

DOI: 10.22363/2313-2272-2021-21-3-567-579

Малое предпринимательство: роль в социально-экономической системе*

Ж.Г. Голодова, П.А. Смирнов

Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Макляя, 6, Москва, 117198, Россия
(e-mail: golodova-zhg@rudn.ru, smirnov-pa@rudn.ru)

Аннотация. Оптимизация структуры экономики и обеспечение стабильной занятости населения — важнейшие составляющие политики формирования гибкой и конкурентоспособной экономики. Стратегии экономического развития стран ЕАЭС подчеркивают необходимость увеличения доли малого и среднего предпринимательства (МСП) в ВВП и доли занятых в этом секторе. Однако запланированные параметры развития ни разу не были достигнуты, что обусловлено не только длительным периодом экономической нестабильности и недостаточной государственной поддержкой субъектов МСП, но и отношением населения к предпринимательству. В статье рассмотрена роль предпринимательства, прежде всего малого, в социально-экономической системе. На основе обобщения трактовок предпринимательства показано, что наряду с экономической значимой и его социальной составляющей, особенно для стран с развивающимися рынками. Малое предпринимательство, выполняя многочисленные функции и обладая такими чертами, как массовость, инновационность, рисковость и ответственность, является институтом социального развития, фактором экономического роста и политической стабильности. Анализ результатов деятельности субъектов малого предпринимательства в странах ЕАЭС (Белоруссии, Казахстане и России) в 2015–2019 годы показал их существенное отставание от развитых стран. Однако в последние годы возрастает социальная роль МСП, учитывающего потребности местных потребителей и возможности локальных рынков. Это связано как с числом занятых и уровнем их квалификации, так и в внедрении наукоемких технологий. Данные социологических исследований показывают изменение восприятия предпринимательской деятельности в странах ЕАЭС: она признается удачным вариантом карьеры и социального статуса, но осознаются и проблемы, сдерживающие развитие малого предпринимательства. В статье использованы данные органов статистики стран ЕАЭС и Евразийской экономической комиссии, аналитические материалы рейтинговых агентств и исследовательских центров.

Ключевые слова: малое и среднее предпринимательство (МСП); социальная ответственность; мотивация предпринимательства; восприятие малого предпринимательства

В течение длительного процесса становления предпринимательство рассматривалось как деятельность, основная цель которой — производство товаров, а также получение и максимизация прибыли как плата за риск (по сути, предпринимательство стало восприниматься как дополнительный фактор производства). Такой точки зрения придерживались представители классической

* © Голодова Ж.Г., Смирнов П.А., 2021

Статья поступила 15.03.2021 г. Статья принята к публикации 04.06.2021 г.

и неоклассической теории [15; 23; 31] и марксизма [14], и предприниматель изначально отождествлялся с собственником капитала [3; 21; 23; 38]. В рамках неоклассической теории предпринимательство было обозначено как совокупность четырех основных факторов производства — земли, труда, капитала и организации, причем в «организацию», помимо способностей предпринимателя, состояния и величины капитала компании, были включены репутация компании и ее контрагенты [15]. Согласно теории предпринимательства и неопределенности, среди функций предпринимательства особенно выделялись управление (деятельностью других) и контроль, но предприниматель должен быть собственником компании [16].

Противоположная точка зрения характерна для представителей теории экономического развития: предприниматель был отделен от собственности, а предпринимательство стало считаться главным фактором экономического развития. Фактор «организация» было предложено заменить фактором «предприниматель» (предпринимательские способности) [26. С. 170]. Подчеркивалась роль предпринимательства в создании новых продуктов и разработке новых способов их производства, выявлении новых источников сырья, использовании новых комбинаций факторов производства, т.е. предпринимательство рассматривалось как двигатель инноваций и структурных изменений.

Основатели теории фирмы были солидарны с представителями институционализма, подчеркивая, что «рынкам присуща организация и координация производства», а «предприниматели играют основную роль в создании самих рынков» [9. С. 13]. Сочетание получения прибыли с удовлетворением достигнутыми результатами отражено в теории предпринимательства, сторонники которой отмечали, что предпринимательская деятельность определяет локальную местную экономическую ситуацию [25. С. 9]. В то же время важным стимулом предпринимательства было признано нежелание подчиняться, обретение самостоятельности при принятии решений.

Впоследствии периодически предпринимались попытки «раздвинуть» восприятие предпринимательства: любую целенаправленную деятельность в силу неопределенности будущих обстоятельств можно считать предпринимательской. Предприниматель участвует в формировании рыночных цен, «производя» новые знания, и спонтанное обучение превращается в сознательное знание [8. С. 9–10]. Особая бдительность «активного предпринимателя», достигаемая, в том числе, с помощью деловой информации, и понимание ситуации на местах позволяют ему создавать виды деятельности и обмена, невозможные без его посредничества.

