



### Социологические подходы к формированию предпринимательского потенциала

*Хаустов Максим Юрьевич,  
Дальневосточный институт управления- филиал  
ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяй-  
ства и государственной службы  
при Президенте РФ», г. Хабаровск*

*E-mail: m.haustov@bk.ru*

**Аннотация.** Данная статья посвящена проблеме формирования предпринимательского потенциала. Рассмотрены социологические подходы зарубежных и отечественных ученых к представлениям о личности предпринимателя, качествам, которыми он должен обладать, о его роли в обществе.

**Ключевые слова:** предприниматель, предпринимательский потенциал, предпринимательство, общество, личность, качества, социальная ориентированность.

### Формирование образа предпринимателя в трудах классиков социологии XIX века

Проблема изучения представлений о предпринимательстве занимает одно из центральных мест в социологической науке.

Одним из первых обратился к образу предпринимателя (хотя и не называя его так) А. Смит. Он определил его как «собственника капитала, который ради реализации какой-то коммерческой идеи и получения прибыли идёт на экономический риск» [8, с. 9]. Таким образом, в определении Смита мы можем выделить три составные части деятельности предпринимателя:

- прибыль (по результатам деятельности);
- идея (благодаря ей предприниматель получит прибыль);
- риск (если идея окажется невостребованной на рынке).

Графически, воззрения Смита можно проследить на рисунке 1.

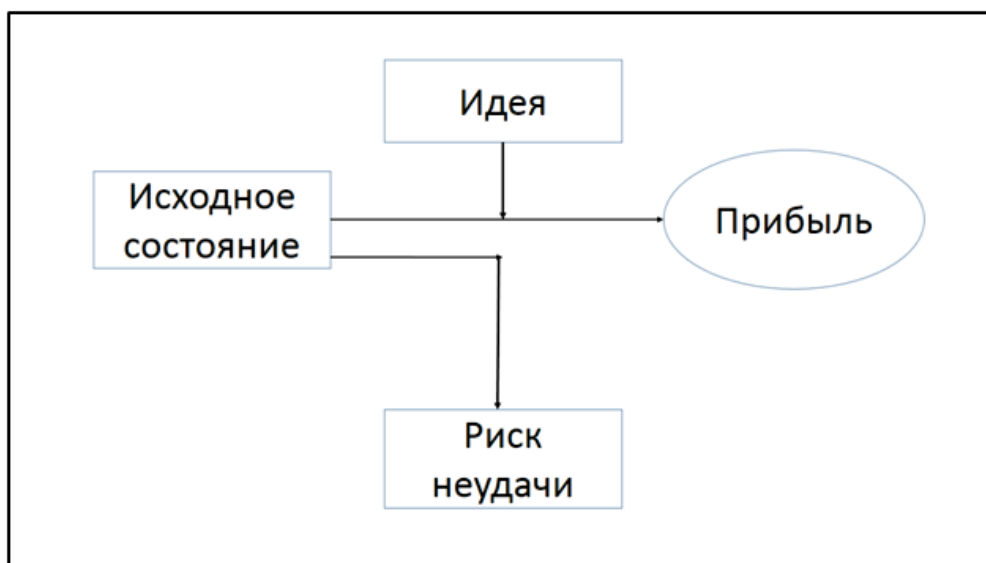


Рис. 1 Сущность предпринимательства А. Смита

Впервые понятие «предприниматель» в научный оборот ввёл Жан Батист Сэй в книге «Трактат по политической экономии» в 1803 году. Он отмечает, что введение данного термина обусловлено необходимостью соединить воедино всех тех, кто взялся бы на свой риск произвести определенный продукт: «Это земледелец, мануфактурист или торговец, или, чтобы всех таких лиц назвать одним именем, это предприниматель, т.е. лицо, которое берется за свой счет и на свой риск и в свою пользу произвести какой-нибудь продукт[9]».

Также, Сэй приводит и психологический портрет предпринимателя, указывая, какими качествами тот должен обладать: «...Во всяком случае необходимо, чтобы предприниматель был человеком состоятельным, известным своим умом, благоразумием, любовью к порядку, честностью и чтобы в силу этих свойств он мог получить капиталы, которых сам не имеет[9]». Сэй отмечает, что кроме данных характеристик, предприниматель должен быть компетентным и сам разбираться в тонкостях бухгалтерии и экономики: самостоятельно определять издержки, сравнивая их с той ценностью, что принесёт его продукт населению.

Учение Ж.Б. Сэя продолжил развивать немецкий экономист и социолог В. Зомбарт. В своей книге «Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека» он отмечает, что сегодня существует не один тип предпринимателей, в качестве обособленной группы. Он предложил следующую классификацию таким хозяйственникам: разбойник, землевладелец, бюрократ, спекулянт, купец, мануфактурист.

