



- 6 См.: *Бойл Э.* «Открытое общество» Карла Поппера : личный взгляд // Эволюционная эпистемология и логика социальных наук. Карл Поппер и его критики / сост. Д. Г. Лахути, В. Н. Садовский, В. К. Финн. М., 2000.
- 7 См.: *Мальковская И. А.* Многоликий Янус открытого общества. М., 2008.
- 8 См.: *Бляхер В. Е.* Виртуальные состояния социума, или Шансы и риски открытого общества в России. М., 1997.
- 9 См.: *Рац М. В.* Идея открытого общества в современной России. М., 1997.
- 10 См.: *Ахизер А. С.* Как «открыть» закрытое общество. М., 1997.
- 11 См.: *Бутенко А. П.* От коммунистического тоталитаризма к формированию открытого общества. М., 1997.
- 12 См., например: *Сорос Дж.* Новый взгляд на открытое общество. М., 1997 ; *Он же.* Кризис мирового капитализма : Открытое общество в опасности. М., 1999.
- 13 См.: *Ожегов С. И.* Словарь русского языка. М., 1991. С. 470.
- 14 Там же. С. 212.
- 15 Ср. например, с понятием «гражданское общество», которое имеет ярко выраженный *онтологический смысл* как *система частных сфер и интересов, противопоставленная государству*. Хотя оно может также применяться в эпистемологическом, «идеальном» смысле («строить» гражданское общество можно, в принципе, *бесконечно*), но одновременно в нем по-прежнему присутствует *четкий онтологический каркас*, что позволяет его использовать и достаточно *широко*, и в то же время достаточно *точно*.
- 16 Например у М. В. Раца: «... оно [открытое общество] конституируется органическим единством открытого общества, правового государства и рыночного хозяйства» (*Рац М. В.* Указ. соч. С. 17).
- 17 *Шаниро И.* Бегство от реальности в гуманитарных науках. М., 2011. С. 312–313.
- 18 Политический проект – практически ориентированный (т. е. ориентированный на практическую реализацию) замысел субъекта политического действия; политический идеал – нормативный образ политического будущего, запечатленный в сознании субъекта политического действия, не ориентированный на практическую реализацию.
- 19 «Легче назвать врагов открытого общества, чем придать этому понятию позитивное значение» (*Сорос Дж.* Новый взгляд на открытое общество. С. 24).
- 20 *Коббан А.* Закат политической теории // Политическая теория в XX веке : сб. ст. / под ред. А. Павлова. М., 2008. С. 224.
- 21 *Нижников С. А.* Мораль и политика в контексте духовных и интеллектуальных традиций. М., 2011. С. 315.
- 22 *Сорос Дж.* Открытое общество : реформируя глобальный капитализм, М., 2001. С. 18.
- 23 Там же. С. 24–25.
- 24 *Мальковская И. А.* Указ. соч. С. 55–56.
- 25 Из того, что работа К. Поппера вышла в свет в 1945 г., вовсе не следует, что *интуитивных представлений* об открытом обществе не было ранее; достаточно вспомнить работы Э. Бёрка, А. де Токвиля, М. Вебера, К. Манхейма и др.
- 26 «Коммунизм отменил рыночный механизм и ввел коллективный контроль над всеми видами экономической деятельности. Рыночный фундаментализм стремится отменить механизм коллективного принятия решений и ввести главенство рыночных ценностей над политическими и общественными. Обе эти крайние точки зрения – ошибочны. На самом деле нам нужен правильный баланс между политикой и рынками, между созданием правил и игрой по этим правилам» (*Сорос Дж.* Кризис мирового капитализма... С. XXIV).
- 27 *Мальковская И. А.* Указ. соч. С. 24.

УДК 316.3

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

А. В. Шавров

Саратовский государственный университет
E-mail: softgreen777@mail.ru

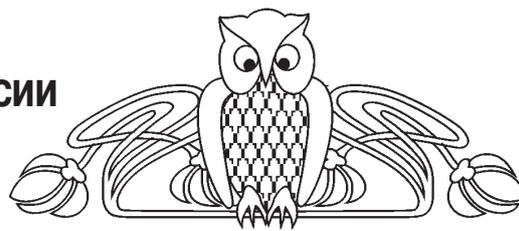
Статья посвящена рассмотрению социокультурных особенностей формирования малого бизнеса в России. В статье отмечается отсутствие предпосылок для становления российского малого предпринимательства в силу разницы менталитетов отечественного и западного малого предпринимателя, а также медленного развития малого бизнеса в российской экономике.

Ключевые слова: экономическая социология, предпринимательство, малый бизнес.