Обобщая трактовки предпринимательства, следует признать наличие в них в течение длительного времени акцента на экономической роли предпринимателя. Однако еще представители классической политической экономии справедливо полагали, что капитал и предприимчивость обращаются к тем отраслям промышленности, в которых «естественные условия и другие факторы обеспечивают особые преимущества» [21. С. 180–183], но

подчеркивали, что цель предпринимательской деятельности — не только получение прибыли, поскольку наряду с личной выгодой должна быть ощутимая польза для общества, т.е. впервые была обозначена проблема социальной ответственности предпринимательства. Только в последние десятилетия произошло переосмысление роли и функций предпринимательства, в результате чего его социальная составляющая стала восприниматься как не менее значимая, чем экономическая роль.

В социологии предпринимательство выступает субъективным элементом развития рыночного хозяйства, хотя отдельные авторы пессимистично оценивали перспективы капитализма: «в природе самого капиталистического духа заложена тенденция, стремящаяся разлагать и убивать его изнутри» [4. С. 354–355]. Основным источником становления капитализма считался «дух буржуа», который имел двойственную природу: предпринимательский дух, определяемый личностными характеристиками предпринимателя и факторами социальной среды, и мещанский дух, формируемый под воздействием внешних факторов (национальной принадлежности) [4. С. 118–121]. При раскрытии моральных норм в области хозяйствования (часть «духа») делался акцент на таких чертах предпринимателя, как благоразумие, энергичность, правдивость и др. [5. С. 28]. Предприниматель, нацеленный на успех, должен быть одновременно завоевателем, организатором и торговцем [5. С. 86].

Согласно М. Веберу, предпринимательство — рациональный вид деятельности, и в рыночной экономике «предприятие, не ориентированное на рентабельность, неминуемо осуждено на гибель». Сам предприниматель — трудолюбивый, сдержанный и скромный человек, мотивацией которого является также «исполнение профессионального долга в рамках своего призвания» [3. С. 38, 336; 38. С. 5, 27], т.е. получение прибыли перестало быть частным стимулом индивида и превратилось в признак системы хозяйствования. Предпринимательская «деятельность, направленная внешне только на получение прибыли, стала подводиться под категорию “призвания”, по отношению к которому индивид ощущает известное обязательство, а предприниматель испытывает радость и гордость от осознания предоставления работы многим людям, содействия процветанию родного города» [3. С. 40–41]. Кроме того, капиталистический предприниматель считался единственным социальным типом, который смог сохранить «относительный иммунитет» от подчинения рациональному бюрократическому знанию, — остальное население, как правило, организовано в крупные корпоративные группы, которые неизбежно подвержены бюрократическому контролю [38. С. 339].

Социальный аспект предпринимательства усилился в процессе развития малого предпринимательства, которое доминирует по числу субъектов. Малое предпринимательство играет важную роль в социальной, экономической, политической и инновационной деятельности, и его роль во многом определяется функциями, среди которых преобладают социально-экономические. Неслучайно в качестве основных параметров, раскрывающих роль субъектов

малого предпринимательства в социально-экономической системе, используют два показателя — его долю в ВВП и количество новых рабочих мест.

Значимость социальной составляющей малого предпринимательства обусловлена его особенностями: массовость — создание рабочих мест, повышение уровня занятости в регионе; сокращение дифференциации населения по уровню доходов, снижение социальной напряженности; формирование конкурентной среды; становление среднего класса, обеспечивающего стабильность общества; формирование условий для развития творчества и предпринимательской инициативы; инновационность (новаторство) — разработка и внедрение новых технологий, стимулирующих научно-техническую деятельность; повышение качества жизни посредством создания новых видов деятельности, товаров и услуг; совершенствование культуры управления; рисковость — реализация новых проектов; организация новых производств; ответственность — выполнение обязательств перед субъектами экономической системы.

В психологической теории предпринимательства (теории потребностей) подчеркивается готовность предпринимателя к разным видам рисков — производственным, финансовым, психологическим и др. [28; 29; 37 и др.]. Как следствие, делается вывод о наличии у предпринимателей, помимо способностей объединять рынки и сглаживать рыночные сбои, таких свойств, как амбициозность и самоуверенность, позволяющих им удовлетворить потребность в достижении успеха (удовлетворение от успешности) и решении проблем [10. С. 176, 224, 257–258]. Соответственно, получение прибыли не является мотивацией деятельности, а служит подтверждением ее успешности. Предприниматель стимулирует рост производительности работников посредством учета таких потребностей людей, как потребность в причастности, достижениях (успехе) и власти, — устанавливая соответствующие цели и вознаграждения за их достижение.

