
С РАБОЧЕГО СТОЛА СОЦИОЛОГА

FROM THE WORKING TABLE OF A SOCIOLOGIST

УДК 316.334.23(476)

ВЫНУЖДЕННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ

Т. В. КУЗЬМЕНКО¹⁾

¹⁾Институт экономики Национальной академии наук Беларуси,
ул. Сурганова, 1, корп. 2, 220072, г. Минск, Беларусь

Проанализированы факторы, оказывающие влияние на мотивацию предпринимательской деятельности. На материалах эмпирических исследований рассмотрены особенности вынужденного предпринимательства и связанные с ним социальные риски и пути их преодоления, выявлены противоречия между относительной легкостью открытия и регистрации бизнеса и отсутствием инструментария и навыков осуществления дальнейшей хозяйственной деятельности у вынужденных предпринимателей. Обоснована идея о том, что вынужденный характер предпринимательской деятельности не может выступать стимулом инновационных преобразований, а для превращения предпринимательства в фактор экономического роста необходимы условия, способствующие не только увеличению количества малых предприятий, но и их эффективному развитию. В качестве важнейших направлений развития предпринимательства предлагается рассматривать стимулирование добровольного предпринимательства, переориентацию инструментов поддержки с финансовых на обучающие, создание эффективной системы делового образования.

Ключевые слова: предпринимательство; малый бизнес; вынужденное предпринимательство; добровольное предпринимательство; предпринимательская активность; институциональная среда; мотивация предпринимательской деятельности; адаптация.

Образец цитирования:

Кузьменко ТВ. Вынужденное предпринимательство: проблемы и пути их преодоления. *Журнал Белорусского государственного университета. Социология*. 2018;3: 110–117.

For citation:

Kuzmenko TV. Necessity entrepreneurship: problems and ways to overcome them. *Journal of the Belarusian State University. Sociology*. 2018;3:110–117. Russian.

Автор:

Татьяна Викторовна Кузьменко – кандидат социологических наук; ведущий научный сотрудник.

Author:

Tatyana V. Kuzmenko, PhD (sociology); leading researcher. socio@tut.by

NECESSITY ENTREPRENEURSHIP: PROBLEMS AND WAYS TO OVERCOME THEM

T. V. KUZMENKO^a

^a*Institute of Economics, National Academy of Sciences of Belarus,
1 Surhanava Street, 2 building, Minsk 220072, Belarus*

The factors that influence the motivation of entrepreneurial activity are analyzed in the article. On the materials of empirical research, the features of necessity entrepreneurship and the associated social risks and ways to overcome them are considered. The contradictions between the relative ease of opening and registering a business and the lack of tools and skills for carrying out further economic activities for necessity entrepreneurs are revealed. The idea that the forced nature of entrepreneurial activity can't serve as an incentive for innovative transformations, and the transformation of entrepreneurship into a factor of economic growth requires conditions that contribute not only to increasing the number of small enterprises, but also to their effective development is justified. As the most important directions for the development of entrepreneurship, it is proposed to stimulate voluntary entrepreneurship, to reorient support tools from financial to training, to create an effective system of business education.

Key words: entrepreneurship; small business; necessity entrepreneurship; voluntary entrepreneurship; business activity; institutional environment; motivation of entrepreneurial activity; adaptation.

Существует мнение, согласно которому развитие малого и среднего бизнеса – основной катализатор интенсивного экономического роста. Обладая большей гибкостью и мобильностью, оперативно реагируя на изменения конъюнктуры рынка, предпринимательский сектор обеспечивает необходимую адаптацию к часто меняющимся рыночным условиям, формирует конкурентную среду. Именно малые формы предпринимательства вносят существенный вклад в рост производительности во многих странах мира. С развитием частного сектора связывается возможность достижения социального здоровья. Малый бизнес рассматривается в качестве опоры гражданского общества, источника сохранения и поддержания социальной стабильности. Подчеркивается, что чем больше людей занимаются или хотя бы планируют заняться предпринимательством, тем больше у страны шансов на развитие и прогресс.