Socio-cultural Characteristics of Small Business in Russia

A. V. Shavrov

Article deals with the socio-cultural features of the formation of small businesses. The article focuses on the practical absence of the



preconditions for the emergence of a domestic small business as one of the main reasons for the difference in mentality and the slow development of small businesses in general.

Key words: economic sociology, enterprise, small business.

Целью данной статьи является рассмотрение социокультурных предпосылок развития предпринимательства в России. В частности, вопрос состоит в том, были ли в российских условиях социокультурные предпосылки к возникновению конкретно малого предпринимательства? Рассматривая историю предпринимательской инициативы, мы не можем игнорировать тот



факт, что на протяжении практически всей истории российской государственности эта выше-названная инициатива направлялась сверху, так называемое предпринимательство развивалось в целях государства. Как замечает В. В. Радаев: «История государства российского – есть и история его вмешательства в дела хозяйственные»¹. Поскольку, малое предпринимательство видится нам актом больше персональной воли, нежели указа свыше, было интересно рассмотреть, каким образом социокультурные условия способствовали или, напротив, мешали развитию малого предпринимательства в России.

Важность изучения малого предпринимательства обусловлена той ролью, которую малый бизнес играет в развитых капиталистических странах сейчас. Вклад малого бизнеса в экономику составляет 60% в Китае, 50% в США и Европе. По данным Минэкономразвития, в Европе малый бизнес обеспечивает 70% рабочих мест, а в России – менее 25%.

Для начала необходимо определиться с самим термином «предпринимательство». Мы не будем останавливаться на происхождении этого термина и оговаривать всевозможные его трактовки – универсальным определением предпринимательства нам видится определение, данное В. В. Радаевым. Он описывает предпринимательство как «деятельность, осуществляющую организационную инновацию в целях извлечения прибыли»². Таким образом, В. В. Радаев выделяет три основных составляющих предпринимательской деятельности: организационный момент, осуществление инновации и получение дохода. Такое определение включает в себя основные подходы к описанию предпринимательской деятельности, разрабатываемые со второй половины XIX в. и до нашего времени – предпринимателя как организатора производства, как осуществляющего инновационную деятельность в шумпетеровском смысле («предпринимательская прибыль – это результат осуществления новых комбинаций»³), собственника капитала.

Малое предпринимательство представляет собой особую категорию. Основным критерием малого предпринимательства в Российской Федерации является количество персонала, как штатного, так и работающего по трудовому договору. В самом малом предпринимательстве также возможно выделение трех слоев в зависимости от капиталобеспеченности: верхний слой малого бизнеса, представляющий собой относительно небольшую прослойку, – малые по количеству персонала предприятия, но хорошо капиталобеспеченные; второй уровень – предприятия средней руки с хорошими перспективами; третий уровень – предприятия, существование которых представляет собой непрерывную борьбу за выживание⁴.

Начало развития малого предпринимательства в нашей стране принято связывать с 80-ми гг. про-

шлого века – с принятием Закона о кооперации в СССР. Закон создал необходимую правовую базу, без которой функционирование предпринимательства было бы невозможным. На этот факт хотелось бы обратить внимание. Так, будет верным утверждение о том, что развитие предпринимательства шло, что называется, «сверху». В этом кроется принципиальное различие развития предпринимательского сектора в целом в России в сравнении с капиталистическими странами.

Исходным мы считаем утверждение об относительной новизне феномена малого предпринимательства для российского менталитета. Мы хотим показать, что одна из главных, если не ключевая причина медленного развития малого (и молодежного в том числе) предпринимательства в России – это несоответствие или даже, правильнее сказать, «задержка в развитии» между отечественным и западным менталитетами. (Говоря «менталитет», мы делаем упор в данном случае на господствующие в определенном обществе социальные нормы, социальные коды, традиции, а также сложившиеся на основе этих традиций и норм психологические установки.)

С этой точки зрения малое предпринимательство в России – относительно молодое. В отличие от современных постиндустриальных государств, в России не было достаточных социально-культурных условий для формирования малого предпринимательства.

Если обратиться к истории предпринимательства, то выяснится, что мы не можем говорить о каких-либо традициях отечественного малого предпринимательства. Принято рассматривать его историю с начала IX – X вв. – в этот период экономические функции (а под экономическими мы понимаем и предпринимательство тоже) осуществляла руководящая элита – киевское правительство, князь и бояре. Позже мы видим, что предпринимательская элита, по сути, срывается с государственными структурами.