Описывая образ предпринимателя- разбойника, Зомбарт так характеризует его: «...открыватель, покоритель весьма крупного размаха, который, правда, наряду с саблей, которая рубит, и с ружьем, которое стреляет, пускает в бой за свои предприятия еще и оружие современной биржевой спекуляции, - полуполитик, полукапиталистический предприниматель, больше ведущий переговоры дипломат, чем торговец, не признающий никакого другого могущества, кроме грубой силы [10]».

Обращаясь к истории, на наш взгляд, ярким примером предпринимателя – разбойника является Иосиф Сталин. С первых дней придя к власти, он начал развивать страну, несмотря на проблемы, возникающие с США и Европой. Так например, Сталин взял курс на индустриализацию. Однако данный процесс проходил не так просто. Либеральные активисты неустанно твердят про Голодомор, который якобы Сталин организовал на Украине в 1933 году. Однако, проследим, как в данном процессе проявился талант Сталина идти напролом мнению Запада, дипломатичность и грубая сила – основные черты предпринимателя- разбойника. После высылки Троцкого, Запад тщательно готовился без военного вмешательства покорить советскую Россию.

Для начала он отказался принимать золото из СССР, потом объявил эмбарго (запрет ввоза) советских товаров зарубеж (наша страна экспортировала лес и нефтепродукты в обмен на поставки западных машин, необходимых для восстановления разрушенной революцией экономики). Таким образом, Запад отказался принимать от СССР не только золото, но и всё остальное, кроме зерна. Советское руководство было поставлено перед выбором: или прекратить восстановление промышленности, что означало капитуляцию перед Западом, либо экспортировать зерно, но в случае неурожая, часть населения могла бы испытывать голод, в свою очередь это бы вызвало недовольство и, как один из сценариев: смещение власти. В любом из вариантов Запад был в выигрыше.

Сталин решается идти напролом. С лета 1929 г. начинается коллективизация сельского хозяйства[11]. СССР собирает зерно и экспортирует его на Запад. Как и предполагалось, в стране случился неурожай. Попытки закупить продовольствие зарубежом не увенчались успехом, т.к. действовало эмбарго на всё, кроме зерна. И в 1933 году умирает масса людей. То, что сейчас на Украине зовут «голодомором». И только после этого Запад вновь готов принимать к оплате драгоценные металлы, нефть и лес [11].

Тем не менее индустриализация была завершена и за 10 лет, по словам некоторых учёных, СССР добился того, на что у Европы ушло 100 лет. Те же качества проявляются и на Бреттон- вудской конференции, когда все страны признали в качестве резервной системы доллар и только Сталин отказался подписывать данное соглашение, укрепляя мощь экономики своей страны.

Систему отношений предпринимателя- землевладельца Зомбарт наделяет такими характеристиками: «...отношения зависимости, иерархическое строение персонала, несколько тяжеловесное деловое поведение»[10]. Такое поведение характерно для крупных госкорпораций (Газпром), либо для членов правления банков.

Следующим типом предпринимателя, по Зомбарту, является предприниматель- бюрократ. Вот как автор описывает таких представителей: «Корректные в своей деятельности, педантичные в распорядке их работы, точно размеренные в своих решениях, с большими способностями к организации, без сильной склонности лезть напролом, превосходные чиновники для управления, которые сегодня являются бургомистрами огромного города, а завтра стоят во главе крупного банка, сегодня еще управляют отдельным ведомством в министерстве, а завтра берут на себя руководство синдикатом» [10].

Описывая предпринимателя- спекулянта, Зомбарт делает акцент, что этот тип отличается от всех других: «...купец, который кует свое счастье путем верного взгляда на конъюнктуру или даже только путем хорошего учета и умелых договоров со своими поставщиками, своими клиентами и своими рабочими» [10]. Для такого предпринимателя собственный доход не только важен, но он - первооснова, причём вполне вероятно, что деятельность спекулянта не принесёт никаких положительных эффектов для населения. Этот пример, также описанный исследователем, еще раз подтверждает меркантильность взглядом предпринимателя- спекулянта.

Ярким примером предпринимателя- спекулянта является С. Мавроди, организовавший в 1994 году финансовую пирамиду «МММ», пострадавшими в результате деятельности которой, стали около 10 млн. человек. Фактически, произошло обогащение одного человека, а все те, кто делал взносы, остались ни с чем.

Также Зомбарт отмечает, что в последнее время характерен синтез предпринимателей: скрещивание спекулянта и техника, завоевателя и мечтателя и др.

В качестве особых примеров учёный выделяет «коллективного предпринимателя» и «великих предпринимателей». «Коллективные предприниматели» являются владельцами крупного бизнеса в городах, как правило генеральными директорами компаний, вместе которые образуют «великих предпринимателей», выполняя свою специфическую функцию.

Подводя итог, Зомбарт отмечает, что предприниматель должен обладать следующими чертами: «он должен завоевывать, организовывать, вести переговоры, спекулировать и калькулировать. Деловые успехи все больше зависят от мощной силы внушения и умелости, с которой заключаются многочисленные договоры»[10].