Государство и общество возлагают серьезные ожидания на роль начинающего предпринимательства в уменьшении безработицы и создании новых рабочих мест в условиях снижения занятости на государственных предприятиях. В первую очередь это касается малых населенных пунктов и сельской местности. Служба занятости всячески поддерживает бизнес-инициативы безработных путем оказания консультативной, методической помощи в организации своего дела, а также финансовой поддержки в виде субсидий. На основании Положения о содействии безработным в организации предпринимательской деятельности, деятельности по оказанию услуг в сфере агротуризма, ремесленной деятельности, утвержденного постановлением Совета Министров от 7 марта 2008 г. № 342, безработным, испытывающим сложности с трудоустройством на вакансии и имеющим инициативу создать свой бизнес, предоставляется единовременное государственное денежное по-

сobie в размере 11-кратной величины бюджета прожиточного минимума. Мероприятия по вовлечению незанятых в предпринимательский сектор включают прохождение курсов «Основы предпринимательской деятельности», где учат азам предпринимательства и составлению бизнес-планов. Подпрограммой «Содействие занятости населения» Государственной программы о социальной защите и содействии занятости населения на 2016–2020 гг. предусматривается оказание такой помощи как минимум 9,2 тыс. безработных [1].

Вместе с тем формирующуюся бизнес-среду необходимо рассматривать не только исходя из количества зарегистрированных малых предприятий и индивидуальных предпринимателей, но и с точки зрения ее качественных параметров, которые в значительной степени определяются характеристиками мотивационной среды. Поскольку мотивация является одним из ключевых условий успешного экономического развития, объективно оценить функционирование частного сектора, его перспективы и вероятные социальные и экономические риски возможно, только отвечая на вопросы о том, кто приходит в малый бизнес и почему люди выбирают карьеру предпринимателя.

В основе решения заняться бизнесом могут быть самые разные причины: желание повысить доход, неудовлетворенность работой по найму, стремление самореализоваться или воплотить в жизнь интересную идею, изменение жизненных обстоятельств и т. п. Главная роль в иерархии предпринимательских целей так или иначе принадлежит экономическим мотивам, стремлению извлечь выгоду. Прибыль выступает и источником дохода, и необходимым условием для дальнейшего развития компании, и показателем профессионализма предпринимателя, критерием его успешности, определяющим социальное признание и деловую репутацию.

Однако стремление к деньгам может приобретать иное значение, когда открытие своего дела является вынужденной мерой. В литературе выделяют «толкающие» и «тянущие» факторы предпринимательской деятельности (*push and pull factors*) [2; 3]. «Тянущие» факторы предполагают свободный и осмысленный выбор занятия бизнесом в целях обретения независимости, самореализации, профессиональных достижений, социального статуса, власти [3, с. 26]. В роли «толкающих» факторов могут выступать неимение других возможностей для получения дохода или неудовлетворенность работой, заработной платой, отсутствием перспективы карьерного роста, условиями или графиком работы. В структуре предпринимательской деятельности не может быть единичных мотивов в чистом виде, поскольку любая человеческая деятельность – это результат взаимодействия многих разных по содержанию и побудительной силе устремлений. В то же время выделение доминирующих или ключевых мотивационных факторов позволяет говорить о двух типах предпринимателей: «добровольных» (предпринимателях «по возможности») и «вынужденных» (предпринимателях «по необходимости») [3–6]. Для первых открытие своего дела – это осознанный карьерный выбор, основанный на внутренней потребности быть предпринимчивым, а также на рациональной оценке своих личных и материально-финансовых ресурсов и видении открывающихся возможностей и преимуществ от занятия бизнесом [5, с. 2]. В основе мотивационного механизма предпринимательства «по возможности» лежит нацеленность на достижение профессиональной и творческой самореализации. Представители данной группы чаще всего удовлетворены своим уровнем жизни и оплатой труда, характеризуются более высоким уровнем образования и обширной сетью социальных связей [3, с. 27]. Уход в бизнес для них, как правило, обусловлен ограниченными возможностями для профессионального и служебного роста и реализации собственных идей, знаний и опыта в рамках работы по найму. Привлекательность нового бизнеса определяется сложностью и разнообразием решаемых задач, возможностью проверить профессиональные способности и раскрыть свой потенциал.

Для предпринимателей «по необходимости» причинами для открытия своего дела, напротив, становятся негативные стимулы: неудовлетворенность работой, карьерными перспективами, увольнение или угроза потерять работу и доход, падение статуса и престижа профессии. По оценкам исследователей, именно эти факторы характерны для двух третей начинающих предпринимателей [3; 6; 7]. Для них занятие бизнесом – это прежде всего возможность справиться с материальными трудностями: по данным российских социологов,

среди желающих открыть фирму значительная часть характеризует свое материальное положение как плохое, часто встречаются лица, в семье которых есть нетрудоспособные (безработные, тяжелобольные или инвалиды) [3, с. 27].