Социальная ответственность субъектов предпринимательства, прежде всего малого, проявляется в разных аспектах: ответственность перед государством — соблюдение законодательства, осуществление налоговых платежей, соблюдение норм хозяйственной деятельности и деловой этики, предоставление необходимой информации; ответственность перед контрагентами — соблюдение договорных отношений и правил расчетов, обеспечение своевременности поставок, поддержание стабильных партнерских отношений, производство качественной продукции, учет интересов потребителей; ответственность перед персоналом — соблюдение трудового законодательства, порядка и сроков выплаты вознаграждения, обеспечение охраны и безопасности труда, использование легальных схем выплат заработной платы; ответственность перед обществом — содействие экономическому росту, решение социальных проблем территории, повышение качества жизни.

В конце XX — начале XXI века в развитых странах были проведены новые исследования роли предпринимательства и особенностей малого

предпринимательства [27; 34; 36], позволившие выявить новые тенденции. Во-первых, на фоне развития стартапов возросла роль предпринимательства в развитии бизнес-образования [34. С. 7]. С одной стороны, в процессе обучения развиваются черты предпринимателя, а, с другой стороны, обучение (дополнительное образование) мотивирует предпринимателя на достижения более высокого уровня [31]. Во-вторых, был сделан вывод, что предприниматели менее экстравертны по сравнению с менеджерами и им не требуется постоянно общаться с бюрократическими структурами, что трансформирует формат управления — удобным становится управление малым бизнесом «из дома» [36]. В-третьих, был отмечен рост неоднородности субъектов предпринимательства с точки зрения мотивации и типичных свойств: форма деятельности (малые предприятия, микропредприятия, индивидуальные предприниматели) обуславливает различия личностных черт [33]. В-четвертых, было показано, что потребности в принадлежности (аффилиации), избегании, власти и достижении успеха не зависят от пола или возраста, а пропорциональны жизненному опыту и культуре [35]. В-пятых, была расширена мотивация субъектов малого бизнеса (финансовые и моральные мотивы) — увеличение прибыли или желание получать дополнительный доход, владение собственным бизнесом и нежелание подчиняться (быть себе начальником, иметь гибкий график), реализация бизнес-идеи или создание нового продукта, получение удовольствия от работы (хобби), отсутствие иной возможности трудоустройства, продолжение семейной традиции, получение государственной поддержки [33. С. 26, 27–28, 36]. Причем «моральные мотивы создания малого бизнеса становятся преобладающими» [28. С. 16–17]. В-шестых, оказалось, что мужчины-предприниматели чаще сталкиваются с неудачами по сравнению с женщинами, поскольку «чаще рискуют даже в ситуациях, когда изначально была очень велика вероятность негативных последствий» [30. С. 378].

Социально-экономические реформы 2015–2020 годов позволили некоторым странам ЕАЭС улучшить свои позиции в мировом рейтинге «Doing business»: Армения переместилась с 35 на 47 позицию, Белоруссия — с 44 на 49, Казахстан — с 41 на 25, Кыргызстан — с 102 на 80, Россия — с 62 на 28. Если в странах ОЭСР, Индии и Китае на долю МСП приходится около 50–60% ВВП, 90% предпринимательских структур и 70% экономически активного населения, то в большинстве развивающихся стран доля МСП в ВВП — около 33%. Несмотря на тенденции роста, параметры развития МСП в странах ЕАЭС существенно ниже по сравнению с показателями развитых и многих развивающихся стран, хотя доля предприятий МСП довольно велика в таких отраслях, как строительство и торговля [11; 12; 13; 22] (Табл. 1). В качестве негативной тенденции развития МСП следует отметить периодическое сокращение численности работников.

Развитие малого предпринимательства способствует оптимизации структуры экономики, расширению объема и перечня услуг и, как следствие, росту

численности занятого в этой сфере населения: его доля возросла в Белоруссии с 58,9% в 2015 году до 61,2% в 2019, в Казахстане — с 62,8% до 66,8%, в России — с 66,1% до 66,5% [24. С. 49]. Увеличение числа субъектов МСП сопровождалось снижением уровня безработицы в Белоруссии с 5,2% до 4,2%, Казахстане — с 5% до 4,8%, России — с 5,6% до 4,6%. Уровень занятости вырос за аналогичный период в Белоруссии с 68,2% до 75,4%, Казахстане — с 72,2% до 74%, России — с 70,3% до 71,6%. Следует отметить, что увеличение численности работников МСП во многом обусловлено отсутствием других возможностей получения дохода, что косвенно подтверждается динамикой коэффициента Джини, который незначительно снизился в Белоруссии и России (на 0,004 и 0,001 соответственно), но увеличился на 0,012 в Казахстане [24. С. 72]. Однако малое предпринимательство характеризуется меньшей имущественной дифференциацией.