Несколько иных взглядов на проблему предпринимательства придерживался К. Маркс. Предприниматель у Маркса, как правило, капиталист, однако не каждый капиталист имеет право называться предпринимателем. Маркс выделил 4 типа капиталистов по их отношению к процессу производства:

- капиталист- кредитор, заемщик (не предприниматель). В процессе производства пассивен. Присваивает прибавочную стоимость как собственник капитала в форме процента;

- функционирующий капиталист (предприниматель). Организует процесс производства, используя заемный и собственный капитал. Присваивает прибавочную стоимость как валовую прибыль минус процент за заемный капитал, т.е. в форме предпринимательского дохода;

- функционирующий капиталист (предприниматель). Организует процесс производства, используя только собственный капитал;

- функционирующий капиталист (предприниматель). Организует процесс производства, не располагая собственным капиталом [12].

Кроме это, Маркс считает, что при наличии частной собственности на капитал возникает противоречие между рабочим и предпринимателем: каждый может увеличить свой доход только за счёт другого. Эта позиция наиболее характерна для стран с рыночной экономикой. Однако, на наш взгляд, здесь Маркс упускает один факт: если наёмный рабочий, чей доход не увеличивался, оставался неизменным, прекратит работать на предпринимателя, то без средств к существованию останется не только рабочий, но и сам предприниматель. Конечно, последний может найти нового работника, но и с ним вероятен такой же исход.

Взгляды Маркса, в том, что лучшая среда для развития предпринимательства – капитализм, поддерживает и Вебер. Его периодизация предпринимательства включает добуржуазное общество и капиталистическое.

Рассматривая добуржуазное предпринимательство, Вебер акцентирует внимание на стремлении таких людей к личной выгоде: «Стремление к предпринимательству», «стремление к наживе», к денежной выгоде, к наибольшей денежной выгоде само по себе ничего общего не имеет с капитализмом. Это стремление наблюдалось и наблюдается у официантов, врачей, кучеров, художников, кокотов, чиновников-взяточников, солдат, разбойников, крестоносцев, посетителей игорных домов и нищих...»[1].

Говоря о капиталистическом предпринимательстве, Вебер приходит к выводу, что движущей силой его являются не внешние, а внутренние мотивы личности, важнейшим из которых выступает стремление к самосовершенствованию. Продолжая сравнивать два этих типа обществ, Вебер отмечает, что для добуржуазного общества характерно получение прибыли путём обмана, получения сиюминутной выгоды, в том время, как для капиталистического производство свой-

ственно постоянное, рациональное ведение дел.

По мнению американского экономиста Дж.Б. Кларка в процессе производства постоянно участвует четыре фактора:

- капитал;
- капитальные блага - средства производства и земля;
- деятельность предпринимателя;
- труд рабочего.

При этом каждому фактору должна быть вменена специфическая доля производственной выручки: капитал приносит капиталисту процент; капитальные блага - ренту; предпринимательская деятельность - прибыль, а труд рабочего обеспечивает ему заработную плату[17].

### **Концепции формирования предпринимательского потенциала в XX веке**

20 век ознаменовал включение русских социологов в изучение проблемы предпринимательства.

Один из учёных, рассматривающий этот вопрос, А. Петражицкий, утверждал, что предпринимателем следует признавать того субъекта, который самостоятельно, лично и от своего имени ведет хозяйственную деятельность и несет «риск всего имущества» и «ответственность всем своим достоянием[4, с. 14]». Кроме этого, учёный считал, что лица, вложившие свою собственность в дело, «...не несут никакой ответственности и рискуют потерять известную определенную сумму или иной определенный капитал» в случае несостоятельности (банкротства) предприятия[4, с. 15].

В. Радаев в курсе лекций по «Экономической социологии», описывает психологический портрет предпринимателя, указывая, какими личными качествами должен обладать человек, выполняющий предпринимательскую функцию:

- интеллект и нацеленность на новое знание;
- воображение и изобретательность;
- личная энергия и воля к действию;
- сочетание ума и фантазии[13].

Обратимся к подходу Й. Шумпетера, который он изложил в своём труде «Теория экономического развития». Экономист считает, что предпринимательство не формирует отдельный класс, чтобы отстаивать свои классовые позиции, хотя отмечает, что наиболее успешные предприниматели и их семьи могут накладывать свой отпечаток на эпоху, отстаивая классовые интересы, ведя определенные стиль жизни, имея свои ценности. Девиз предпринимателя, по его мнению: «Ещё больше!»: «Он трудится, не зная жизни и покоя, потому что не может иначе. Его цель - не в том, чтобы получить наслаждение от достигнутого» [13].

Учёный отмечает, что предприниматель не только не должен владеть предприятием, но и вообще обязан стремиться минимизировать связь с ним. Как только дело начинает приносить доход, выходит на окупаемость и становится прибыльным, предприниматель должен обращаться к другим проектам, чтоб также привести их к процветанию.

Среди личных качеств ему необходимы, во-первых, интуиция и чутье, требующиеся для обнаружения новых нестандартных путей; во-вторых, энергия и воля для того, чтобы отказаться от устоявшихся порядков, преодолевать сильную инерцию экономических и социальных процессов[13].

