

Кубикова Наталья Владимировна

аспирант кафедры социологии
и политологии
Курского государственного университета

**К ВОПРОСУ
О ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКЕ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

Аннотация:

Статья посвящена проблеме активизации предпринимательской деятельности. Рассмотрены различные подходы к трактовке понятия «предпринимательство». Проанализированы основные виды государственной поддержки предпринимателей. Автором обоснована необходимость совершенствования государственной поддержки малого бизнеса.

Ключевые слова:

предпринимательство, предприниматель, социология предпринимательства, экономика, государственная поддержка предпринимательства, малый бизнес.

Kubikova Natalia Vladimirovna

PhD student, Social Science
and Political Science Department,
Kursk State University

**CONCERNING
THE STATE SUPPORT OF
ENTREPRENEURSHIP**

Summary:

The article discusses a problem of business activities reinforcement. Various approaches to the interpretation of the entrepreneurship concept are reviewed. The main types of the state support provided to entrepreneurs are analyzed. The author substantiates the necessity to improve the state support of the small business.

Keywords:

entrepreneurship, entrepreneur, business sociology, economics, government support of entrepreneurship, small business.

Предпринимательство как элемент системы общественного производства является одним из условий социально-экономического развития российского общества; оно играет важную роль в процессах становления и развития рыночных структур. В связи с этим в последние годы наблюдается повышение научного интереса к вопросам функционирования данного элемента как в России, так и за ее пределами. Исследователи отмечают появление беспрецедентного числа новых книг, статей и журналов на данную тему. Один из ведущих западных социологов в области предпринимательства Ричард Сведберг объясняет этот факт целым рядом взаимосвязанных процессов. По его словам, в этот период времени Европа, Россия и США стали свидетелями возрождения малого предпринимательства. Другими важными факторами стали рост безработицы и усиление глобальной конкуренции [1, р. 23].

Мы можем также предположить, что активизация интереса к предпринимательской деятельности связана с осознанием политиками и правительствами того факта, что предпринимательство как движущий элемент развития социально-экономических систем требует *возрождения*.

В России для увеличения количества предпринимателей к настоящему времени разработана масса программ стимулирования и поддержки. Вместе с тем для повышения их эффективности требуется глубокое изучение экономических, социальных и психологических предпосылок становления предпринимательства. При этом основной проблемой в изучении данного феномена является выбор адекватного подхода. Для социологов это подход со стороны спроса на предпринимательские услуги. Ключевым в данном случае выступает понятие *условия для предпринимательской активности*.

Объектом исследования в нашей работе является социальный механизм государственной поддержки предпринимательства, предметом исследования – совокупность методов государственной поддержки предпринимательства.

На сегодняшний день обоснование доминирующих методов поддержки предпринимательства в нашей стране в большинстве своем опирается на точку зрения западных бизнес-тренеров об обучении навыкам предпринимателя. При этом некоторые представители бизнес-школ пытаются «развенчать миф о предпринимательстве и превратить его в навык, которому можно регулярно учить среднего студента MBA» [2, р. 25], тем самым заставить быть предпринимателями менеджеров и обывателей. Но мы позволим себе предположить, что данные методы неэффективны по отношению к такому феномену, как предпринимательство, в связи с тем, что они весьма незначительно влияют на экономические и социальные процессы.

Основной целью данной работы являются уточнение основных понятий предпринимательства и анализ оснований государственной поддержки.

На основе предлагаемого анализа мы попытаемся раскрыть сущность феномена предпринимательства и уточнить основания, служащие для разработки программ по поддержке малого и среднего предпринимательства (далее – МСП).

Анализ литературы показывает, что в области теории предпринимательства накоплен обширный опыт научных исследований. При этом важно отметить, что понятия «*предприниматель*» и «*предпринимательство*» являются междисциплинарными. Социологию предпринимательства следует рассматривать как часть более общей, междисциплинарной теории предпринимательства.

Из истории социально-экономической мысли известно, что значительный вклад в теорию предпринимательства внесли такие ученые, как Ж.Б. Сэй (1767–1832), К. Маркс (1818–1883), А. Маршалл (1842–1924), Р. Кантильон (1860–1734), М. Вебер (1864–1920) и Й. Шумпетер (1883–1950). Ими были предложены определения понятия предпринимательства в контексте экономики, социальной и психологической теорий. Из довольно широкого спектра определений наибольший вес в современном социально-гуманитарном знании имеет определение Й. Шумпетера, предложенное им в 1934 г. Из него следует, что предприниматель – это смелый новатор, который разрабатывает новые технологии. «Каждый человек – предприниматель только тогда, когда он на самом деле “осуществляет новые комбинации”» [3, с. 453].

