеличению объема и качества выпускаемой продукции, снижению ее себестоимости, а, следовательно, к увеличению прибыли. Именно прибыль и процент с нее в виде основного источника дохода является основной целью производства и предпринимательской деятельности. Эта цель и обуславливающий ее интерес существуют у предпринимателей всегда, ибо величина прибыли как конечного результата производства зависит только от деятельности самого предпринимателя, от его инициативы и активности, компетентности и

гибкости, умения работать с людьми и, возможно, от везения, а также от многих других качеств, присущих предпринимателю как определенному типу субъекта социально-экономического действия. На предпринимателя не нужно оказывать давление для того, чтобы он работал, так он работает, прежде всего, на себя и чем лучше будут идти у него дела, тем больше он в конечном итоге, получит прибыль. Поэтому предпринимательская деятельность это почти всегда самодеятельность, а, следовательно, она всегда активна. Трудовая активность предпринимателя, таким образом, есть имманентно существующее, атрибутивное свойство его деятельности, то есть основной характерный ее признак. После анализа мотивов можно перейти к рассмотрению вопросов связанных с выяснением характера предпринимательской деятельности, а также определить трудовые функции предпринимателей. Деление труда на умственный и физический у предпринимателей обусловлено не сферами приложения труда как может показаться в первом приближении, и не характером производства, а величиной капитала, первоначальных средств, которыми обладает тот или иной субъект деятельности при организации собственного дела. Если этих средств достаточно для того, чтобы сразу поставить дело на широкую ногу, нанять рабочих и служащих, управленческий аппарат, то, естественно, предприниматель будет осуществлять только те профессиональные функции, которые лежат в сфере управления и носят характер преимущественно умственного труда. И наоборот, если первоначальный капитал незначительный, а организуемое дело, соответственно ему, не крупномасштабное, а такое где работает незначительное количество работников, и, поэтому, сам предприниматель вынужден наравне с ними осуществлять те трудовые функции, которых требует специфика данного производства. Поэтому, зачастую, его труд носит в основном физический характер, хотя в большей или меньшей степени может совмещаться с управленческой или какой-либо другой интеллектуальной деятельностью. Такое совмещение видов деятельности не совсем типично для предпринимательского труда и может характеризовать его только в указанных выше случаях. В процессе укрупнения предприятия и капитала, увеличения занятых в производстве работников, предприниматель постепенно освобождается от необходимости выполнять труд рабочего, то есть от несвойственных ему функций, и, в конечном итоге, сосредотачивает свое внимание только на тех интеллектуальных функциональных обязанностях, которые являются содержательной стороной собственно предпринимательской деятельности. Поэтому при характеристике содержания труда предпринимателя остановимся только на характерных функциях его деятельности. Предпринимательство являет собой сложное социально-экономическое явление. Соответственно, деятельность предпринимателя можно рассматривать с двух сторон – экономической и социальной, следовательно, можно выделить его профессиональные и общественные функции. Первые достаточно многочисленны, но в конечном итоге сводятся к организации собственного дела, а также к управлению людьми и производственными процессами. Кроме того, деятельность предпринимателя может состоять из множества других, самых различных трудовых функций, которые в своей совокупности также составляют специфику предпринимательства.

V. СЕМИНАРЫ

ТЕМА 1. Теории предпринимательства в творчестве классиков мировой социологии. – 6 ч.

1. Теории Платона, Аристотеля, Цицерона о предпринимательстве как негативной для общества деятельности. Идея о недопущении предпринимателей к управлению государством.

2. Учение Ф. Аквинского о предпринимательстве как о «морально-неполноценной» деятельности. Осуждение бизнеса.

3. Развитие учений о предпринимательстве в условиях Нового времени. Ф. Бэкон о положительной функции предпринимательства в экономической системе общества, о роли торговли и промышленных предприятий.

4. Идея Т. Гоббса о предпринимательстве как предмете государственной политики. Роль предпринимательства в процессе устранения безработицы и борьбы с нищетой.

5. Теория предпринимательства В. Зомбарта.

6. Определение и сущность предпринимательства в трудах К. Маркса, П. Сорокина, М. Вебера. Ф. Хайек о социально-политических аспектах предпринимательства. П. Бурдьё о предпринимателях, о различиях стилей жизни старой и новой буржуазии.

7. Современные исследования предпринимательства В. Ойкеном, П. Самуэльсоном, М. Фридменом, Д. Сэвэджем, А. Маршаллом, Ч. Кирцнером, М. Кэссоном, Дж. Тиммонсом, Г. Стивенсоном.

ТЕМА 2. Предпринимательство как социальный институт: организация и функции.

1. Различные подходы к определению предпринимательства и предпринимателей. Типологические черты и свойства предпринимателей.

2. Критерии выделения класса предпринимателей в социальной структуре общества.

3. Отличия предпринимателей от других социальных групп: менеджеров, рабочих-совладельцев, классической буржуазии.

4. Место предпринимателей в социальной структуре общества / по производствам О. Райта, Э. Гидденса, П. Бурдьё, А., А. Турена, Т. Заславской, В. Радаева, О. Шкаратана. Роль предпринимательства в экономической жизни общества.

5. Специфика предпринимательской деятельности. Мотивация предпринимательского труда. Активность как имманентное свойство предпринимательского труда. Виды предпринимательской деятельности: производственная, коммерческая, финансовая и другие. Сферы приложения предпринимательского труда.

6. Основные функции предпринимателей: профессиональные и социальные. Источники предпринимательских идей. Процесс предпринимательской деятельности.

7. Предпринимательские организации: структура, функции. Специфика предприятий с различными формами собственности.

8. Частный, индивидуальный, коллективный бизнес: особенности, характерные черты.

9. ТНК: характерные черты, сферы влияния.

ТЕМА 3. Социальные условия предпринимательской деятельности. – 6 ч.

1. Влияние экономической, политической, социально-культурной, технологической, географической среды на эффективность предпринимательской деятельности.

2. Переход к рынку как необходимое условие предпринимательства. Понятие и типология рынка.

3. Критерии цивилизованного рынка.

4. Роль государства в обеспечении эффективной предпринимательской деятельности. Система законодательных, налоговых, финансовых мер по поддержке предпринимательства.

5. Влияние политической жизни на предпринимательство. НТР и бизнес. Наличие развитой инфраструктуры как условие предпринимательства.