Согласно Шумпетеру, прибыль является обязательным критерием, но она лишь показывает насколько успешен предприниматель в своей деятельности и никак не должна служить его меркантильным целям. Истинными мотивами в своей деятельности предприниматель должен ставить свободу и самореализацию.

Отметим, что по мнению Шумпетера, существует объективная предрасположенность к занятию предпринимательской деятельностью, вплоть до генного уровня. В этом с экономистом согласен психолог Д. Маклелланд. В частности он пишет: «Это «нечто в крови», оказывающееся сильнее природной лени и важнее простой жажды наживы и общественного признания»[13]. Психолог также выделяет и основные качества, характерные для предпринимателя: склонность к риску и полагание на собственные силы в противовес внешним обстоятельствам.

Одной из отличительных характеристик хозяйствования во второй половине 20 века, является развитие вынужденного предпринимательства. Поскольку большая часть населения изначально не склонна к занятию предпринимательской деятельностью, формируется класс вынужденных предпринимателей. Как правило, это люди, не удовлетворенные своей прежней работой, либо боятся ее потерять. Они не только переезжают в другие регионы, но и готовы попробовать себя в новом амплуа. Американские исследователи эмпирическим путём доказали, что предпринимателей, которые изначально имели представление о новом продукте, услуге, которые они принесут на рынок, в четыре раза меньше, чем тех, кто таких представлений не имел. А более двух третей новых фирм было открыто предпринимателями по причине увольнения, фрустрации, вызванной прежней работой. Любопытно, что по данным Р. Брокгауза, преуспевшие предприниматели в большей степени не удовлетворены прежней работой, чем предприниматели-неудачники [7].

Возникновение новой волны предпринимательства в 70-80-е годы 20 века объясняется перенасыщенностью трудящихся в определенных сегментах рынка труда. Как правило, высококвалифицированные служащие открывали своё дело в области информатизации, новых технологий, малоквалифицированные- осваива-

ли сферу услуг, торговлю. Кроме этого, одним из факторов здесь выступала безработица.

Исследование Д. Стори, например, показало, что около четверти основателей новых малых фирм были безработными. Даже если не принимать во внимание потенциальную безработицу, доля предпринимателей, рекрутированных из безработных, значительно превысила саму долю безработных в занятом населении обследованного района [6]. Таким образом, многие зарубежные предприниматели начинали свой бизнес, исходя далеко не из тех мотивов, о которых писали Сэй и Шумпетер.

Весомый вклад в развитие идей о предпринимательстве внёс американский учёный П. Друкер. Он считал, что предприниматель должен использовать нововведения, в качестве реализации своих идей в области бизнеса или услуг. Отсюда он делал вывод, что предпринимателя отличает инновационный тип мышления. Кроме этого, Друкер сформулировал четыре предпринимательские стратегии, которые позволяют добиться успеха:

- а) ворваться первым и нанести массированный удар;
- б) напасть быстро и неожиданно;
- в) найти и захватить «экологические ниши»;
- г) измерять экономические характеристики продукта, рынка или отрасли

[4].

П. Друкер считает, что само по себе предпринимательство не является рискованной деятельностью, а разоряются предприятия исключительно благодаря некомпетентности своих владельцев в той области, в которой функционирует их бизнес: «Знания в предпринимательстве являются средством для достижения цели», а дисциплина инноваций - базой знаний предпринимателей [4, с. 22]».

С началом перестройки, предпринимательство стало развиваться и в СССР. В 1985 году вышел Закон об индивидуальной трудовой деятельности, послуживший становлению предпринимательства в стране. Развитие же оно получило в 1987 году, с появлением в свет Закона о кооперации, который создал условия для трудовых отношений в негосударственном секторе экономики.

В частности, в нём были указаны области, в которых имели право создаваться кооперативы: сельское хозяйство, промышленность, строительство, транспорт, общественное питание, торговля и др. Указывались основные типы кооперативов: производственные (занимающиеся производством товаров, работ, продукции, предоставлением услуг), потребительские (удовлетворяющие потребности своих членов в дачных участках, гаражах и стоянках для автомобилей, социокультурных услугах).

В начале 90-х годов власть новой России еще не имела опыта взаимодействия с предпринимателями: отсутствовала нормативно- правовая база, регули-



рующая данные отношения, система льгот и стимулов, предприниматели существовали автономно.

Ситуация начала меняться в середине 90-х годов. Был принят ряд федеральных законов («Об обществах с ограниченной ответственностью», «О производственных кооперативах», «Об акционерных обществах»), Гражданский кодекс, которые послужили источниками предпринимательского права, дав отрасли развитие. Своего апогея ситуация достигла к концу 90-х- началу 2000-х гг., когда произошла «олигархизация» федеральной власти и наиболее влиятельные предприниматели стали не только влиять на курс социально- экономического развития России, но и задавать его основные ориентиры.