Таблица 1

Параметры развития МСП в 2015–2019 годы в Белоруссии, Казахстане и России

Факторы	РБ		РК		РФ*	
	2015	2019	2015	2019	2015	2019
Доля в ВВП (включая ИП), %	23,4	26,1	24,9	30,8	19,9	22,9
Доля МСП в численности работающих, %	31,9	35	37,8	38,9	27	15,8
Доля МСП в промышленности, %	15,7	18,4	21	22	10,7	8,6
Прирост рабочих мест за год, тыс.	-60	34	377	131	-412	-574
Число субъектов МСП, тыс.	107	111	1243	1330	2242	2529
Доля субъектов МСП в общем количестве предприятий, %						
– промышленность	90,4	89,5	8,6	4,9	51,3	71,4
– сельское хозяйство	85,8	89,6	3,6	8	40,3	47,6
– строительство	91,9	83,4	17,7	14,6	51,7	71,6
– оптовая и розничная торговля	91,3	95,9	30,9	31,8	46	72,6
– финансовая деятельность	81	89	–	2,3	0	0
– операции с недвижимым имуществом	68,7	48,7	4,1	3,7	51,3	58,3
– транспорт и складирование	95,3	96,9	4,7	4,3	46,6	71,1
Численность занятых в ИП, тыс. чел.	240,8	257	1408	1379	2524	2451

* Данные за 2018 год

В то же время имеет место негативная тенденция: на фоне роста занятых в ИП доля государственных расходов на социальную защиту в совокупных расходах консолидированного бюджета Белоруссии сократилась с 8,8% до 7,9%, России — с 35,2% до 34,8%, а в Казахстане наблюдалась обратная ситуация — при сокращении численности ИП показатель увеличился с 21,6% до 25,6% [24. С. 390–392].

Социальная составляющая малого предпринимательства, помимо обеспечения занятости и самозанятости, важна для повышения профессиональной грамотности и квалификации работников, поскольку малым предпринимательством занимаются, как правило, люди с высшим образованием (доля «устоявшихся» предпринимателей с высшим образованием возросла в России с 44,3% до 51,1%), владеющие современными методами управления и

способные оперативно адаптироваться на рынке. Кроме того, развитие малого предпринимательства способствует возрождению национальных традиций, народных промыслов и ремесленничества, стимулируя творческие возможности и создавая условия для обеспечения занятости, в том числе неполной, наименее защищенных слоев — пенсионеров, инвалидов, несовершеннолетних, учащихся. А все большее распространение информационных технологий позволяет организовать надомную работу независимо от места жительства и графика работы.

Повышается, хотя и медленными темпами, инновационная активность малых предприятий. Так, количество малых предприятий, осуществляющих технологические инновации, увеличилось в Белоруссии с 45 до 48 (обрабатывающие производства), Казахстане — с 1485 до 1779, России — с 10104 до 13227 (обрабатывающие производства).

Активно развивается женское предпринимательство — в условиях отсутствия иных возможностей трудоустройства или недостаточного дохода по основному месту работы. Ключевые сферы бизнеса в Белоруссии, где женщины выступают одновременно собственниками, руководителями и лицами, принимающими решения, стали образование, здоровье и личные услуги (доля женщин-предпринимателей 37%); бизнес-услуги, недвижимость, туризм, информация (32%); промышленность (26%) [6; 19]. По мере стабилизации бизнеса женщина-предприниматель в меньшей степени заинтересована в его росте или наращивании экспортной составляющей. Доля субъектов МСП, возглавляемых женщинами, составила в Казахстане в 2019 году 41,3% (в 2015 — 42%), и в основном женское предпринимательство представлено в торговле (42,5%), сельском и рыбном хозяйстве (10,5%), операциях с недвижимостью (8,5%) [1; 17]. Доля женского предпринимательства растет и в России: к концу 2019 года доля женщин-предпринимателей увеличилась до 54,4% [2; 7; 18; 20].

Опрос 400 субъектов МСП (собственники и менеджеры; 24,9% — микро-предприятия, 11,3% — малые, 13,8% — средние), проведенный Исследовательским центром Института приватизации и менеджмента (ИПИМ) Белоруссии в 2019 году, показал, что 2,5% готовы прекратить или сократить свою деятельность (в 2015 — 8,4%), 57,4% решили сохранить достигнутые параметры (63,9%), а 40,1% планировали развивать бизнес (27,6%) [6; 19]. В 2020 году под влиянием пандемии ухудшилась экономическая ситуация, что наиболее серьезно отразилось на МСП: к концу 2020 года у более 50% субъектов МСП (опрошено 700 человек) произошло сокращение производства, а 46,7% ожидали сокращения в 2021 году. Среди основных проблем МСП в 2019 году были названы высокие налоги (50%), сложные административные процедуры (50,9%), неравные условия по сравнению с государственными предприятиями (44,3%), изменчивость законодательства (43,5%), высокие процентные ставки по кредитам (40,6%), а в 2020 году к ним добавились неопределенность экономической ситуации (62,9%), низкий спрос (53,8%), макроэкономическая нестабильность, включая колебания валютного курса (52,6%), финансовые

проблемы, в том числе ограниченность финансов, высокая кредиторская задолженность (31,3%) и недоверие к правовой системе (19,5%).