Рост вынужденной предпринимательской активности служит реакцией на кризисные явления в экономике, когда открытие своего дела может выступать своеобразным «социальным трамплином», позволяющим компенсировать утрату привычных способов существования. Американские исследователи (С. Прейс, П. Джонсон, А. Дарнелл) эмпирически обосновали снижение доли малого бизнеса в занятости и объемах производства в периоды устойчивого экономического роста и увеличение данного показателя при повышении уровня безработицы [6, с. 121]. Обратная связь между уровнем экономического развития и предпринимательской активностью подтверждается и выводами крупнейшего межстранового исследовательского проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» (*Global Entrepreneurship Monitor, GEM*), в рамках которого установлено, что доля вынужденного предпринимательства снижается по мере роста ВВП [4; 7]. Достижение макроэкономической стабильности способствует развитию крупных компаний, предоставляющих привлекательные условия занятости для наемных работников: высокую оплату труда, гарантии, социальные льготы. Доступность рабочих мест с высокими доходами обуславливает стремление большинства людей, не склонных к риску и предпринимательству, сохранять существующие социальные и профессиональные позиции в качестве работников по найму. С другой стороны, в ситуации благополучия потребности в людях с предпринимательскими наклонностями и инновациях ограничены. Все это ведет к снижению темпов развития малого и среднего бизнеса. Соответственно, спад предпринимательской активности в странах с низким уровнем доходов, если он сопровождается экономическим ростом, социальной и политической стабильностью, может считаться положительной тенденцией [8].

В странах с невысокими показателями ВВП на душу населения структура экономики характеризуется доминированием большого количества малых предприятий. В условиях экономического спада крупные компании сталкиваются с необходимостью поиска новых хозяйственных возможностей, технологического и структурного обновления и снижения издержек, в том числе за счет сокращения сотрудников и ухудшения условий трудового найма. Для многих работников, оказавшихся перед угрозой увольнения и снижения доходов, это является толчком к занятию предпринимательством, в результате чего количество новых фирм растет. Угроза безработицы и перенасыщенность

определенных сегментов рынка труда стали причинами новой волны предпринимательства в США в 1970–80-х гг.: около четверти основателей малых фирм были безработными [6, с. 119–120]. Страновой анализ в рамках проекта *GEM* показывает, что вынужденное предпринимательство менее распространено в государствах с развитой системой социальной защиты [9, с. 178].

Таким образом, уровень экономического развития страны определяет структуру мотивации предпринимательства – соотношение вынужденных и добровольных предпринимателей. В странах с низкими показателями экономического развития предпринимательская активность населения в большей степени обусловлена невысокими доходами и отсутствием альтернативных возможностей трудоустройства, нежели стремлением реализовать инновационные бизнес-идеи. Очевидно, вынужденный характер предпринимательской деятельности не может выступать стимулом инновационных преобразований экономики и общества. Ввиду этого особую актуальность приобретает рассмотрение категории вынужденного предпринимательства и связанных с ней социальных рисков и путей их преодоления.

В целях изучения предпринимательской активности населения и факторов развития малого бизнеса в Беларуси научно-исследовательской группой по проведению социологической экспертизы объектов интеллектуальной собственности и экономико-правовых отношений под руководством доктора философских наук Р. А. Смирновой (Институт экономики НАН Беларуси) в 2017 г. было проведено исследование «Развитие малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь». Исследовательский проект включал республиканский опрос населения (1219 человек, выборка репрезентативна по полу, возрасту, типу населенного пункта) и опрос предпринимателей (118 представителей малого бизнеса по республиканской выборке). Сравнительный анализ с данными других исследований фиксирует рост интереса к предпринимательской деятельности. Так, по данным Института социологии НАН Беларуси, в 2016 г. 23,3 % жителей республики хотели заниматься бизнесом, 55,5 % – не хотели [10]. В 2017 г. по результатам опроса уже 30,8 % выразили желание создать свое дело, 48,9 % не проявили заинтересованности. И хотя далеко не все, кто проявляет интерес к предпринимательству, осуществляют конкретные шаги к открытию собственного дела и тем более доходят до стадии создания собственного бизнеса, указанная тенденция является отражением роста предпринимательской активности населения. Во многом он обусловлен улучшением институциональных условий для ведения бизнеса. Результаты исследований убедительно доказывают, что регулятивные, норматив-

ные и когнитивные факторы институциональной среды напрямую влияют на структуру мотивации предпринимательской деятельности [7]. С другой стороны, существующая тенденция сокращения рабочих мест в государственном секторе и недостаточный выбор вариантов занятости с высокой заработной платой выступают толкающими факторами выбора в пользу начала бизнеса. По данным Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь, субсидию на открытие собственного дела в 2016 г. получили 1810 безработных, в 2017 г. – 1845 [11].