Далее Радаев упоминает, что Иван IV – «один из богатейших феодалов Европы» – уже фактически целиком монополизировал вывоз за моря доморощенного товара. В XVII в. в казенной монополии находились соль и поташ, водка и табак, мед и пушнина. Как и во времена Киевской Руси, торговля остается уделом высших слоев общества. Эта тенденция продолжается и в Новое время – когда государство становится главным радетелем за модернизационные реформы, которые, в свою очередь, осуществлялись в военных целях. Как справедливо подмечает автор, резюмируя экономические реформы от Ивана Грозного до Александра II, «импульс к проведению всяких реформ вырабатывается самим государством и обуславливается его нуждами»⁵.

Поскольку подробный экскурс в экономическую историю не является задачей данной статьи, более интересным нам представляется



рассмотрение предпринимателей с точки зрения социального класса. Основываясь на анализе этого социального класса и его взаимосвязях с другими классами, разница между российским предпринимателем и западным становится наиболее очевидной.

Важнейшим моментом нам кажется монополистский характер предпринимательства вплоть до второй половины XVIII в. Сам этот факт не позволяет говорить ни о каком возможном малом предпринимательстве, которое, однако, порой все же выражалось в весьма маргинальных формах – примером тому может послужить развитие кустарного производства в эпоху купечества или появление феномена «крепостного-миллионера, владеющего крупным состоянием, но чуть ли не абсолютно бесправного перед лицом помещичьего произвола». Интересным является тот факт, что само купечество с определенной стороны тоже можно считать маргинальным социальным слоем – купечество сталкивается с рядом как экономических проблем, таких как «постоянная дискриминация в борьбе за доступ к торгово-промышленным ресурсам»⁶, так и социальных – оно не обладает качеством социального престижа. Основной проблемой этого является отсутствие «культы богатства» в российском обществе XVII–XVIII вв.

Неудивительно, что предпринимательства на европейский манер, как появившегося из ремесла и мелкой торговли, в России так и не получилось. Его предтечей можно назвать появившиеся в рамках крепких крестьянских хозяйств к середине XIX в. полупромышленные формы производства, которые, однако, либо выходили на более высокий уровень, превращаясь в мануфактуры, торговые дома, либо погибали.

Американский социолог Макс Вебер в качестве необходимой для создания капиталистического производства основы утверждает наличие свободного труда, появление которого он относит к периоду Нового времени. Появление свободного труда явилось одной из отличительных черт западного пути развития; в не-европейских странах «повсеместное применение труда наемных работников не только не привело к созданию мануфактур, но даже не создало рациональной организации для обучения ремеслу»⁷.

Современная рациональная организация труда, по Веберу, немислима без отделения предприятия от домашнего хозяйства и без тесно связанной с этим рациональной бухгалтерской отчетности.

Учитывая, что свободная организация труда в качестве повсеместного явления стала

возможной только после произошедших в Европе буржуазных революций, можно говорить о том, что этот момент явился ключевым в расхождении экономического развития России и Запада, поскольку необходимые предпосылки для развития предпринимательства и, как следствие, малого предпринимательства не были созданы.

Резюмируя, можно выделить некоторые существенные черты формирования российского предпринимательского слоя: изначальная интеграция с высшими слоями общества, проистекающий отсюда монополистский характер, тормозящий развитие малого предпринимательства; экономическое реформирование, обусловленное по большей части государственными нуждами, а не желанием развития предпринимательства как такового; маргинализация предпринимательства в социальном смысле, его социальная непристижность. Предпринимательская деятельность в России на протяжении всей ее истории играет подчиненную роль по отношению к государственным интересам⁸.

Таким образом, мы видим полное отсутствие социокультурных условий для формирования малого предпринимательства – инициатива «сверху» способствовала монополизации, инициатива «снизу» сталкивалась с социальным неприятием и критическим отношением. В этом и заключается пресловутая новизна именно малого предпринимательства для российского менталитета. Поэтому стоит ли удивляться, что малый бизнес являет собой лишь небольшую часть российской экономики.

Примечания

- 1 Радаев В. В. Экономическая социология. Курс лекций : учеб. пособие. М. : Аспект-Пресс, 1998. С. 99.
- 2 Там же.
- 3 Шумпетер Й. Теория экономического развития. М. : Прогресс, 1982. С. 285.
- 4 См.: Малое предпринимательство в России : прошлое, настоящее и будущее / под ред. Б. Г. Ясина, А. Ю. Чепуренко, В. В. Буева. М. : Фонд «Либеральная миссия», 2003. С. 10.
- 5 Радаев В. Два корня российского предпринимательства : фрагменты истории // Мир России. 1995. № 1. С. 161.
- 6 Там же. С. 164–165.
- 7 Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма // Вебер М. Избранные произведения : пер. с нем. М. : Прогресс, 1990. С. 51.
- 8 См.: Становление нового российского предпринимательства / отв. ред. В. В. Радаев. М. : ИЭ РАН, 1993.