6. Социокультурная среда и предпринимательство: нравственные нормы, обычаи, традиции, общественное мнение и бизнес. Современная цивилизация и предпринимательство. Социокультурный аспект предпринимательской деятельности.

7. Содержание и механизм формирования предпринимательской культуры. Этика бизнеса. Ценности и нормы современных предпринимателей. Инновационная культура как фактор научно-технического прогресса общества.

8. Культура взаимоотношений между предпринимательскими структурами. Особенности предпринимательской культуры в современном Российском обществе.

ТЕМА 4. Современное предпринимательство в зарубежных странах: опыт западных и восточных государств. – 6 ч.

1. Основные тенденции развития предпринимательства за рубежом.

2. Делегирование прав собственности. Распространение коллективного предпринимательства.

3. Трансформация традиционной частной собственности. Внутрифирменное предпринимательство.

4. «Предпринимательские сети». Рост ТНК. Глобализация экономики. Влияние предпринимательства на экономические успехи новых индустриальных стран.

5. Франчайзинг как форма предпринимательства. Рост и значение малого бизнеса. Государственная поддержка предпринимательства в развитых странах: программы, правовая, инвестиционная политика.

6. Социальные источники формирования предпринимателей. Расширение социальной ориентации предпринимательства в развитых странах: улучшение

социального положения работников предприятия, поддержка неимущих, меценатство и т. д.

7. Предприниматели в политическом пространстве. Политические партии и международные организации предпринимателей. Предпринимательские структуры в восточно-европейских постсоциалистических странах.

8. Особенности бизнеса в западных и восточных странах: сравнительный анализ.

ТЕМА 5. Предпринимательство в России: история и современность. – 6 ч.

1. Основные тенденции становления предпринимательства в России до революции 1917 г. Советское государство и предпринимательство.

2. Этапы становления предпринимательства в настоящий период.

3. Социальные источники формирования класса предпринимателей в России. Специфика предпринимательства в России.

4. Проблемы малого бизнеса в России.

5. Социальные условия и препятствия развития бизнеса в России.

6. Фермерство как вид малого бизнеса: проблемы и перспективы.

7. Товары в РФ: качество продуктов и товаров повседневного спроса.

8. Нищенство как вид предпринимательства.

Тема 6. Особенности регионального бизнеса. Теневое предпринимательство, коррупция и бизнес-элиты в советское и постсоветское время. – 6 ч.

1. Теневая экономика в советское время. Махинации, приписки. Подпольные цеха.

2. Теневое предпринимательство в период перестройки: виды и масштабы.

3. Бизнес-элиты : социальная характеристика.

4. Олигархи в России.

5. Региональный бизнес и его особенности.

6. Современные виды теневой экономики.

7. Мошенничество в бизнесе: виды и характеристика.

8. Мафия как преступная организация и вид бизнеса.

9. Силовое предпринимательство в России.

10. Финансовые пирамиды как вид бизнеса.

Литература:

Базовые учебники

Чепуренко А.Ю. Социология предпринимательства: учебн. пособие. – М.: изд-во ГУ-ВШЭ, 2007. – 386 с.

Круглова, Н.Ю. Основы бизнеса (предпринимательства): учебник / Н.Ю. Круглова. – М.: КноРус, 2013. – 440 с.

Макаров, С.И. Основы предпринимательства / С.И. Макаров, М.В. Мищенко. – М.: КноРус, 2013. – 224 с.

Рубин, Ю.Б. Основы предпринимательства: учебник / Ю.Б. Рубин. – М.: МФПУ Синергия, 2016. – 464 с.

Сергеев, А.П. Основы бизнеса (предпринимательства) (для бакалавров) / А.П. Сергеев. – М.: КноРус, 2013. – 440 с.

Чеберко, Е.Ф. Основы предпринимательской деятельности. История предпринимательства: учебник и практикум / Е.Ф. Чеберко. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 420 с.

Череданова, Л.Н. Основы экономики и предпринимательства: учебник для учащихся учреждений нач. проф. образования / Л.Н. Череданова. – М.: ИЦ Академия, 2013. – 224 с.

Научные монографии

Анискин, Юрий Петрович. Организация и управление малым бизнесом: учеб. пособие по спец. «Менеджмент орг.» / Ю.П. Анискин; Рос. междунар. акад. туризма. – Москва: Финансы и статистика, 2005. – 151 с.

Босчаева, З.Н. Формула малого предпринимательства как основы развития регионов / З.Н. Босчаева. – М.: Экономика, 2012. – 254 с.

Бычков, В.П. Экономика предприятия и основы предпринимательства в сфере автосервисных услуг: учебник / В.П. Бычков. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 394 с.

Бизнес-план инвестиционного проекта предпринимателя: учеб.-практическое пособие для студентов вузов / Москва: КНОРУС, 2005. – 479 с.

Бажанов Ю.К. Розничная торговля в России: монография. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 239 с.

Бронникова Т.С. Маркетинг: теория, методика, практика: учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2010. – 208 с.

Бунеева Р.И. Коммерческая деятельность: организация и управление: учебник. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2012. – 350 с.

Волгин, Владислав Васильевич. Индивидуальный предприниматель: практ. пособие / В.В. Волгин. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Издат.-книготорг. центр «Маркетинг», 2002. – 467 с.

Волков В. Силовое предпринимательство. – Спб. М.: Летний сад, 2002. – 282 с.

Зомбарт В. Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека. – М.: Наука, 1994.

Кондраков, Н.П. Основы малого и среднего предпринимательства: Практическое пособие / Н.П. Кондраков, И.Н. Кондраков. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 446 с.

Никушин, В.В. Основы охранной деятельности в сфере предпринимательства / В.В. Никушин, В.В. Тишков. – Вологда: Инфра-Инженерия, 2016. – 128 с.

Панеях Э. Правила игры для российского предпринимателя. – М.: КоЛибри, 2008.

Пелих А.С. Бизнес-план или как организовать собственный бизнес: [анализ, методика, практикум] / А.С. Пелих. – [3-е изд., перераб. и доп.]. – [Москва]: Ось-89, [2005]. – 110.

Предпринимательские университеты в инновационной экономике / Рубин Ю.Б., ред. – М.: Маркет ДС, 2005. – 398 с.

Радаев В. Социология рынков: к формированию нового направления. – М.: изд-во ГУ – ВШЭ, 2003. – 328 с.