Результаты опроса представителей малого бизнеса показали, что в структуре основных мотивов предпринимательства равнозначны экономические факторы и желание быть свободными в работе. В частности, среди ответов на вопрос: «Почему Вы занялись предпринимательской деятельностью?» – лидируют позиции: «Хотел заработать денег» и «Хотел быть свободным в своей работе, надоело быть наемным работником» (по 55,2 %). В то же время сравнительный анализ ответов молодых предпринимателей, чей бизнес существует менее 5 лет, и владельцев уже устоявшегося бизнеса с опытом более 5 лет свидетельствует о росте предпринимательства «по необходимости». Если для опытных бизнесменов наиболее значимыми причинами открытия своего дела выступили желание быть свободными в работе (69 %), стремление реализовать себя и заниматься творческой предпринимательской деятельностью (по 37,9 %), то молодые предприниматели указывали эти факторы в 1,5–2 раза реже, а главной побудительной причиной для них стало желание заработать (55,2 %).

В случае успешного развития бизнеса вторая категория предпринимателей переходит в ряды состоявшихся бизнесменов. В то же время результаты многочисленных исследований свидетельствуют о том, что лица, занявшиеся предпринимательством в целях поиска источника дохода и самозанятости, а не руководствуясь деловыми мотивами, часто не готовы к сопутствующим роли бизнесмена изменениям и с большей вероятностью сталкиваются с проблемами адаптации [2; 5]. А при изменении условий ведения бизнеса (налогообложение, повышение арендных ставок и т. п.), еще не успев адаптироваться к прежней ситуации, они неизбежно оказываются в категории риска. К особенностям предпринимателей «поневоле» относят скромные амбиции в отношении роста, низкие доходы и малую вероятность выживания предприятия [5, с. 3].

Смена позиции наемного работника на статус предпринимателя предполагает кардинальные перемены в образе жизни. Начало собственного дела сопряжено с ненормированным, чаще всего длительным, рабочим временем, самоэксплуата-

цией в сочетании с относительно невысокими, нерегулярными доходами и большой вероятностью потерпеть фиаско. Навыки, необходимые для хороших работников по найму, не имеют ничего общего с теми навыками и качествами, которые требуются, чтобы стать бизнесменом. Предпринимательская деятельность предполагает склонность к риску и инновациям, интеллектуальные способности, выносливость и упорство. По мнению ученых, даже в стабильных социально-экономических условиях способностью к предпринимательской деятельности и возможностью ее реализовать обладает не более 5–7 % трудоспособного населения [12]. Большинство людей не имеют «врожденных» предпринимательских качеств, предпочитая жить пусть беднее, зато с гарантированным уровнем дохода, без риска. По данным опроса населения 2017 г., 40,7 % жителей республики среди важнейших препятствий для занятия бизнесом указали отсутствие личных предпринимательских качеств. В то же время благодаря меньшим альтернативным расходам и финансовой поддержке государства риски предпринимательской деятельности для безработных оказываются не столь существенными, и в случае провала представители данной категории предпринимателей теряют меньше. Это может привести к необъективному восприятию рисков и чрезмерной самоуверенности в отношении своих предпринимательских способностей. Однако и для тех, кто невысоко оценивает свои возможности для занятия бизнесом и предпочитает стабильность наемного труда, и для тех, кто, напротив, переоценивает свои силы, высока вероятность таких последствий, как неудовлетворенность трудом, банкротство предпринимательской структуры либо преобладание пассивной формы стратегии выживания. Если предприниматели «по возможности» ориентированы в большей степени на рост и инновационность, то бизнесмены «по необходимости» – на желание выжить. Скромные притязания представителей данной группы обусловлены и тем, что такие предприниматели часто рассматривают свое новое социальное положение как имеющее временный, ситуационный характер.