С приходом к власти Путина ситуация стала кардинально меняться. Был проведен ряд реформ, выстраивающий вертикаль власти и ограничивающий влияние крупных предпринимателей на политику, проводимую федеральным центром. Появились инструменты поддержки предпринимателей на местах – Программы развития предпринимательства в субъектах федерации, с указанием стимулов для бизнесменов. В регионах стали открываться фонды поддержки малого и среднего предпринимательства, предоставляющие консультативные услуги.

Согласно результатам исследования, проведенным ВЦИОМ в 2002 году, отношение населения к предпринимателям является скорее положительным (см. Таблицу 1).

Таблица 1

Оценка социальной роли предпринимателей, % [17]

Надежда и опора России	36
Локомотив реформ	29
Те, на ком уже сегодня держится экономика страны	25
Неизбежное зло	21
Воры и мородеры	20
Те, по ком тюрьма плачет	18

Подводя итог развитию предпринимательства на современном этапе, отметим, что произошло расчленение самого этого понятия. Предприниматель перестал восприниматься, как абстрактный торговец. Современный предприниматель - это «финансист», занимающийся поставкой капитала, компетентный в области бухгалтерского учёта, «изобретатель», привносящий на рынок новую услугу или

## SCIENCE TIME

продукт, «юрист», разрабатывающий организационно-правовые формы для своего предприятия или его трансформации в виду изменяющихся рыночных условий, «управленец», координирующий внешние и внутренние связи своего предприятия.

### Современные подходы к формированию предпринимательского потенциала

С каждым годом появляется всё больше литературы, предлагающей секрет успеха предпринимателя. Интересный взгляд на то, какими качествами должен обладать предприниматель, представляет Ричард Паркс Кордок в книге «Апгрейд мышления. Взгляд на бизнес с высоты 10.000 метров».

Все 8 качеств предпринимателя он зашифровал в акроним «Я УВЕРЕН В...»:

**Я** означает веру в себя: «Я уверен в себе и в своих силах».

**У** указывает на важность **У**влеченности и страсти к своему делу.

**В** призывает **В**ыйти за пределы зоны комфорта.

**Е** предостерегает: «Едва ли тебе помогут везение и самообман».

**Р** требует планировать и **Р**асставлять цели.

**Е** учит получать «Ежедневное удовольствие от напряженной работы».

**Н** указывает на необходимость **Н**евероятного упорства.

**В** требует готовности к **В**озможному поражению[5, с.38].

Существует множество взглядов на то, какими качествами должен обладать предприниматель. По мнению автора все они могут сведены к данным, представленным на рисунке 2.1.



Рис. 2 Личностные характеристики, необходимые предпринимателю

## SCIENCE TIME

Среди основных характеристик можно выделить:

- рискованность (очень сложно верно спрогнозировать: будет ли востребован ваш продукт или услуга на рынке);
- новаторство (занятие предпринимательской деятельностью – всегда принесение чего-то нового);
- креативность (она проявляется не только в представлении продукта или услуги, но и в рекламных кампаниях);
- ответственность (предприниматель должен быть ответственен перед населением за результаты своей деятельности);
- компетентность (в той области, в которой занимается предпринимательской деятельностью. Конечно, обращаться к услугам квалифицированных юристов, бухгалтеров необходимо, но для того, чтобы не понести убытки, необходимо самому быть юристом и бухгалтером);
- увлечённость (когда предприниматель «болеет» своим делом, это даёт только положительные плоды);
- самоуверенность (когда предприниматель уверен в результатах своей деятельности, это даёт дополнительный импульс для развития его бизнеса);
- способность делать выводы из совершенных ранее ошибок, не повторяя их в будущем;
- информированность (о конкурентах, о законодательстве, регулирующем деятельность предпринимателя и др.);
- самоорганизация (эффективно управляя собой, также эффективно предприниматель будет управлять и своим делом).

Обращая внимания на качества, присущие предпринимателю, особый интерес представляет его социологический портрет. Республиканское общественное объединение «Перспектива» (Белоруссия) провело исследование с целью выявления этого портрета[15].

По результатам опросов, среднестатистический предприниматель – это человек в возрасте от 25 до 44 лет, имеющий образование выше среднего, семейный человек, воспитывающий ребенка, ведущий предпринимательскую деятельность более 3,5 лет, как правило, ведущий предпринимательскую деятельность в области торговли или сфере услуг, стартовым капиталом которой послужили собственные финансы или средства родственников и друзей.

Отличительной особенностью среднестатистического белорусского предпринимателя являются мотивы открытия бизнеса: они являются вынужденными, предпринимателя заставили это сделать обстоятельства (увольнения с прежней работы, боязнь потерять работу, фрустрация на прежней работе и др.).

## SCIENCE TIME

Отметим, что среди основных проблем, которые предприниматели хотели бы решить в ближайшее время, является ограничение найма сотрудников (90% предпринимателей нуждаются всего лишь в трёх работниках для ведения своего бизнеса). Также среди проблем назывались: недостаточное предоставление льгот и иных стимулов, взаимоотношения с арендодателем.