Радаев В.В. Кому принадлежит власть на потребительских рынках: отношения розничных сетей и поставщиков в современной России. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2011.

Радаев В.В., Котельникова З.В., Маркин М.Е. Развитие российского ритейла: меры государственного регулирования и их последствия (закон о торговле в зеркале исследований. М.: Изд. дом ГУ – ВШЭ, 2009.

Радаев В.В. Захват российских территорий: новая конкурентная ситуация в розничной торговле. М.: Издательский дом ГУ-ВШЭ, 2007.

Радаев В.В. Экономическая социология: учеб. пособие для вузов. М.: Изд. дом ГУ-ВШЭ, 2005.

Социальное предпринимательство в России и в мире: практика и исследования / отв. ред.: Московская А.А. Москва: НИУ-ВШЭ, 2011. – 284 с.

Теория предпринимательства в России: По материалам «Глобального мониторинга предпринимательства». – М.: изд-во ГУ-ВШЭ. 2010. – 267 с.

Чепуренко А.Ю. Малое предпринимательство в социальном контексте. – М.: Наука, 2004. – 475 с.

Экономические субъекты постсоветской России (институциональный анализ): десять лет спустя. Ч. 2. Российские фирмы / Нуреев Р.М. – М.: МОНФ, 2010. – 156 с.

Яковлев А. Агенты модернизации. М.: ГУ-ВШЭ, 2006. – 426 с.

Статьи в научных периодических изданиях и главы в монографиях

Андреевкова А.В. Межстрановые сравнительные исследования в социальных науках: методология, этапы развития, современное состояние // Мир России, 2011, № 3, с. 125–154.

Барышников М. Семья в институциональном пространстве российского предпринимательства (опыт исторического исследования) // Вопросы экономики, 2005, №7.

Вельтер Ф., Каутонен К., Мальева Е., Чепуренко А. Структуры управления сетевыми сообществами малых предприятий и роль доверия: германороссийское сопоставление //www.ecsoc.ru.

Елаховский В.С. Поповская Е.В. Типологизация субъектов России по уровню развития, структуре и факторам формирования предпринимательского потенциала (на основе данных APS «Георейтинг») // Вопросы статистики, № 12, 2011

Заславская Т.И., Шабанова М.А. Трансформационный процесс в России и институционализация неправовых практик // Истоки: Экономика в контексте истории и культуры / Отв. ред. Кузьминов Я.И., Автономов В.С., Ананьин О.И. М.: изд-во ГУ-ВШЭ, 2004, с. 208-261.

Зудин А.Ю., Яковлев А.А. «Подснежники» или незаменимые посредники? Сектор «работающих» бизнес-ассоциаций России (по данным качественного исследования) // Мир России, 2011, № 3, с. 95–124.

Медовников Д., Оганесян Т., Розмирович С. Спецовка для храма науки // Эксперт, 2010, № 2, с. 22–26.

Предпринимательская активность россиян в условиях кризиса // Мир перемен, 2010, № 3, с. 147–162.

Радаев В.В. Неформальная экономика и внеконтрактные отношения в российском бизнесе // Неформальная экономика: Россия и мир / Т. Шанин. – М.: Логос, 1999, с. 35–60.

Стребков Д.О. Инновационный потенциал агентов новой экономики // Форсайт, 2010 (4), № 2, с. 26–33.

Уолдинггер Р., Олдрич Х., Уорд Р. Этнические предприниматели // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики. – М.: РОССПЭН, 2004, с. 340–368.

Чепуренко А.Ю. Что такое предпринимательство и какая политика в отношении предпринимательства нужна России? (Заметки на полях работ современных зарубежных классиков) // Журнал Новой экономической ассоциации, 2012, № 2, с. 102–125.

Эфендиев А.Г., Балабанова Е.С., Гоголева А.С. Социальная организация российского бизнеса сквозь призму социальных механизмов трудоустройства // Мир России, 2010, № 4, с. 69–103.

Яковлев А.А., Говорун А.В. Бизнес-ассоциации как инструмент взаимодействия между правительством и предпринимателями: результаты эмпирического анализа // Журнал Новой экономической ассоциации, 2011, № 9, с. 98–127.

Интернет-ресурсы:

Образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» – <http://ecsocman.edu.ru>

Социологические журналы

Многие социологические журналы, как и большинство российских печатных изданий, имеют свои интернет-версии. Некоторые электронные журналы предлагают познакомиться лишь с последним номером, другие содержат архив наиболее интересных статей, третьи предлагают все свои номера за несколько последних лет. А в последнее время создаются и развиваются журналы, имеющие только электронную версию. Ниже перечислены электронные периодические издания, посвященные различным аспектам социологической науки.

«Социологические исследования» (СОЦИС) Ежемесячный научный и общественно-политический журнал РАН.

«Социологический журнал» ИС РАН («Социологический журнал» на сайте Auditorium.Ru)

Академический журнал по социологии для социологов, выходит 4 раза в год, рассылается в университеты и научные библиотеки.

«Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены»

Информационный бюллетень Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), Междисциплинарного академического центра социальных и экономических наук (Интерцентр), Академии народного хозяйства при Правительстве РФ (АНХ).

«Журнал социологии и социальной антропологии»

Издание факультета социологии Санкт-Петербургского государственного университета, Санкт-Петербургского филиала Института социологии Российской академии наук и Социологического общества им. М.М. Ковалевского, выходит с 1998 г., периодичность - 4 раза в год. Информация о журнале, условия подписки.

VI. ТЕСТЫ

1. Кто первым ввёл и сформулировал понятие предпринимательство?:

- а) Гераклит
- б) О. Конт
- в) Карл Маркс
- г) Р. Кантильон
- д) Р. Гир

2. Когда впервые был использован термин предпринимательство?

- а) 5-й век до н. э.
- б) 18-й век
- в) 19-й век
- г) 20-й век

3. Сформулируйте общее определение предпринимательства:

4. Назовите объект и предмет социологии предпринимательства

5. Что является основой предпринимательского поведения?

а) Стремление индивидуальных хозяйствующих субъектов к реализации своих экономических интересов.