Особую сложность для «вынужденных» начинающих предпринимателей составляет поиск источников финансирования. Они, как правило, не готовы к значительным вложениям, большинству не под силу основать предприятие без финансовой поддержки. Помощь государства имеет для них существенное, а порой критическое значение. Компании с ограниченными денежными возможностями не имеют достаточных резервов для преодоления трудностей. Выделенной субсидии хватает только на первое время, а согласно положению об их предоставлении в случае неудачи и закрытия фирмы на протяжении первого года работы биз-

несмен обязан вернуть всю сумму государственной помощи в течение недели. Кроме того, необходимые для начала бизнеса оборудование, инструмент и услуги за субсидию могут приобретаться только на территории Республики Беларусь. Вследствие незначительного начального капитала и дефицита инвестиционных средств страдают скорость ввода в действие предприятия, уровень и качество предпринимательской активности и вероятность выживания в целом. В перспективе рост числа вынужденных предпринимателей, не имеющих опыта, знаний, квалификации и необходимых финансовых средств, с высокой вероятностью повлечет рост числа заемщиков и увеличение количества проблемных кредитов. Такая ситуация может привести к тому, что в целях компенсации кредитных рисков банки будут вынуждены поднимать ставки, что, в свою очередь, скажется на развитии действующего бизнеса.

Начинающие предприниматели часто приходят в сферы с жесткой конкуренцией и низкими барьерами входа, в сегменты малого бизнеса, которые находятся в зоне риска, например в сферу торговли с постоянно меняющейся конъюнктурой рынка и нарастающими тенденциями монопольного характера, образования ритейловых сетей и сетевых торговых комплексов. Кроме того, из-за низкого платежеспособного спроса сужаются рынки сбыта: люди меньше пользуются товарами и услугами не первой необходимости. Экономические и конкурентные риски предпринимательской деятельности во всем мире приводят к тому, что в первые три года своего существования разрушаются многие бизнесы. В США, где ежегодно открываются тысячи новых фирм, в первые пару лет разоряются до 75–80 % новых малых предприятий. В случае провала для тех, кто занялся бизнесом по призванию, приобретенный опыт с большой вероятностью станет основой для реализации новой предпринимательской идеи. Большинство же предпринимателей «по необходимости», которые не смогли адаптироваться к новому виду деятельности, скорее всего, обеспечат новый приток безработных на рынок труда. Одним из рисков в сфере занятости является и потеря квалифицированных кадров в результате перехода подготовленных и обученных сотрудников организаций и предприятий (в том числе производственных) в сферы, где полученное образование и профессиональная подготовка оказываются невостребованными, например в розничную торговлю.

К возможным негативным последствиям вынужденного предпринимательства относятся также маргинализация социальной структуры и связанные с ней риски социальных потрясений. По социальному происхождению, располагаемым ресурсам, мотивам и моделям взаимодействия предпри-

нимательский слой формируется как принципиально неоднородный. Наличие внутри его ядра и периферии определяется разной степенью выраженности показателей групповой принадлежности – объективных (имеющиеся ресурсы, отношение к собственности, общность социальных интересов, социальный статус), субъективных (степень групповой самоидентификации, солидарность, уровень доверия) и культурно-символических (образ жизни, представления о норме жизни, ценности) [13]. Периферия предпринимательского сообщества представлена значительной частью бизнесменов «по необходимости», не являющихся в строгом смысле предпринимателями, и носит полумаргинальный характер.

Еще один фактор риска вынужденного предпринимательства – недостаточная профессиональная подготовка. Ситуация неопределенности и неустойчивости рыночной среды обязывает владельцев предприятий, независимо от масштабов деятельности, заниматься планированием и прогнозированием. В то же время бизнесменов, у которых есть ясная идея продукта или услуги до принятия решения открыть свое дело, в четыре раза меньше, чем тех, кто начинает бизнес, не имея подобной идеи [6, с. 119]. Добровольные предприниматели готовятся к открытию фирмы, как правило, в течение длительного времени, тщательно планируя, накапливая знания и опыт, собирая информацию и нужные контакты и тем самым используя лучшие возможности для бизнеса. Вынужденная предпринимательская деятельность в этом отношении находится в неблагоприятной ситуации: в силу внешних обстоятельств и необходимости быстрого поиска источника доходов вхождение в бизнес осуществляется в сжатые сроки. В результате у предпринимателей «поневоле» меньше времени для вступления в полезные социальные сети и получения необходимых компетенций.