В наше время к данной проблематике обращаются такие исследователи, как Мануэль Ка-стельс, Хатто Бреннер, Валерий Радаев. Объектами их изучения являются предпринимательство, предпринимательские открытия, инновации. Среди исследователей современности хотелось бы отметить Израэля М. Кирцнера. Автор монографии «Конкуренция и предпринимательство» является талантливым учеником Людвиг фон Мизеса, основателя современной австрийской экономической школы. В своих работах он рассматривал вовсе не характер способностей, приводящих к предпринимательскому успеху, а наоборот – раскрывал сущность рыночных процессов, приводимых в движение как успешными, так и не очень, предпринимательскими решениями. Не переходя в область социально-психологической мотивации, он раскрыл экономическую подоплеку предпринимательской деятельности и вышел на уровень определения предпринимательства как спекулятивной формы. Предпринимателем в его понимании является тот человек, который может предвидеть цены более точно, чем это делают другие. Кирцнер описал это явление как *восприимчивость предпринимателя*. По словам Людвиг фон Мизеса, «именно действия предпринимателя приводят к возникновению прибыли, когда он, оценивая будущие цены товаров более точно, чем другие агенты, покупает некоторые или все факторы производства по заниженным с точки зрения будущего состояния рынка ценам...» [4, с. 308].

Таким образом, «восприимчивый кирцнеровский предприниматель» выступает в противоположность «шумпетеровскому новатору», но, по словам Кирцнера, он никогда не рассматривал свое определение как альтернативу шумпетеровской позиции. В то же время данный автор внес существенный вклад в исследование предпринимательства и разработку оснований для создания программ государственной поддержки МСП.

В каждом регионе России сегодня разрабатывается собственная программа поддержки, основанная на международном опыте и рекомендациях Всемирного банка. В настоящее время, например, в Курской области действуют следующие субъекты поддержки малого бизнеса:

- бизнес-инкубатор «Перспектива»;
- областной центр поддержки малого и среднего предпринимательства;
- областная целевая программа «Развитие малого и среднего предпринимательства в Курской области на 2012–2015 годы».

Следует отметить, что в большинстве случаев эти программы сводятся к обучению экономике и менеджменту, при этом обучать предполагается не предпринимателей, а людей, желающих пройти такой курс и впоследствии, может быть, начать свое дело.

Анализ содержания данных программ приводит нас к выводу о том, что в большинстве своем они направлены на вовлечение в предпринимательство, на самозанятость. Политики полагают, что с появлением большого числа предпринимателей снизится уровень безработицы, появятся новые предприятия инновационного характера. Однако такое предположение сомнительно, потому что типичный стартап чаще всего не создает инноваций, не предоставляет существенного количества рабочих мест и вырабатывает довольно скромную добавленную стоимость. В дополнение к этому на рынке создается большое количество однообразных предприятий, которые в жесткой конкуренции не могут дать высокой прибыли и в связи с этим несут существенные убытки и уменьшают количество рабочих мест. Эта проблема наблюдается в российской действительности на примере небольших продуктовых магазинов, салонов красоты и прочих доступных видов бизнеса. Предприятия данного вида имеют, как правило, довольно короткий жизненный цикл.

По результатам исследования, проведенного в США Хелтиулджером, Лейном и Шпелце-ром в 1999 г., которые выявили взаимосвязь между продуктивностью организации и ее возрастом, было доказано, что инновационность и продуктивность увеличиваются с возрастом фирмы. Эти данные приведены Скоттом Шейном, лауреатом международной премии за вклад в исследование предпринимательства в 2009 г. [5, с. 426]. В своих исследованиях этот автор ставит под сомнение мифы об экономическом росте, связанном с увеличением количества стартапов.

Следует учитывать, что данное утверждение может показаться странным, потому что оно противоречит доминирующей точке зрения. В некоторых случаях оно может даже показаться наивным, если учесть наличие примеров весьма успешных стартапов в области высоких технологий и Интернета. Мы также не подвергаем сомнению тот факт, что эти предприятия способствовали экономическому росту. Однако следует учесть, что эти компании – нетипичные стартапы.