б) Организационное действие; инициирование изменения; денежный доход как цель и критерий успеха

в) Стремление к созданию взаимовыгодной экономической системы

г) Стремление создать отдельными индивидами торговые отношения, где каждый получал бы выгоду

6. Отметьте качества, присущие идеальному типу предпринимателя:

- а) воображение и изобретательность;
- б) воля к власти;
- в) личная энергия и воля к действию;
- г) способность к социальной мобильности;
- д) интеллект и нацеленность на новое знание;
- е) сочетание ума и фантазии

7. Какие мотивы движут предпринимателем по Й. Шумпетеру?

- а) азарт;
- б) прибыль;
- в) свобода и самореализация
- г) социальная мобильность
- д) социализация

8. Как возник современный (буржуазный) предприниматель, откуда взялся новый предпринимательский тип по теориям немецких историков и социологов?

- а) как социально-экономическая составляющая капиталистического духа;
- б) в результате разделения труда
- в) в условиях необходимости перехода к рыночным отношениям
- г) с рациональной организацией свободного труда и использованием возможностей обмена для ненасильственного приобретения

9. Какими качествами, по Зомбарту, должен обладать предприниматель?

- а) актёра (способность располагать к себе людей)
- б) организатора (способность правильно оценивать людей, заставлять их работать, координируя их действия);
- в) монарха (способность единолично и беспрекословно распоряжаться другими)
- г) завоевателя (духовная свобода, позволяющая планировать свои действия; воля и энергия; упорство и постоянство);
- д) торговца (способность вербовать людей без принуждения, возбуждать в них интерес к своей продукции, внушать доверие).

10. Какой «дух» несёт в себе капиталистический человек по Зомбарту?

- а) хозяйственника
- б) мещанства
- в) предпринимателя
- г) идейного реформатора
- д) риска
- е) авантюризма

11. Что отличало большинство создателей новых предприятий в ранних буржуазных обществах?

- а) жестокое обращение с рабочими;
- б) периодическое удержание денежных пособий;
- в) наличие у них в собственности предприятия;
- г) собственники сами трудились на своих предприятиях;
- д) профессиональная квалификация и социальный престиж
- е) организационно-хозяйственные полномочия и политическое влияние.

12. Какая основная форма предпринимательства существовала до 30–40-х гг. 20-го века?

- а) корпорации;
- б) профессионально-политические объединения;
- в) семейные фирмы;
- г) рабоче-крестьянские кооперативы

13. В какой период 20-го века произошёл всплеск технологического предпринимательства?

- а) 30-е
- б) 40-е
- в) 50-е
- г) 60-е
- д) 70-е

14. Какие функции приобрело предпринимательство с развитием технологий?

- а) финансист (поставщик капитала);
- б) собственник (владеющий уставным капиталом);
- в) арендатор (берущий внаём землю, площади, помещения, средства производства);
- г) менеджер, выстраивающий структуру внутренних и внешних связей нового предприятия (поставщик управленческих технологий).
- д) «изобретатель» технической или маркетинговой идеи (поставщик нового знания);
- е) брокер;
- ж) эксперт с юридическим или экономическим образованием, предлагающий организационно-правовые формы для создания или трансформации предприятия (поставщик организационной схемы)

15. Дайте определение этническому предпринимательству:

16. Проблематика этнического предпринимательства заключается в:

- а) изучение миграции трудового населения
- б) поиске народов, групп, наиболее способных к экономическому развитию и объяснению социальных факторов, способствующих этому;
- в) изучение совокупности национальных, культурных и исторических особенностей различных народов;

17. Чем объяснимо массовое индивидуальное предпринимательство групп мигрантов различных народов?

- а) природной склонностью тех или иных народов
- б) уровнем их экономического и социального развития
- в) в том, что тяготы миграции часто берут на себя заведомо более активные группы населения, независимо от прежних успехов в бизнесе
- г) в явлении социально-экономической маргинальности национальных меньшинств

18. Какие ниши занимает на рынке этническое предпринимательство:

- а) удовлетворение местных потребностей в разного рода услугах, приближенных к потребителю (независимо от этнической принадлежности);
- б) увеличение численности общины мигрантов, поддержка внутриобщинного корпоративного бизнеса;
- в) поставка этнических потребительских товаров для внутренних нужд этнических общин (компактность их расселения в данном случае - немалый плюс);
- г) поставка этнических товаров для коренного населения, предложением «экзотики» на местном рынке;
- д) замещение этническими предпринимателями конкурентов на рынке за счёт постоянного увеличения численности общины;
- е) заполнение слабозащищенных и неустойчивых рынков, занятие непрестижными видами деятельности охотно оставляемыми при случае коренным населением.

19. Причины импульса развития промышленности и предпринимательства в России в начале 18-го века:

- а) Реформа государства для повышения экономических показателей;
- б) Необходимость «вхождения в мировое хозяйство»;
- в) Приобщения к ценностям западной культуры;
- г) Потребности ведения войны.

20. Как можно охарактеризовать современное социальное пространство для предпринимательства в России:

- а) сильное централизованное государство;
- б) независимость от монополий;
- в) наличие групп населения с высоким уровнем экономической активности;
- г) традиционные общинно-корпоративные институты

21. Какие типы, имеющие предпринимательские функции существовали в экономике советского типа?

- а) кооперативники;
- б) чиновники;
- в) коммерсанты-единоличники;

- г) реализаторы
- д) теневики;
- е) частники.

22. В чём главная социальная специфика предпринимательства в России?

- а) развитие экономики благодаря помощи государства;
- б) исторически сложившаяся зависимость экономических успехов групп предпринимателей от степени их близости к государству;
- в) нестабильность и отсутствие гарантий из-за силы монополий

23. Перечислите причины пессимизма в малом бизнесе в России в пост-советский период:

- а) высокая конкуренция;
- б) отсутствие развитой инфраструктуры
- в) вымогательства со стороны чиновников
- г) применение угроз и силовых вымогательств
- д) высокая стоимость рекламы в СМИ
- е) несоблюдение деловых обязательств между партнерами.

24. Перечислите семь барьеров рыночного пространства по В. Радаеву:

25. Наиболее привлекательные сферы делового притяжения малого бизнеса в России в условиях мирового кризиса:

- а) с низкими капиталовложениями и ускоренным оборотом;
- б) с долгосрочными вложениями;
- в) с инвестированием со стороны государства и обязанностями перед ним.