Поддержка предпринимательской инициативы безработных со стороны Государственной службы занятости Республики Беларусь предполагает возможность получения базовых навыков для открытия фирмы или регистрации в качестве индивидуального предпринимателя: проводится информирование о порядке и условиях открытия своего дела, осуществляется направление в случае необходимости на профобучение, оказывается помощь в подготовке документов для получения субсидии. Одним из условий ее предоставления является прохождение курсов «Основы предпринимательской деятельности», где учат азам ведения бизнеса и составлению бизнес-планов. Однако для успешного развития нового предприятия необходимы более глубокие знания. Мелкие предприниматели, как правило, совмещают функции собственника, менеджера и исполнителя, поэтому они должны

обладать компетенциями в предметной сфере, уметь технически организовывать производственный процесс, иметь четкое представление о том, как им управлять, владеть базовыми познаниями в области экономики, менеджмента, маркетинга, быть в состоянии сопоставлять затраты и результаты, оценивать инвестиционный проект, применять современные подходы к внутрифирменному планированию.

Экономические и социальные ориентиры развития современного бизнеса определяются двумя взаимосвязанными аспектами – прибыльностью и направленностью на удовлетворение нужд потребителей. Важнейшим условием повышения доходности является умение приспосабливать номенклатуру и качество производимой продукции или оказываемых услуг к требованиям рынка и запросам клиентов. Борьба за предпочтения потребителей требует продвижения новых потребительских качеств, создание которых невозможно без инновационной идеи и творческого начала. Поэтому ключевые компетенции предпринимателя сегодня – это знания в области маркетинга и владение инструментами проведения активной маркетинговой политики и поиска новых рыночных сегментов. Рост числа начинающих вынужденных предпринимателей оказывает существенное влияние на потребительский рынок и характер потребительских практик. С одной стороны, появление новых фирм способствует расширению ассортимента товаров и услуг, усилению конкуренции и служит стимулом к повышению эффективности деятельности существующих бизнес-структур. С другой стороны, решая только проблемы выживания и не владея инструментами обеспечения клиентоориентированности, такие компании снижают общий уровень культуры потребления и деловой культуры, а также качество маркетинговой среды. Определенный риск для уже существующих бизнесов представляет и то, что не имеющие опыта новые игроки начинают ломать сложившиеся на рынке правила, демпинговать. При этом ни о сервисе, ни о высоком качестве продукции речи не идет.

Анализ возможных рисков развития вынужденной предпринимательской деятельности позволяет утверждать, что для превращения предпринимательства в фактор экономического роста необходимы условия, способствующие не только увеличению количества малых предприятий, но и их эффективному развитию. Это значит, что, помимо оптимизации организационных процедур начала собственного дела (возможность регистрации фирмы в течение дня, упрощение алгоритма постановки на учет в налоговом органе и Фонде социальной защиты населения Республики Беларусь, увеличение сроков для получения книги учета проверок и т. п.), необходимо снабдить начинающих

бизнесменов эффективными инструментами для дальнейшего развития. Государственной поддержки в виде субсидии на открытие хватает лишь на первое время, бесплатные курсы при службах занятости обучают только составлению бизнес-планов и процедурам прохождения регистрации, а дальше начинающий предприниматель остается один на один со своими трудностями. Низкий уровень продаж, отсутствие свободных средств для развития фирмы, взвинчивание цен поставщиками, неблагоприятное изменение регулирующих предписаний, неожиданные визиты инспекции, рост налогов, увеличение арендной платы, недовольные качеством обслуживания клиенты – лишь небольшой список из всего перечня проблем, с которыми ему приходится сталкиваться. По данным опроса 2018 г., проведенного Исследовательским центром Института приватизации и менеджмента, наиболее значимыми барьерами для развития бизнеса, по мнению представителей малого и среднего предпринимательства, выступают высокие ставки налогов (54,8 %), изменчивость законодательства, в том числе налогового (50,9 %), высокие процентные ставки (45,2 %), обременительные административные процедуры (43,3 %), неравные условия деятельности по сравнению с государственными предприятиями (36,9 %) [14]. В результате владельцы мелких бизнес-структур озабочены исключительно проблемой выживания и просто не видят, куда идти дальше и в каком направлении развиваться. После вовлечения вынужденных предпринимателей в коммерческую деятельность работа с данной категорией лиц (как и с представителями малого бизнеса в целом) носит формальный характер. Власти контактируют с ними, независимо от степени их подготовленности и предпринимательской квалификации, преимущественно при обнаружении нарушений. Вместе с тем ключевую роль в развитии и повышении качества бизнес-среды играет регулирование процессов предпринимательской адаптации.