Высокий статус предпринимателя в Казахстане отметили в 2018 году более 80% из 2100 респондентов (в 2014 — 74%), доля считающих предпринимательство успешной карьерой сократилась с 78,6% до 59,7% [1; 17]. Почти в два раза возросла доля лиц, имевших возможность осуществлять предпринимательскую деятельность, более чем в три раза возросла доля лиц, выразивших желание стать предпринимателями. По данным Национальной палаты предпринимателей «Атамекен», в 2020 году все респонденты (представители 37 тысяч предприятий сферы услуг и торговли, из которых 99% — малые) признали сокращение рабочих мест более чем на треть [1]. «Оптимизация» рабочих мест коснулась, прежде всего, сфер общественного питания, туризма, отдыха и развлечений. 86% (из 3 тысяч представителей малого и микробизнеса) отметили сокращение выручки в связи со снижением спроса на товары и услуги и ростом валютного курса. В результате у 52% предпринимателей были нарушены договоренности, 36% не смогли оплатить аренду помещений, 30% — выплатить вознаграждение работникам. В качестве необходимых мер 30% назвали налоговые послабления, 27% — отсрочки по кредитам, 23% — признания ситуации форс-мажорной, 20% — поддержку персонала.

В России опросы субъектов МСП проводят разные организации. Согласно данным университета «Синергия» (2019 год), у 41,6% бизнес рос, а 12% были вынуждены его сократить [20]. 80% позитивно оценивают деятельность МСП как создающего рабочие места. В качестве мотивации деятельности были названы стремление работать на себя (64,7%), увеличение доходов (53,7%), желание заниматься делом своей мечты (39%), единоличное принятие решений (34,9%), управление рабочим временем (30,4%). Для мужчин-предпринимателей важны независимость в решении задач и проблем (59,4%) и получение более высокого дохода (57,5%), для женщин — самостоятельность (56%) и реализация творческих планов (52,7%). В то же время мужчины более склонны к риску, поэтому доля мужчин-собственников бизнеса, доходы которого превышают 500 тысяч рублей, составляет 64%, а у женщин — 36%. Высшее образование имели 76% собственников бизнеса, и была обнаружена связь уровня образования и величины дохода: каждый десятый собственник с ежемесячным доходом более 100 млн рублей окончил аспирантуру (каждый шестой из десяти имел ученую степень), а доход лиц, окончивших только среднюю школу, не превышал 100 тысяч [20. С. 12]. В качестве своих проблем предприниматели назвали недостаток финансовых ресурсов и капитала (42,6%), отсутствие необходимых знаний и стратегии (40,5%), низкий спрос (35%), высокую конкуренцию (26,9%). Опрос Левада-центра выявил следующие самые важные проблемы МСП: высокие налоги (42%), коррупция (29%), отсутствие стартового капитала и дорогие кредиты (26%), а также низкий потребительский спрос.

По данным опроса предпринимателей Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ), основная роль МСП — создание рабочих мест (68%), уплата налогов (42%) и удовлетворение спроса на товары и услуги (15%) [2]. 71% оценивает условия ведения бизнеса в стране как

неблагоприятные, но 76% не готовы отказаться от собственного бизнеса. 18% готовы прекратить или сократить свою деятельность, 33,1% решили сохранить достигнутые параметры, 49,1% планировали развивать бизнес. Общественное признание статуса предпринимателя с 2009 по 2019 годы возросло с 63,1% до 73,7%, позитивная оценка карьерных перспектив предпринимателей — с 60,1% до 70,8% [18. С. 26], причем особенно сильно в «столичных» регионах: так, в Москве в конце 2019 года 93% респондентов отметили положительное отношение к предпринимателям (в 2009 — 79%). В качестве угроз развитию малого предпринимательства были названы снижение спроса на товары и услуги (72%), повышение цен на энергоресурсы (71%), незащищенность бизнеса (62%), нормативно-правовое регулирование деятельности субъектов предпринимательства (62%).

Таким образом, предпринимательство — фактор экономического и инновационного развития, а также институт социального развития. Некоторые современные тенденции развития МСП, характерные для развитых стран, проявляются и в странах с формирующейся рыночной экономикой, в том числе в странах ЕАЭС: это влияние уровня образования на успехи бизнеса, трансформация мотивации предпринимательства, активизация женского предпринимательства и рисковость предпринимателей-мужчин. Результаты социологических опросов субъектов МСП в странах ЕАЭС подтверждают как возросшее позитивное восприятие предпринимательской деятельности, так и схожие существенные проблемы предпринимателей.