Большая часть предпринимателей отметила снижение уровня своего бизнеса и только каждый 10-й опрошенный считает, что его дело приносит ему стабильный доход.

Также внимания заслуживает тот факт, что согласно проведенным исследованиям, 90% предпринимателей готовы к забастовкам и акциям протеста в случае нарушения их прав в области ведения бизнеса.

Данные, полученные в результате опроса, представляют собой эмпирическую ценность, однако, на наш взгляд. Для науки больший интерес представляли бы результаты таких опросов, проведенных в странах «большой восьмёрки», с целью выявления социологического портрета современно предпринимателя в каждой конкретной стране, сопоставлении общих черт предпринимателей в этих государствах, выявлении различий между ними, а также использование положительного опыта других стран в области предпринимательства.

В условиях развития отношений в системе «государство – бизнес» малое и среднее предпринимательство становится серьезным фактором социальной и политической стабильности в регионах, формирует экономическую основу местного самоуправления, создавая конкурентную среду, новые рабочие места. Оно выполняет три основные социально-экономические функции, оказывающие влияние на процессы, происходящие в общественной жизни:

- экономическая функция (развитие механизмов рыночной экономики, преобладание частного сектора над государственным в вопросах, не являющихся жизнеобеспечивающими для населения регионов. В остальных случаях – проникновение (без доминирования) предпринимателей в отрасли жизнеобеспечения граждан (транспорт, ЖКХ и др.);

- социальная функция (формирование класса предпринимателей, создание и укрепление среднего класса – обеспеченных и состоятельных людей, формирование положительного имиджа предпринимателей и бизнесменов у населения);

- психологическая функция (осознание предпринимателями себя, как особого класса, принимающего активное участие в решении экономических (а иногда и политических) задач, самореализация посредством собственного бизнеса или благотворительности).

Отметим, что предприниматели, как активная социальная группа, взаимодействуют с представителями трех слоёв общества:

- с клиентами (потребителями их товаров и услуг);

- с наемными работниками;
- с представителями госструктур [8, с.9] (см. Рисунок 3).

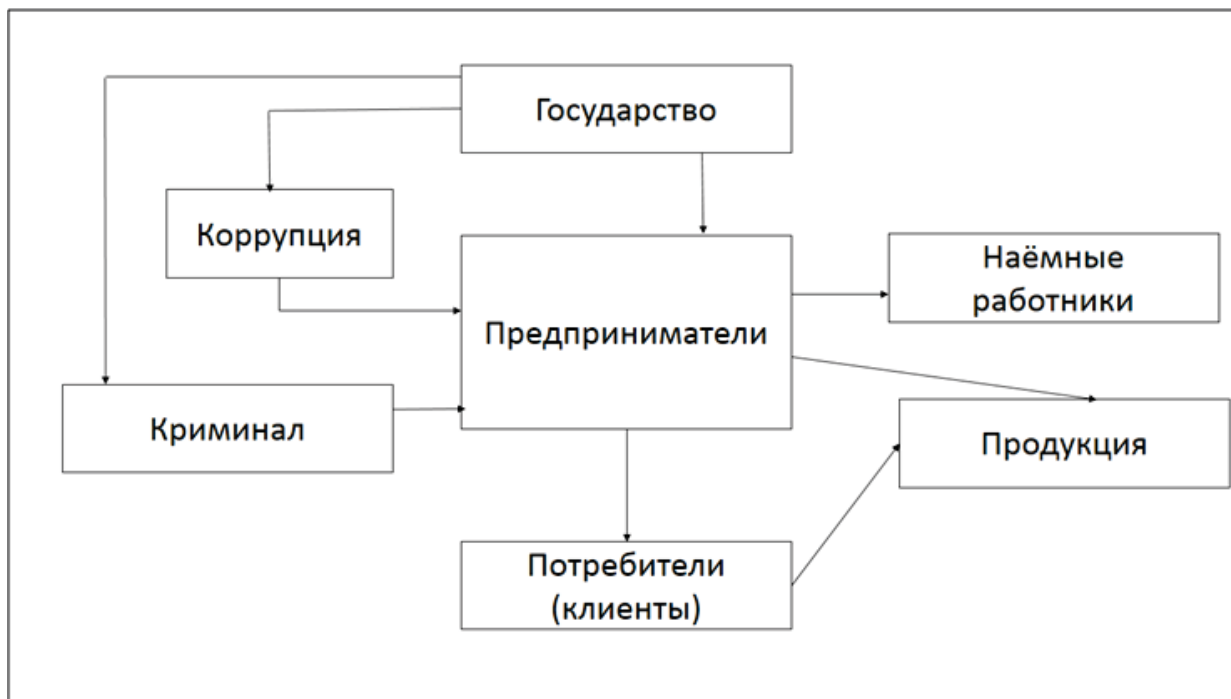


Рис. 3 Взаимодействие предпринимателей с компонентами российского общества

Важная функция отведена клиентам: они покупают товар, произведённый потребителем, возмещая финансовые и иные издержки на его производство. Помимо этого, между клиентами и предпринимателями существуют другие связи: имиджевые (формирование у потребителя позитивного имиджа о предлагаемом товаре), рекламно-информационные (воздействие на потребителя через СМИ, иные каналы коммуникаций с целью приобретения данного товара или услуги).