Одним из векторов в этом направлении является переориентация инструментов поддержки с финансовых на обучающие и создание эффективной системы делового образования. Обучение предпринимателей предполагает особые технологии, включающие менторские услуги, разработку специализированных тренингов, доступных для малого бизнеса. При этом речь не идет о сплошном охвате населения бесплатными обучающими программами, однако, если хотя бы часть начинающих предпринимателей будут вооружены необходимыми знаниями, это повысит возможности выживания и успешность бизнесов. В то же время в качестве критериев оценки предпринимательского сектора и его вклада в экономическое и социальное развитие недостаточно ограничиваться только степенью выживания, цифрами прибыли и количеством созданных рабочих мест. Необходимо учитывать специфику начинающих предпринимателей, структуру мотивации и соотношение вынужденного и добровольного предпринимательства. Большое количество людей, втянутых в предпринимательскую деятельность по воле обстоятельств, не может быть показателем эффективной экономики. Тот факт, что по результатам республиканского опроса населения 2017 г. среди временно неработающих и безработных менее трети (30,2 %) опрошенных выражают желание заняться предпринимательской деятельностью, свидетельствует о том, что развитие малого бизнеса не стоит рассматривать в качестве панацеи в борьбе за повышение уровня занятости населения. Желание начинающих предпринимателей заниматься бизнесом осознанно, для реализации своих целей и возможностей, наличие амбиций роста, направленность на расширение масштабов деятельности, установки на продуктовые и процессные инновации формируют совершенно иное качество бизнес-среды. В связи с этим основной акцент должен сместиться в сторону поддержки добровольного предпринимательства.

Библиографические ссылки

1. Государственная программа о социальной защите и содействии занятости населения на 2016–2020 годы [дата обращения: 03.03.2018]. URL: <http://mintrud.gov.by/system/extensions/spaw/uploads/files/Gosudarstvennaja-programma-na-2016-2020.pdf>.
2. Dawson C, Henley A. «Push» versus «pull» entrepreneurship: an ambiguous distinction? *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*. 2012;18(6):697–719. DOI: 10.1108/1355255121126819.
3. Чепуренко АЮ. Раннее предпринимательство в России: промежуточные результаты GEM. *Мир России. Социология. Этнология*. 2008;2:22–40.
4. Верховская ОР, Александрова ЕА, Богатырева КА, Джелепова МВ, Шмелева ЭВ. Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2016–2017 [национальный отчет]. Санкт-Петербург: ВШМ СПбГУ; 2017. 66 с. [дата обращения: 08.04.2018]. URL: http://gsom.spbu.ru/files/docs/gem_russia_2016-2017.pdf.
5. Юргенсон А. Вынужденное предпринимательство в Эстонии: распространенность, проблемы и удовлетворенность предпринимателей. *Praxis*. 2010;2 [дата обращения: 06.04.2018]. URL: http://www.praxis.ee/fileadmin/tarmo/Projektid/Valitsemine_ja_kodanike%C3%BChiskond/VUEFvene_veebi/Vajadusettevotlus_Poliitikaanalueues_RU.pdf.
6. Радаев ВВ. *Экономическая социология*. Москва: Аспект Пресс; 1998. 368 с.
7. Александрова ЕА, Верховская ОР. Мотивация предпринимательской активности: роль институциональной среды. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8, Менеджмент*. 2016;3:107–138.

8. Василенок ВЛ, Алексахина ЕИ. Развитие предпринимательства и факторы, его определяющие. *Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент»*. 2013;1 [дата обращения: 02.10.2018]. URL: http://economics.itmo.info/ru/article/6983/razvitie_predprinimatelstva_i_faktory_ego_opredelyayuschie.htm.
9. Пиньковецкая ЮС, Катаев ЕН. Сравнительный анализ предпринимательской активности в экономически развитых странах. *Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки*. 2014;4:172–182.
10. Сечко НН. Ориентация молодежи Беларуси на занятие предпринимательской деятельностью. *Научные труды Белорусского государственного экономического университета*. Минск: БГЭУ; 2017. Вып. 10. с. 641–647.
11. Реализация активных мер политики занятости [дата обращения: 03.03.2018]. URL: <http://www.mintrud.gov.by/system/extensions/spaw/uploads/files/Realizatsiya-aktivnyx-mer-12.pdf>.
12. Верховская ОР, Дорохина МВ. Предпринимательская активность и потенциал предпринимательства в России (по материалам проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства», 2006–2010 гг.). *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия «Менеджмент»*. 2011;4:68–99.
13. Смирнова РА. Социально-классовая структура белорусского общества: теоретико-методологический анализ. *Социологический альманах*. Минск: Беларуская навука; 2017. с. 365–373.
14. Состояние малого и среднего частного бизнеса в Беларуси в 2018 году. Результаты опроса. Аналитический обзор [дата обращения: 02.05.2018]. URL: <http://www.research.by/webroot/delivery/files/sr2018r02.pdf>.