Библиографический список

- [1] Без работы осталась треть работников предприятий — участников опроса НПП «Атамекен» // URL: <https://kursiv.kz/news/biznes/2020-08/bez-raboty-ostal-as-tret-rabotnikov-predpriyatij-uchastnikov-oprosa-npp-atameken>.
- [2] Бизнес в России: взгляд изнутри // URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/biznes-v-rossii-vzglyad-iznutri>.
- [3] Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма. Экономическая социология // URL: http://tower-libertas.ru/wp-content/uploads/2013/10/Max_Veber_-_Protestantskaya_etika_i_dukh_kapital.pdf.
- [4] Зомбарт В. Буржуа. Евреи и хозяйственная жизнь. М., 2004.
- [5] Зомбарт В. Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека. СПб., 2005.
- [6] Исследование IFC «Деловая среда в Белоруссии, 2019» // URL: <https://ru.scribd.com/presentation/441683682/IFC-SME-Survey-2019>.
- [7] Как заниматься бизнесом в России // URL: <https://www.levada.ru/wp-content/uploads/2020/03/Otchet-Kak-Delat-Biznes-2020-1.pdf>.
- [8] Кирицнер И. Конкуренция и предпринимательство. Челябинск, 2010.
- [9] Коуз Р. Фирма, рынок и право. М., 2007.
- [10] Макклеланд Д. Мотивация человека. СПб., 2007.
- [11] Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь в 2020 году // URL: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_17467.
- [12] Малое и среднее предпринимательство в России // URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13223>.

- [13] Малый бизнес в Казахстане // URL: <https://stat.gov.kz/edition/publication/collection>.
- [14] Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. Т. 6.; Т. 23. М., 1955–1974.
- [15] Маршалл А. Принципы политической науки. М., 1993.
- [16] Найт Ф. Риск, неопределенность и прибыль. М., 2003.
- [17] Национальный доклад: Казахстан 2018/2019 // URL: <https://gsb.nu.edu.kz/storage/files/shares/GEM%20project/ru-2018.pdf>.
- [18] Национальный отчет «Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2019/2020» // URL: https://gsom.spbu.ru/images/cms/menu/otchet_2020-red-2n-04-06.pdf.
- [19] Опрос: Развитие малых и средних предприятий Беларуси, январь-февраль 2020 г. // URL: <http://www.research.by/publications/surveys-of-business/2001>.
- [20] Результаты социологического исследования, проведенного на портале «Мой бизнес» (сентябрь-декабрь 2019 г.) // URL: <https://mbnso.ru/upload/iblock/fa7/fa7d68f922f8875d63c2086ec0561838.pdf>.
- [21] Рикардо Д. Начала политической экономии и податного обложения М., 2020.
- [22] Российский статистический ежегодник // URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/12994>.
- [23] Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М., 1997.
- [24] Статистический ежегодник Евразийского экономического союза // URL: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/econstat/Documents/Stat_Yearbook_2020.pdf.
- [25] Хизрич Р., Пумперс М. Предпринимательство, или как завести собственное дело и добиться успеха. М., 1993.
- [26] Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. М., 2007.
- [27] Baron R.A. The cognitive perspective: A valuable tool for answering entrepreneurship's basic "why" questions // *Journal of Business Venturing*. 2004. Vol. 19. No. 2.
- [28] Baum J., Frese M., Baron R. *The Psychology of Entrepreneurship*. N.Y., 2014.
- [29] Bodill K., Roberts L. Implicit theories of intelligence and academic locus of control as predictors of studying behavior // *Learning and Individual Differences*. 2013. Vol. 27. No. 1.
- [30] Byrnes J.P., Miller D.C., Schafer W.D. Gender differences in risk taking: A metaanalysis // *Psychological Bulletin*. 1999. No. 3.
- [31] Clark J.B. Essentials of economic theory // URL: https://cdn.mises.org/Essentials%20of%20Economic%20Theory_2.pdf.
- [32] Hisrich R. Entrepreneurship and intrapreneurship: Methods for creating new companies that have an impact on the economic renaissance of an area // *Entrepreneurship, Intrapreneurship and Venture Capital*. R.D. Hisrich (Ed.). Lexington, 1986.
- [33] Hurst E., Pugsley B.W. What Do Small Businesses Do? Working Paper 17041. Cambridge, 2011.
- [34] Kerr S.P., Kerr W.R., Xu T. Personality Traits of Entrepreneurs: A Review of Recent Literature. Working Paper 18-047. Harvard, 2017.
- [35] Khurana H., Joshi V. Motivation and its impact on individual performance: A comparative study based on McClelland's three need model // *International Journal of Research in Commerce & Management*. 2017. Vol. 8. No. 7.
- [36] Lofstrom M., Bates T., Parker S.C. Why are some people more likely to become small-businesses owners than others? Entrepreneurship entry and industry-specific barriers // *Journal of Business Venturing*. 2014. Vol. 29. No. 2.
- [37] Longenecker J. *Small Business Management: An Entrepreneurial Emphasis*. Cincinnati, 1934.
- [38] Weber M. *Theory of Social and Economic Organization*. N.Y., 1947.