В тот момент, когда предприниматель выходит на качественно новый уровень своей деятельности, к процессу производства подключаются наёмные работники. Здесь предприниматель сам уже не может справиться с возрастающими мощностями своего бизнеса, с поступающими заказами. Первоначально, работники являются исполнителями, отвечающими за выполнение определенной функции, а в дальнейшем к этой функции присоединяется и функция менеджмента. Спецификой российского предпринимательства здесь выступает отсутствие профсоюзов на каждом конкретном предприятии предпринимателя, что в свою очередь упрощает взаимодействие предпринимателя и наёмных работников. Однако, очевидным представляется, что при наличии таких организаций,

конфликтные ситуации между работниками и предпринимателями были бы нередки. Это обусловлено, зачастую, нарушением норм Трудового Кодекса РФ, личного взаимодействия между субъектами предпринимательской деятельности.

Роль государства во взаимодействии с предпринимателями трудно переоценить. Оно регламентирует деятельность бизнеса и осуществляет жесткий контроль за исполнением данных норм, получая от бизнеса доход, в виде налогов. Не секрет, что в нашей стране зачастую распространены «серые» схемы ведения бизнеса, предусматривающие выплату официальной зарплаты работникам в меньшем виде. Остальная ее часть отдаётся «на руки». Тем самым, предприниматель облегчает себе налоговое бремя, одновременно с этим и снижая функцию социальной ответственности перед государством и работниками.

Относительно серых схем интересно мнение успешных управленцев.

Азат Газизов, председатель ТРО «ОПОРА России»: «В самых, казалось бы, законопослушных и эффективных экономиках серые схемы все равно есть, избавиться от них полностью никто не может, ни США, ни Германия, ни другие страны. Любой предприниматель всегда стремится свою прибыль максимизировать. Если у него появляется даже не совсем законный инструмент для этого, он либо готов рискнуть, либо нет. Особенность нашей страны заключается в том, что у нас готовых рискнуть гораздо больше. В силу последних обстоятельств, например, реформы ЕСН, по предварительным данным, огромное количество предпринимателей ушло обратно в тень.

Налоговая система должна быть адекватной ситуации, которая творится в стране. От этого зависит, насколько часто бизнес будет использовать серые схемы. Если мы возьмем зарплатные налоги, то они абсолютно неадекватны доходам организаций и предприятий. Даже самая богатая компания не готова платить налогов в 2-3 раза больше. Другое дело, там, где есть упрощенная система налогообложения, серые схемы почти не используются. Я не говорю о черных схемах. Серые схемы — это своего рода оптимизация, когда часть налогов все-таки выплачивается»[14].

Подобного мнения придерживается и директор «Центра производственной субконтракции Республики Татарстан» Алексей Кравцов: «Государству нужно налоговую политику сбалансированную проводить, просчитывать любое повышение налогов и к чему оно приведет. А не поднимать налог, чтобы какую-то брешь закрыть. Подняли ЕСН, и бизнес стал уходить в тень, потому что никто не знает, как дальше выживать. Повторяется тот период бизнеса, который был в начале 90-х годов. Должна быть и шкала дифференцированная, и подход индивидуальный, в зависимости от вида деятельности и важности бизнеса для народного хозяйства. Если это перекупщик (в старом понимании), то он должен платить повышенные налоги. А если это сельхозпроизводитель или производитель в

области машиностроения, у которого рентабельность иногда и 10% не превышает, то к ним нужен особый подход.

Я думаю, что тогда необходимость нарушать закон и прибегать к незаконным схемам — серым или черным — не будет возникать. Государство должно подталкивать предпринимателей к идее разумной экономии, внедрению различных технологий. Обоюдный процесс должен быть. Наша компания, столкнувшись с высокими налоговыми ставками, не ушла в тень, а убрала ненужные траты, сохранив уровень оплаты труда сотрудников»[14].

Подводя итог, отметим, что в современных условиях основные требования к личности предпринимателя не потеряли своей актуальности, они лишь слегка видоизменяются. Если в 19 веке основой являлись прибыль, идея и риск, то в 21 веке уже идет речь о социальной ответственности бизнеса. Вместе с тем требования к новаторству, инновациям и креативности по-прежнему являются характерными для успешного предпринимателя.

### Выводы

Понятию «предприниматель» в современном значении уже около 250 лет.