References

1. State Program on Social Protection and Employment Promotion for 2016–2020 [cited 2018 March 3]. Available from: <http://mintrud.gov.by/system/extensions/spaw/uploads/files/Gosudarstvennaja-programma-na-2016-2020.pdf>. Russian.
2. Dawson C, Henley A. «Push» versus «pull» entrepreneurship: an ambiguous distinction? *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*. 2012;18(6):697–719. DOI: 10.1108/1355255121126819.
3. Chepurenko AY. [Early Entrepreneurship in Russia: Intermediate Results of GEM]. *Universe of Russia. Sociology. Ethnology*. 2008;2:22–40. Russian.
4. Verkhovskaya OR, Aleksandrova EA, Bogatyreva KA, Dzhelepova MV, Shmeleva EV. [Global Entrepreneurship Monitor. Russia 2016–2017] [national report]. Saint Petersburg: VShM SPbGU; 2017. 66 p. [cited 2018 April 8]. Available from: http://gsom.spbu.ru/files/docs/gem_russia_2016-2017.pdf. Russian.
5. Jurgenson A. [Forced entrepreneurship in Estonia: prevalence, problems and entrepreneurs' satisfaction]. *Praxis*. 2010;2 [cited 2018 April 6]. Available from: http://www.praxis.ee/fileadmin/tarmo/Projektid/Valitsemine_ja_kodanike%C3%BCchiskond/VUEFvene_veebi/Vajadusettevotlus_Poliitikaanalueues_RU.pdf. Russian.
6. Radaev VV. *Ekonomicheskaya sotsiologiya* [Economic sociology]. Moscow: Aspect Press; 1998. 368 p. Russian.
7. Alexandrova EA, Verkhovskaya OR. Motivation of entrepreneurial activity: the role of the institutional environment. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya 8, Menedzhment* [Vestnik of the Saint Petersburg State University. Series 8, Management]. 2016;3:107–138. Russian.
8. Vasilyonok VL, Aleksashkina EI. Development of business and its factors defining. *Nauchnyi zhurnal NIU ITMO. Seriya «Ekonomika i ekologicheskii menedzhment»* [Scientific journal of NIIT ITMO. Series «Economics and environmental management»]. 2013;1 [cited 2018 October 2]. Available from: http://economics.itmo.info/ru/article/6983/razvitie_predprinimatelstva_i_faktory_ego_opredelyayuschie.htm. Russian.
9. Pinskovetskaya YS, Kataev EN. Comparative analysis of entrepreneurial activity in economically developed countries. *Saint Petersburg State Polytechnical University Journal. Economics*. 2014;4:172–182. Russian.
10. Sechko NN. [Orientation of the youth of Belarus for engaging in entrepreneurial activity]. *Nauchnye trudy Belorusskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta* [Scientific works of the Belarusian State Economic University]. Minsk: BSEU; 2017. Issue 10. p. 641–647. Russian.
11. Realization of active measures of employment policy [cited 2018 March 3]. Available from: <http://www.mintrud.gov.by/system/extensions/spaw/uploads/files/Realizatsiya-aktivnyx-mer-12.pdf>. Russian.
12. Verkhovskaya OR, Dorokhina MV. Activity and potential of the Russian entrepreneurship (evidence from Global Entrepreneurship Monitor Data, 2006–2010). *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya «Menedzhment»* [Vestnik of Saint Petersburg State University. Series 8, Management]. 2011;4:68–99. Russian.
13. Smirnova RA. [Socio-class structure of the Belarusian society: theoretical and methodological analysis]. *Sotsiologicheskii al'manakh* [Sociological almanac]. Minsk: Belaruskaja navuka; 2017. p. 365–373. Russian.
14. The state of small and medium-sized private business in Belarus in 2018. Survey results. Analytical review [cited 2018 May 2]. Available from: <http://www.research.by/webroot/delivery/files/sr2018r02.pdf>. Russian.

Статья поступила в редакцию 21.05.2018.
Received by editorial board 21.05.2018.