DOI: 10.22363/2313-2272-2021-21-3-567-579

Small entrepreneurship: The role in the social-economic system*

Zh.G. Golodova, P.A. Smirnov

RUDN University
Miklukho-Maklaya St., 6, Moscow, 117198, Russia
(e-mail: golodova-zhg@rudn.ru, smirnov-pa@rudn.ru)

Abstract. Optimizing the structure of the economy and ensuring the stable employment are the most important components in the policy of developing a flexible and competitive economy. The economic development strategies of the EAEU countries emphasize the need to increase the share of small and medium-sized enterprises (SMEs) in GDP and the share of the employed in this sector. However, the planned development parameters have never been achieved, which is determined not only by a long period of economic instability and insufficient government support for SMEs, but also by the social perception of entrepreneurship. The article considers the role of entrepreneurship, primarily small business, in the social-economic system. Based on the generalization of the entrepreneurship interpretations, the authors show that it has both economic and social significance, especially in the countries with developing markets. Small business performs numerous functions and has such features as mass character, innovations, riskiness and responsibility; it is an institution of social development, and a factor of economic growth and political stability. The analysis of the activities of small business in the EAEU countries (Belarus, Kazakhstan and Russia) in 2015-2019 shows their significant lag behind the developed countries. However, in recent years, the social role of SMEs has increased for they take into account the needs of local consumers and the possibilities of local markets, which is due both to the number of employees and their qualifications, and to the introduction of science-intensive technologies. The sociological data prove a change in the social perception of entrepreneurship: it is recognized as a successful career option and social status, but also as facing challenges that hinder its development. The article is based on the statistical data of the EAEU countries and the Eurasian Economic Commission, analytical materials of rating agencies and research centers.

Key words: small and medium-sized entrepreneurship (SMEs); social responsibility; motivation for entrepreneurship; perception of small entrepreneurship; social-economic system

References

- [1] Bez raboty ostalas tret rabotnikov predpriyatiy — uchastnikov oprosa NPP “Atameken” [A third of employees of enterprises-participants of the survey by NPP “Atameken” lost jobs]. URL: <https://kursiv.kz/news/biznes/2020-08/bez-raboty-ostalas-tret-rabotnikov-predpriyatiy-uchastnikov-oprosa-npp-atameken>. (In Russ.).
- [2] Biznes v Rossii: vzglyad iznutri [Business in Russia: An insider view]. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/biznes-v-rossii-vzglyad-iznutri>. (In Russ.).
- [3] Weber M. Protestantskaya etika i dukh kapitalizma. Ekonomicheskaya sotsiologiya. [Protestant ethics and the spirit of capitalism. Economic sociology]. URL: http://tower-libertas.ru/wp-content/uploads/2013/10/Max_Veber_-_Protestantskaya_etika_i_dukh_kapital.pdf. (In Russ.).

* © Zh.G. Golodova, P.A. Smirnov, 2021

The article was submitted on 15.03.2021. The article was accepted on 04.06.2021.