ТЕМЫ ДИПЛОМНЫХ РАБОТ

1. Предпринимательство в современном мире.
2. Особенности бизнеса в России.
3. Предпринимательство в постиндустриальных странах
4. Сиовое предпринимательство в России.
5. Бизнес-элиты в современном Российском обществе.
6. Монополии как социальный феномен.
7. Особенности коррупции в РФ.
8. Процесс предпринимательской деятельности.
9. Предпринимательство в азиатских странах.
10. Теневой бизнес в современном российском обществе.

VII. ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

1. Социологические теории предпринимательства.
2. Теории риска.
3. Инновационные теории.
4. Классические теории предпринимательства.
5. Современные теории предпринимательства.
6. Основные черты предпринимателей
7. Предпринимательство как социальный институт
8. Виды предпринимательской деятельности.
9. Процесс предпринимательской деятельности.
10. Социальные условия предпринимательства.
11. Предпринимательство в зарубежных странах
12. Особенности развития предпринимательства в современный период.
13. Монополии как социальный феномен.
14. Олигархи в России.
15. Коррупция в России.
16. Силовое предпринимательство в России.
17. Бизнес – элита в России
18. Региональные бизнес–элиты в России.
19. Особенности коррупции в РФ.
20. Теневой бизнес в России

VIII. МЕТОДИКА СОСТАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПЛАНА

Бизнес-план – это документ, описывающий все основные аспекты будущего фирмы (подразумеваются предприятия, организации различных направлений деятельности от производственного до информационно-консультативного) или новой деятельности и содержащий анализ проблем, с которыми она может столкнуться, а также способы их решения.

К основным целям бизнес-планирования относятся: выявление незаполненных ниш на рынке для позиционирования товара; позиционирование товара на рынке; определение необходимых ресурсов для производства и продвижения товара на рынке; установление потенциальной конкурентоспособности предприятия; определение потенциальной рентабельности и финансовой устойчивости предприятия; выявление рисков предпринимательской деятельности; конкретизация перспектив бизнеса в виде системы количественных и качественных показателей; привлечение внимания и обеспечение поддержки со стороны потенциальных инвесторов. Важной целью бизнес-планирования называют также получение опыта планирования, развития перспективного взгляда на рабочую среду организации.

Бизнес-план должен содержать аргументированную информацию, удовлетворяющую их интересы, например: для руководителя проекта и команды – долю в полученной прибыли, вознаграждение по результатам работы (в случае

работы по найму заказчика проекта), повышение профессионального рейтинга; заказчика (владелец) – доходы от реализованного проекта, внедрение новых бизнес-процессов в деятельность фирмы, реинжиниринг действующих бизнес-процессов и в конечном итоге преобразование фирмы в заданном стратегическом направлении; органов власти – налоги со всех участников, а также решение социальных, экономических, экологических и других проблем региона, на территории которого реализуется проект; потребителей – товары и услуги; инвесторов – возврат вложенных капиталов с процентами, условия стабильной прибыльной деятельности в выбранной стратегической зоне хозяйствования; других заинтересованных сторон – удовлетворение своих экономических и неэкономических интересов. Личное участие руководителя в составлении бизнес-плана настолько важно, что многие зарубежные банки и инвестиционные фирмы отказываются вообще рассматривать заявки на выделение средств, если становится известно, что бизнес-план с начала и до конца был подготовлен консультантом со стороны, руководителем лишь подписан. Это не означает, что не следует пользоваться услугами консультантов, наоборот, привлечение консультантов, как правило, приветствуется инвесторами. Вместе с тем, включаясь в эту работу лично, руководитель фирмы как бы моделирует свою будущую деятельность, проверяя и сам замысел, и себя: хватит ли у него сил обеспечить успех проекту и двинуться дальше?

Отличие бизнес-планирования от стратегического планирования заключается в следующем. 1. Бизнес-план включает в себя не весь комплекс общих целей организации, а только одну цель создания и развития нового бизнеса (бизнес-план основан на стратегии развития). 2. Стратегический план – план с растущим горизонтом времени. Бизнес-план предполагает четкие сроки окончания проекта (обычно с ликвидацией основных фондов). 3. В бизнес-плане функциональные составляющие (план производства, план маркетинга) носят не вторичный, а первичный признак важности, т. е. являются основными элементами (разделами) плана.

Элементы бизнес-плана.

1. Титульный лист. Он содержит информацию не только по названию проекта, но и краткую аннотацию сути проекта и его роли в развитии стратегической зоны хозяйствования, выбранной руководством фирмы. Аннотация включает в себя информацию о разработчиках проекта, сфере бизнеса, сроках начала и окончания реализации проекта. Показатели финансирования проекта, можно в процентах (общая сумма, собственные средства, заемные средства, средства государственной поддержки), желательно указать на титульном листе, несмотря на то, что более детально они представлены в резюме и финансовом плане.

2. Резюме. Оно находится в начале документа и служит для краткого отражения основных идей и параметров плана. Писать же его следует, как видно из определения, в последнюю очередь. Последняя страница резюме должна быть посвящена основным финансовым результатам, которые ожидают полу-

чить от реализации проекта (производства). При этом необходимо привести сведения об объемах выпуска продукции и выручке от ее продаж на ближайшие годы, затраты на производство, валовую прибыль, уровень рентабельности производства и продукции, срок окупаемости затрат, в течение которого гарантировано возвращение взятых у инвесторов (банков) средств, кредитов.

3. Характеристика бизнеса. Раздел начинается с анализа вашего бизнеса на текущий момент, описываются основные направления и цели деятельности фирмы, история бизнеса, а также характеристика отрасли промышленности, к которой относится проект. Отражается текущая ситуация и тенденции ее развития. Если компания имеет репутацию на рынке, то перечисленные выше вопросы выносятся в отдельный раздел «История бизнеса». В этом разделе характеризуют продукт, услуги предлагаемые будущим покупателям. При этом очень важно иметь наглядное изображение или образец нового товара (архитектурные чертежи, примерные планы квартир, образцы вариантов отделки и т. п.). Следует также отразить примерную цену, по которой можно будет продать товар, услугу, его себестоимость, наличие лицензии (патентных прав).