В конце 18 века Адам Смит охарактеризовал его как «собственника капитала, который ради реализации какой-то коммерческой идеи и получения прибыли идёт на экономический риск»[8, с. 9]. На наш взгляд, данное определение не потеряло своей актуальности и спустя более двух веков, поскольку, согласно международным нормам, предпринимательство состоит из трех компонентов: идея, риск и прибыль. Близок по взглядам к Смигу был Жан Батист Сэй, считавший, что предприниматель – это «... земледelec, мануфактурист или торговец, или, чтобы всех таких лиц назвать одним именем, это предприниматель, т.е. лицо, которое берется за свой счет и на свой риск и в свою пользу произвести какой-нибудь продукт»[9].

Шумпетер, в свою очередь, не ставил прибыль во главу предпринимательской деятельности. Он отмечал, что прибыль является обязательным критерием, но она лишь показывает насколько успешен предприниматель в своей деятельности и никак не должна служить его меркантильным целям. Истинными мотивами в своей деятельности предприниматель должен ставить свободу и самореализацию

Особенностью в представлениях о предпринимателях является их классификация. Причём учёные, придерживающиеся разных взглядов, предлагали свою типологию. Так, Маркс выделял непредпринимателей и предпринимателей (использующих только собственный капитал, использующий собственный и заёмный капитал, не располагающий собственным капиталом).

Зомбарт предлагал свою классификацию: предприниматель- разбойник, землевладелец, бюрократ, спекулянт, купец, мануфактурист.

Отметим, что обе эти типологии представляют практический интерес к подходу изучения представлений о предпринимательстве в ретроспективе.

Отметим, что в современных условиях основные требования к личности предпринимателя не потеряли своей актуальности, они лишь слегка видоизменяются. Если в 19 веке основой являлись прибыль, идея и риск, то в 21 веке уже идет речь о социальной ответственности бизнеса.

Вместе с тем требования к новаторству, инновациям и креативности по прежнему являются характерными для успешного предпринимателя. Кроме этого, среди основных качеств, которыми должны обладать предприниматели, на протяжении двух веков остаются неизменными: рискованность, творческий подход, компетентность, организаторские способности.

Таким образом, нами были проанализированы социологические концепции формирования предпринимательского потенциала начиная с 19 века до нашего времени.

### Литература:

1. Вебер, М. Протестантская этика и дух капитализма / М. Вебер/ – М.: Планета, 1990. – 326 с.
2. Дука, А. Власть и элиты в российской трансформации: сборник научных статей / А.В. Дука/ – СПб.: Интерсоцис, 2005. – 296 с.
3. Портрет современного предпринимателя (опрос 22-26 августа 2002 г.) // Новая жизнь. – Вып. 8. – М. – 2002.
4. Поршнева, А.Г. Предпринимательство / А.Г. Поршнева/ – М.: Инфра- М, 2006. – 274 с.
5. Ричард ПарксКордок. Апгрейд мышления. Взгляд на бизнес с высоты 10000 метров / Ричард ПарксКордок, И. Окуньков/ – Альпина- Паблишер, 2006. – 155 с.
6. Стори, Д.Ж. Предпринимательство и новые формы / Д.Ж. Стори/ – М.: Союз, 1988. – 314 с.
7. Стьютивилл Дж. Новая волна предпринимательства / Дж. Стьютивилл // США: экономика, политика, идеология. – Вып. 6. – 1988. – 108 с.
8. Щербатых, Ю.В. Психология предпринимательства и бизнеса / Ю.В. Щербатых/ – СПб.: Питер, 2008. – 304 с.
9. Жан- Батист Сэй. «Трактат по политической экономии» [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — [http://sbiblio.com/biblio/archive/sey\\_traktat/](http://sbiblio.com/biblio/archive/sey_traktat/)
10. Зомбарт В. Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — <http://>



[www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Sociolog/Zomb/13.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/Zomb/13.php)

11. Голодомор: кто автор? [Электронный ресурс] . — Режим доступа. — <http://nstarikov.ru/>

12. В.Х. Беленький, В.Ф. Паульман. Предпринимательство: развитие, природа, проблемы [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — [http://www.isras.ru/files/File/Socis/2012\\_10/Belenkiy.pdf](http://www.isras.ru/files/File/Socis/2012_10/Belenkiy.pdf)

13. В.В. Радаев. Экономическая социология. Лекции [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — <http://socioline.ru/pages/vv-radaev-ekonomicheskaya-sotsiologiya>

14. Дискуссия: серые схемы- шанс бизнесу выжить? [Электронный ресурс] . — Режим доступа.— [http://stroytat.ru/news/old\\_news/diskussiya](http://stroytat.ru/news/old_news/diskussiya)

15. Портрет предпринимателя [Электронный ресурс] . — Режим доступа. — <http://www.belaruspartisan.org/blogs/shumchenko/15286/>

16. Й. Шумпетер. Теория экономического развития [Электронный ресурс] . — Режим доступа. — <http://socioline.ru/book/j-shumpeter-teoriya-ekonomicheskogo-razvitiya>

17. Статья: понятие и классификация ресурсов процесса производства [Электронный ресурс] . — Режим доступа. — <http://www.lawmix.ru/bux/40907>