В большинстве своем начинающие предприниматели не являются таковыми в широком смысле этого слова. Скорее всего, эти лица рассматриваются как самозанятые, которые открывают свое дело в альтернативу наемному труду. Это привносит еще один важный момент в работу: многие исследователи и практики, как правило, сосредоточены не на фактических качествах предпринимателей, а скорее на тех ожиданиях, которые общество возлагает на них. Этот тип предпринимательства снимает с государства изрядную долю неподъемного бремени по выплате зарплат и выполнению прочих социальных обязательств. И в связи с этим поддержка предпринимательства по данному каналу имеет большой вес в повсеместно реализуемых программах.

В то же время политики, выражая симпатию к начинающим предпринимателям, лукавят относительно их вклада в экономику страны, получая при этом лишние голоса от псевдопредпринимательского слоя. Направляя деньги налогоплательщиков на оказание бесплатной поддержки самозанятых и потенциальных предпринимателей, правительство нарушает равновесие на предпринимательском рынке, тем самым препятствуя развитию существующего бизнеса. Дэвид Стори, директор Центра малого и среднего предпринимательства (CSME) Университета Уорика, говорит о неэффективности оценок социального управления в сфере малого бизнеса оценки программ поддержки МСП в мире. К тому же в России в настоящее время формирование и оценку эффективности политики в сфере малого бизнеса осуществляют администрации субъектов РФ. Получается, что качество работы оценивают сами разработчики и исполнители программ стимулирования малого предпринимательства.

В ходе участия в рабочей группе по МСП «Лучшая практика» при Организации международного сотрудничества и развития (ОЭСР) Д. Стори поставил под сомнение существующие методы оценки эффективности государственного управления в сфере МСП. В ходе своих исследований он пришел к выводу, что «...реальная ситуация обычно состоит в том, что политики (хотя и не всегда) стремятся продемонстрировать высокую эффективность своей деятельности» [6, с. 72]. Д. Стори показал, что государственная поддержка должна осуществляться не для всех желающих, а только для перспективных организаций.

Отталкиваясь от концептуальных идей Й. Шумпетера, И.М. Кирцнера, С. Шейна и Д. Стори, мы позволим себе предположить, что государственная поддержка должна быть адресной, только для существующих предприятий, которые уже показали свою перспективность. А обучение навыкам предпринимательства стоит предоставить университетам, ведущим обучение в рамках существующих программ по экономике и менеджменту. Только незначительный процент стартапов может перерасти в средний и крупный бизнес, в то время как существующие малые и средние предприятия, заинтересованные в развитии и уже доказавшие общественности свое стремление, нуждаются в поддержке.

Между тем, учитывая все вышесказанное, мы можем предположить, что в настоящее время задачей научного сообщества является убеждение законодателей в том, что в их интересах следует проводить долгосрочную политику, адекватную современным научным представлениям о предпринимательстве. Российская действительность только подтверждает тот факт, что программы поддержки предпринимательства не способствуют экономической стабильности и социальному росту, в то время как в нашей стране на эти программы затрачивается все больше средств.

Ссылки:

1. Entrepreneurship: The Social Science View / ed. by R. Swedberg. Oxford, 2000. 403 p.
2. Ibid.
3. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / предисл. В.С. Автономова. М., 2007. 864 с.
4. Цит. по: Современные классики теории предпринимательства. Лауреаты Международной премии за вклад в исследование предпринимательства и малого бизнеса (1996–2010) / ред. Е. Артоболевская, Н. Бартошевич. М., 2012. 528 с.
5. Там же.
6. Там же.

References:

1. Swedberg, R (ed.) 2000, *Entrepreneurship: The Social Science View*, Oxford, p. 403.
2. Swedberg, R (ed.) 2000, *Entrepreneurship: The Social Science View*, Oxford, p. 403.
3. Schumpeter, J 2007, *The Theory of Economic Development. Capitalism, Socialism and Democracy*, Moscow, p. 864.
4. Op. by: Artobolevskaya, E & Bartoshevitch, N (eds.) 2012, *Modern classical theory of entrepreneurship. International Prize for his contribution to the study of entrepreneurship and small business (1996-2010)*, Moscow, p. 528.
5. Op. by: Artobolevskaya, E & Bartoshevitch, N (eds.) 2012, *Modern classical theory of entrepreneurship. International Prize for his contribution to the study of entrepreneurship and small business (1996-2010)*, Moscow, p. 528.
6. Op. by: Artobolevskaya, E & Bartoshevitch, N (eds.) 2012, *Modern classical theory of entrepreneurship. International Prize for his contribution to the study of entrepreneurship and small business (1996-2010)*, Moscow, p. 528.