4. Характеристика рынка. В условиях рыночной экономики важно дать ответ на вопрос о возможностях рынка приобрести вашу продукцию и желании это сделать. При написании строительного бизнес-плана важно оценить рынок с позиций его насыщенности, размеров и возможностей роста, доли на рынке вашей продукции, наличия платежеспособного спроса, наличия аналогичной продукции. При написании данного и последующих двух разделов используют методики маркетинговых исследований, экспертный метод оценки, проводят сбор и анализ первичной информации, статистических данных.

5. Анализ конкуренции на рынке сбыта. Оценка конкурентов должна быть предельно достоверной, с указанием недостатков в их стратегии или качественных характеристиках товаров, что обеспечит достижение успеха в сбыте нового товара. Описываются также объемы производства продукции, поставщики сырья, рентабельность производства, методы ценообразования конкурирующих фирм, возможности конкурировать на рынке ценой, качеством, уникальными особенностями готовой строительной продукции.

6. Ценовая политика. При этом особое внимание следует уделить ценовой политике - обеспечит ли цена, принятая конкурентом, прибыль вашей фирме, сможете ли вы обосновать цену, отличную от назначенной конкурентами (низкие издержки, более высокое качество продукции или обслуживания).

7. Стратегия маркетинга. Этот раздел бизнес-плана органически связан с предыдущими двумя разделами. Он включает в себя: изучение и анализ многих данных о способах организации продажи товаров, услуг, их ценах и уровне рентабельности, затратах на рекламу, путях обеспечения постоянного роста объемов продаж, достижении высокой репутации данных товаров и услуг в глазах общественности и т. п. План производства. Данный раздел составляют для проведения технико-экономического обоснования производства нового товара или услуг в необходимом количестве и качестве в нужные сроки, чтобы показать потенциальным партнерам возможность и целесообразность достижения поставленной цели. В результате следует ответить на следующие вопросы. Где

будут изготавливать товары – на действующем или вновь создаваемом строительном предприятии? Какие для этого необходимы производственные мощности и как они будут ежегодно возрастать? У кого и на каких условиях будут закупать сырье, материалы и комплектующие? Какова репутация этих поставщиков и есть ли опыт работы с ними? Предполагаются ли субподрядные отношения и с кем? Какие машины и механизмы необходимы, есть ли они в наличии или где их приобрести? Раздел должен включать в себя схему производственных потоков, расчет и анализ производственной программы предприятия. Завершает раздел оценка издержек производства и их динамики на перспективу. Инвесторов, кроме того, интересует как осуществляется контроль над основными элементами, входящими в стоимость продукции (например, затраты на оплату труда и материалы).

8. Организационный план. В этом разделе отражают все организационные связи с партнерами, учредителями и обосновывают организацию производственной деятельности. Составляют примерное штатное расписание, возможно, кратко описывают функционал специалистов, их профиль, образование, опыт, заработную плату, показывают пути привлечения кадров. В случае уже работающего персонала дают краткие биографические справки сотрудников, делая упор на их квалификацию, прежний опыт работы. Приводят организационную структуру предприятия, механизм взаимодействия всех служб предприятия, способы координации и контроля их деятельности.

9. Юридический план. В этом разделе, необходимом при создании нового предприятия, для инвесторов и партнеров следует обосновать его организационно-правовую форму, от которой зависит успех проекта, а также условия различных договоров (аренды, с партнерами, поставщиками, учредителями, потребителями, подрядчиками и субподрядными организациями и т. п.).

10. Оценка риска и страхование. Данный раздел включает в себя расчет, анализ и оценку риска проектных решений в достижении поставленной цели. Финансовый план. Этот раздел призван обобщить материалы предыдущих частей и представить их в стоимостном выражении.

11. Финансовый план составляется на весь период реализации бизнес-проекта и включает в себя: план доходов и расходов, план денежных поступлений и платежей, балансовый план на первый год. При составлении финансового плана анализируется состояние наличности, устойчивость предприятия, источники и использование средств. В заключении определяется срок окупаемости или точка самоокупаемости. Задача финансового плана – доказать эффективность проекта на всем периоде реализации. Документом, который поможет вам структурировать финансовый план и сделать его удобным для анализа потенциальными инвесторами, могут стать методические рекомендации по оценке эффективности инвестиции. В них коммерческая эффективность (финансовое обоснование) проекта определяется соотношением финансовых затрат и результатов, обеспечивающих требуемую норму доходности. Сальдо реальных денег называется разность между притоком и оттоком денежных средств от всех трех видов деятельности (также на каждом шаге расчета). Поток реальных денег от инвестиционной деятельности включает в себя следующие виды дохо-

дов и затрат, распределенных по периодам (шагам) расчета: земля, здания и сооружения, машины и оборудование, нематериальные активы, прирост оборотного капитала. Поток реальных денег от операционной деятельности включает в себя следующие виды доходов и затрат: выручка, внереализационные доходы, переменные затраты, постоянные затраты, амортизация зданий, оборудования, проценты по кредитам, налоги и сборы.

Этапы разработки бизнес-плана

В процессе подготовительного (организационного) этапа определяют цели создания документа, его назначение, сроки, ответственных исполнителей разделов, необходимость привлечения специалистов из других организаций, график работы, бюджет.

Первый этап можно разбить на ряд шагов. 1. Определение целей написания бизнес-плана. Основными целями в данном случае являются: получение заемных средств из разных источников, создание внутренней убежденности в необходимости данного проекта, реклама проекта, независимая экспертиза проекта сторонними специалистами.

2. Определение источников информации. Вся информацию для разработки бизнес-плана сгруппируем в две группы: первичная и вторичная. К первичной информации относят сведения, собранные впервые для данного исследования, а ко вторичной – информацию, которая уже где-то существует, будучи собранной ранее для других целей. При выборе источников информации важными являются два момента: для какой цели пишется план и каков бюджет бизнес-планирования. К методам сбора первичной информации относятся наблюдение, эксперимент и опрос. Источниками вторичной информации являются: внутренние источники (отчеты фирмы о прибылях и убытках, бюджеты, отчеты о предыдущих исследованиях); внешние официальные источники (нормативные и законодательные материалы); внешние периодические и научно-методические материалы (журналы, газеты, книги по планированию, управлению строительным производством, экономике и т. д.); внешняя коммерческая информация (материалы консалтинговых, аналитических фирм).

3. Точное определение целевых читателей. Бизнес-план разрабатывают для целевых читателей, которые зачастую являются специалистами узкого профиля (банки, инвестиционные компании, индивидуальные инвесторы, потребители, органы государственной власти, общественные организации). Для каждого из целевых читателей необходимо использовать особый стиль написания, специфический понятийный аппарат, выбрать методику расчета показателей.