- [4] Sombart W. *Burzhua. Evrei i khozyaystvennaya zhizn* [Bourgeois. Jews and Economic Life]. Moscow; 2004. (In Russ.).
- [5] Sombart W. *Burzhua: Etyudy po istorii dukhovnogo razvitiya sovremennogo ekonomicheskogo cheloveka* [Bourgeois: Studies on History of Spiritual Development of Modern Economic Man]. Saint Petersburg; 2005. (In Russ.).
- [6] Issledovanie IFC “Delovaya sreda v Belorussii, 2019” [IFC research “Business Environment in Belarus, 2019”]. URL: <https://ru.scribd.com/presentation/441683682/IFC-SME-Survey-2019>. (In Russ.).
- [7] Kak zanimatsya biznesom v Rossii [How to do business in Russia]. URL: <https://www.levada.ru/cp/wp-content/uploads/2020/03/Otchet-Kak-Delat-Biznes-2020-1.pdf>. (In Russ.).
- [8] Kirzner I. *Konkurentsia i predprinimatelstvo* [Competition and Entrepreneurship]. Chelyabinsk; 2010. (In Russ.).
- [9] Coase R. *Firma, rynek i parvo* [The Firm, the Market and the Law]. Moscow; 2007. (In Russ.).
- [10] McClelland D. *Motivatsiya cheloveka* [Human Motivation]. Saint Petersburg; 2007. (In Russ.).
- [11] Maloe i srednee predprinimatelstvo v Respublike Belarus v 2020 godu [Small and medium-sized business in the Republic of Belarus in 2020]. URL: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_17467. (In Russ.).
- [12] Maloe i srednee predprinimatelstvo v Rossii [Small and medium-sized business in Russia]. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13223>. (In Russ.).
- [13] Maly biznes v Kazakhstane [Small business in Kazakhstan]. URL: <https://stat.gov.kz/edition/publication/collection>. (In Russ.).
- [14] Marx K., Engels F. *Sochineniya* [Works]. Vol. 6.; Vol. 23. Moscow; 1955–1974. (In Russ.).
- [15] Marshall A. *Printsipy politicheskoy nauki* [Principles of Political Science]. Moscow; 1993. (In Russ.).
- [16] Knight F. *Risk, neopredelennost i pribyl* [Risk, Uncertainty and Profit]. Moscow; 2003. (In Russ.).
- [17] Natsionalny doklad: Kazakhstan 2018/2019 [National report: Kazakhstan 2018/2019]. URL: <https://gsb.nu.edu.kz/storage/files/shares/GEM%20project/ru-2018.pdf>; <https://msb.atameken.kz/images/pdf/GEM.pdf>. (In Russ.).
- [18] Natsionalny otchet “Globalny monitoring predprinimatelstva. Rossiya 2019/2020” [National report “Global Entrepreneurship Monitoring. Russia 2019/2020”]. URL: https://gsom.spbu.ru/images/cms/menu/otchet_2020-red-2n-04-06.pdf. (In Russ.).
- [19] Opros: Razvitie malyykh i srednykh predpriyatiy Belarusi, yanvar-fevral 2020 g. [Survey: Development of small and medium-sized enterprises in Belarus, January-February 2020]. URL: <http://www.research.by/publications/surveys-of-business/2001>. (In Russ.).
- [20] Rezultaty sotsiologicheskogo issledovaniya, provedennogo na portale “Moy biznes” (sentyabr-dekabr 2019 g.). [Results of the sociological survey conducted on the “My Business” portal (September-December 2019)]. URL: <https://mbnso.ru/upload/iblock/fa7/fa7d68f922f8875d63c2086ec0561838.pdf>. (In Russ.).
- [21] Ricardo D. *Nachala politicheskoy ekonomii i podatnogo oblozheniya* [On the Principles of Political Economy and Taxation]. Moscow; 2020. (In Russ.).
- [22] Rossiyskiy statisticheskiy ezhegodnik [Russian Statistical Yearbook]. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/12994>. (In Russ.).
- [23] Smith A. Issledovanie o prirode i prichinakh bogatstva narodov [An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations]. Moscow; 1997. (In Russ.).
- [24] Statisticheskiy ezhegodnik Evraziyskogo ekonomicheskogo soyuza [Statistical Yearbook of the Eurasian Economic Union]. URL: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/econstat/Documents/Stat_Yearbook_2020.pdf. (In Russ.).
- [25] Khizrich R., Peters M. *Predprinimatelstvo, ili rak zavesti sobstvennoe delo i dobitsya uspekha* [Entrepreneurship, or How to Start Your Own Business and Succeed]. Moscow; 1993. (In Russ.).

- [26] Schumpeter J.A. *Teoriya ekonomicheskogo razvitiya. Kapitalizm, sotsializm i demo-kratiya* [The Theory of Economic Development. Capitalism, Socialism and Democracy]. Moscow; 2007. (In Russ.).
- [27] Baron R.A. The cognitive perspective: A valuable tool for answering entrepreneurship's basic "why" questions. *Journal of Business Venturing*. 2004; 19 (2).
- [28] Baum J., Frese M., Baron R. *The Psychology of Entrepreneurship*. New York; 2014.
- [29] Bodill K., Roberts L. Implicit theories of intelligence and academic locus of control as predictors of studying behavior. *Learning and Individual Differences*. 2013; 27 (1).
- [30] Byrnes J.P., Miller D.C., Schafer W.D. Gender differences in risk taking: A metaanalysis. *Psychological Bulletin*. 1999; 3.
- [31] Clark J.B. Essentials of economic theory. URL: [https://cdn.mises.org/Essentials%20of%20Economic%20Theory 2.pdf](https://cdn.mises.org/Essentials%20of%20Economic%20Theory%202.pdf).
- [32] Hisrich R. Entrepreneurship and intrapreneurship: Methods for creating new companies that have an impact on the economic renaissance of an area. *Entrepreneurship, Intrapreneurship and Venture Capital*. R.D. Hisrich (Ed.). Lexington; 1986.
- [33] Hurst E., Pugsley B.W. What Do Small Businesses Do? Working Paper 17041. Cambridge; 2011.
- [34] Kerr S.P., Kerr W.R., Xu T. Personality Traits of Entrepreneurs: A Review of Recent Literature. Working Paper 18-047. Harvard; 2017.
- [35] Khurana H., Joshi V. Motivation and its impact on individual performance: A comparative study based on McClelland's three need model. *International Journal of Research in Commerce & Management*. 2017; 8 (7).
- [36] Lofstrom M., Bates T., Parker S.C. Why are some people more likely to become small-businesses owners than others? Entrepreneurship entry and industry-specific barriers. *Journal of Business Venturing*. 2014; 29 (2).
- [37] Longenecker J. *Small Business Management: An Entrepreneurial Emphasis*. Cincinnati; 1934.
- [38] Weber M. *Theory of Social and Economic Organization*. New York; 1947.