4. Установление общей структуры документа. Структура бизнес-плана подробно рассмотрена в предыдущем параграфе. Этап разработки плана по разделам, их компоновка и сведение в единый взаимосвязанный документ. **Второй этап** также можно разбить на ряд шагов. 1. Сбор информации. Прежде чем заниматься составлением бизнес-плана, необходимо собрать всю исходную информацию. Имея необходимую информацию, руководитель бизнес-проекта еще до составления делового плана может оценить жизнеспособность самой

концепции нового проекта. Прежде всего, необходимо оценить спрос на товар (работы или услуги), который предлагается производить, т. е. понять, что и кому будет продаваться и почему люди это покупают. Надо помнить, что люди покупают не просто продукт или услугу, а совокупность определенных преимуществ, разрешая свои потребительские проблемы. Эта совокупность преимуществ включает в себя четыре элемента (специалисты по маркетингу называют их маркетинговым комплексом): характеристики самого продукта, его цену, поощрение спроса на данный продукт и место его реализации. Суть центральной идеи теории маркетинга состоит в том, что рынок включает в себя довольно обособленные подразделения или сегменты. Каждый сегмент предъявляет специфические требования к продукции или услугам. Если предприятие приведет свою продукцию или услуги в соответствии с этими требованиями и сделает это лучше, чем конкуренты, то оно сможет увеличить долю своего участия на рынке и, следовательно, прибыльность. Важным обстоятельством при этом будет определение запросов покупателей, пути выхода на них и способы доведения до них своей продукции. Без хорошего понимания запросов покупателей (клиентов) нельзя оценить сильные и слабые стороны продукции и услуг. Необходимые данные получают, обратившись в соответствующие организации или проведя собственные исследования. Источником информации могут стать публикации отраслевых ассоциаций, правительственные отчеты, статьи в научных журналах, интернет-информация. Данные о потенциальных размерах рынка могут обосновать те положения делового плана, которые касаются маркетинга. Они должны содержать информацию о фирмах-конкурентах, торговой наценке, рыночных трендах и перспективах роста. Производственная информация включает в себя определение ресурсных потребностей предприятия, зависящих от того, какую продукцию оно собирается выпускать. Большую часть необходимой информации можно получить у производителей аналогичной продукции либо на основе имеющегося у предприятия опыта. При сборе производственной информации необходимо обратить внимание на следующие моменты: производственные операции - установить перечень всех базовых операций по обработке и сборке, выяснить, нельзя ли поручить некоторые из них субподрядчикам, а если можно, то какие и кому; сырье и материалы – составить список всех видов сырья и материалов, установить название фирм-поставщиков, их адреса и ориентировочные цены; оборудование – составить спецификацию всего необходимого оборудования и по каждой единице оборудования выяснить, можно ли взять его в аренду или нужно приобретать в собственность; накладные расходы – расходы на покупку инструментов, спецодежды, канцелярских товаров, на оплату счетов за электроэнергию, водопровод, прочие муниципальные услуги, на заработную плату управленческого персонала и т. д. Информация о имуществе фирмы дает представление о том потенциале, которым она обладает в данный момент, способен ли он к росту без или с привлечением дополнительных инвестиций, а также к освоению новых сегментов рынка. Важно обратить внимание на сроки амортизации имущества, его износ, оценить, когда оно будет нуждаться в замене. Необходимо постоянно следить за эффективностью оборудования, его способностью производить про-

дукцию, технологически отвечающую уровню современных требований. Финансовая информация необходима для всесторонней оценки финансовых аспектов деятельности фирмы. На основании этой информации потенциальные инвесторы будут судить о рентабельности проекта, размере финансовых вложений для покрытия текущих расходов начального этапа и способах получения необходимых средств (выпуск акций, займ и т. п.). Существует три группы финансовых показателей, которые позволяют оценить жизнеспособность предприятия: прогноз доходов и расходов на первые два года; прогноз денежной наличности за тот же период; балансовый отчет фирмы на текущий момент и прогноз состояния активов и пассивов фирмы на год вперед (балансовый план). Прогноз расходов и доходов предприятий строится на основе данных об ожидаемом объеме спроса. Прогноз денежной наличности показывает способность фирмы своевременно оплачивать свои счета. В нем должны быть оценены начальная денежная наличность, ожидаемые поступления и платежи с указанием объемов и сроков. Балансовый отчет характеризует финансовую ситуацию фирмы на конкретный момент. Он отображает активы (то, чем предприятие владеет), пассивы (его долг) и средства, вложенные владельцем фирмы и его партнерами. Информация о балансовом отчете возможна только для действующих фирм. Перечисленная информация непосредственно отображается в бизнес-плане. Бизнес-план должен учитывать реальные условия инвестиционной политики, действующие в России. Если для проекта предполагается получить заемные средства от нескольких инвесторов, то необходимо на предварительном этапе иметь информацию об условиях инвестирования. Инвесторы, в том числе и государственные, предъявляют жесткие требования к содержанию проектов, определяют продолжительность краткосрочных и долгосрочных кредитов, уровень процентной ставки за кредит, минимальные и максимальные объемы кредитной суммы. В случае представления бизнес-плана как инвестиционной заявки на получение финансовых ресурсов из федерального бюджета необходимо учитывать требования Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации (Минэкономразвития России). Среди них: государственный инвестор инвестирует только капиталовложения. Финансовые ресурсы под оборотные средства не выделяются; государственный инвестор прежде всего поддерживает научно-технические проекты, обеспечивающие развитие отечественного производителя, способствующие формированию дополнительных рабочих мест для высококвалифицированного персонала, решающие экологические проблемы регионов; государственная поддержка осуществляется на конкурсной основе только тех проектов, в реализацию которых фирма (предприятие) вкладывает определенную долю собственных средств.

2. Непосредственное написание бизнес-плана. Данный шаг рекомендуется выполнять при непосредственном участии будущих исполнителей бизнес-плана (инициаторов его написания). Выполнение этого требования имеет следующие преимущества: предприниматель в дальнейшем имеет более системное и полное представление о слабых и сильных сторонах своей организации, основных направлениях ее деятельности, реальных шансах воплотить данный проект в жизнь; предприниматель получает дополнительный опыт плановой деятельно-

сти, которая является одной из функций менеджмента. Этап обсуждения бизнес-плана руководителями и ведущими специалистами структурных подразделений предприятия и консультантами сторонних организаций включает в себя изучение и обобщение авторами разделов всех отзывов и подготовку по каждому обоснованному замечанию аргументированного заключения. После совместного обсуждения проект бизнес-плана дорабатывают, обсуждают повторно и принимают решение о его дальнейшей корректировке либо разработке нового варианта. На заключительном этапе выполняют окончательную редакцию бизнес-плана, его утверждение у руководства предприятия и передачу всем заинтересованным организациям и лицам (акционерам, потенциальным инвесторам и др.).

Источник: <http://02s.ru/viewpage2213.html>

IX. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

Предпринимательство – это активная и чаще всего инновационная деятельность определенного социального субъекта, основанная на владении или распоряжении различного рода собственностью, целью которой является организация своего самостоятельного дела или участие в других предприятиях с целью получения прибыли с вложенного капитала.

Предприниматель – это социальный субъект, активная деятельность которого основана на владении, распоряжении собственностью с целью организации своего самостоятельного дела или участия в других предприятиях и получения процента с прибыли в качестве основного источника дохода (в сфере материального и духовного производства, обмена и распределения товаров и услуг).

Основные критерии предпринимательства;

- 1) Владение или распоряжение собственностью.
- 2) Активная деятельность по созданию своего самостоятельного дела или участию в любом другом предприятии с целью получения прибыли.
- 3) Основной источник дохода – процент с прибыли от вложенного капитала.

Дополнительные критерии:

- 1) Инновационная деятельность.
- 2) Риск.

Бизнес-элита – привилегированная социальная группа, обладающая большой величиной экономической и политической власти.

Теневой бизнес – незаконная предпринимательская деятельность.

Серый бизнес – нарушение закона, например, неуплата налогов, спекуляция.

Черный бизнес – торговля оружием, наркотиками людьми, и т. д.

Виды предпринимательской деятельности: по сферам деятельности: коммерческая (в сфере обмена и распределения), финансовая (в сфере обращения капитала и ценных бумаг), производственная (в сфере производства), деятельность в сфере услуг. По отношению к законам выделяют: легальное и теневое. По уровню вложенного капитала и размерам получаемых доходов: крупный, средний и малый бизнес. По отношению к форме собственности: индивидуальное (семейное) предпринимательство, частное, коллективное, государственное, международное.

Процесс производственного предпринимательства: первоначально предприниматель изучает общественную потребность в том или ином виде товара, услуг с помощью маркетинговой деятельности. С этой целью в крупных фирмах создаются маркетинговые структуры, чья деятельность непосредственно связана с этими проблемами. Предпринимателям, занимающимся индивидуальной или семейной трудовой деятельностью, приходится это делать самим. В результате этого появляется какая-либо новая идея, для реализации которой обычно проводятся прикладные разработки, то есть изготовление опытного образца. Это может происходить либо путем создания новой технологии, либо, используя уже имеющуюся на данном предприятии. Создав опытный образец, первоначально в ограниченном количестве, предприниматель пытается его реализовать и от этого будет зависеть – выпускать ли данный вид товара (или услуг) в массовом масштабе или же (в случае если продажа идет плохо, в зависимости от конкуренции, платежеспособного населения, низкого качества выпускаемой продукции) прекратить выпуск и попытается создать что-либо новое.

Процесс производственной деятельности включает в себя следующие основные элементы:

1. Выявление общественной потребности.
2. Возникновение новой идеи.
3. Изучение рынка, маркетинг.
4. Прикладные разработки.
5. Создание опытного образца.
6. Массовое производство.
7. Получение прибыли.

В процессе производства того или иного товара необходима помощь других лиц, строительные, информационные, интеллектуальные услуги, юридические и т. д. Эти виды деятельности предприниматель не может осуществить своими силами, поэтому он вынужден привлекать к их осуществлению посреднические организации. Также ему необходим капитал, который имеется изначально, либо берется под проценты в банке, либо государство может субсидировать деятельность начинающих предпринимателей. После выпуска. И продажи производственной продукции, предприниматель расплачивается с посредническими организациями и занимается распределением прибыли. Следующий вид предпринимательства – коммерческое, основанное на торгово-обменных операциях (купля-продажа и перепродажа товаров и услуг). Это происходит также путем изучения общественной потребности в том или ином товаре, за-

купка его за рубежом, или в различных регионах страны. Перевозка и перепродажа, а также закупка и реализация товаров какого-либо производственного предприятия.

Процесс коммерческого предпринимательства можно представить следующим образом.

1. Выявление общественной потребности.
2. Появления новой идеи
3. Закупка товаров.
4. Реализация продукции
5. Получение прибыли

Финансовая предпринимательская деятельность осуществляется коммерческими банками, фондовыми биржами или отдельными лицами. Основным объектом продажи здесь служат деньги, ценные бумаги.

Процесс финансового предпринимательства включает в себя следующие элементы:

1. Выявление общественной потребности.
2. Появление новой идеи.
3. Финансовые операции.
4. Получение прибыли.

Деятельность предпринимателя в сфере услуг. Сюда относится оказание частным лицам или организациям различного рода услуг консультационного, медицинского, юридического и других направлений. Причем, в большей степени это касается отдельных лиц или мелких предприятия, которые специализируются на подобной деятельности. К ним можно отнести небольшие частные медицинские службы, юридические конторы, фирмы детективов, ремонтные организации и т. д. Причем работники государственной сферы в свободное от основной работы время могут заниматься частной практикой.

1. Выявление общественной потребности.
2. Появления новой идеи
3. Реализация идеи
4. Получение прибыли

Учебное издание

Фурсова Валентина Владимировна

СОЦИОЛОГИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Учебно-методическое пособие

Подписано в печать 01.12.2017.
Бумага офсетная. Печать цифровая.
Формат 60x84 1/16. Гарнитура «Times New Roman». Усл. печ. л. 2,79.
Уч.-изд. л. 2,93. Тираж 100 экз. Заказ 414/11

Отпечатано с готового оригинал-макета
в типографии Издательства Казанского университета

420008, г. Казань, ул. Профессора Нужи́на, 1/37
Тел. (843) 233-73-59, 233-73-28