

## **ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНОЙ СТРАТИФИКАЦИИ КЫРГЫЗСКОГО ОБЩЕСТВА**

*В статье рассматривается роль и место предпринимателей как нового социального слоя в системе социальной стратификации, являющегося базой для становления и развития рыночной экономики и формирования конкурентной среды в Кыргызской Республике.*

В Кыргызстане, России и других странах СНГ, вставших на рыночный путь развития, происходят изменения в социальной структуре. В центре этих изменений главным является переход от сословно-иерархической структуры к стратификационной.

Сословно - иерархическая структура общества формируется на основе безрыночного характера производства и распределения материальных и духовных благ. Единственным субъектом является верховная власть, будь то государство в лице бюрократического аппарата, номенклатура или верховный правитель. В подобном обществе нет реальных классов в силу отсутствия экономических основ для их существования. Следовательно, нет реального собственника и нет свободного наемного работника, материальное положение зависит от принадлежности к определенной ступеньке в социальной иерархии. Социальная структура данного общества жестко детерминирована: никакие новые влияния не могут разрушить главной социальной перегородки - между правящей элитой (номенклатурой) и остальным обществом.

Полное отчуждение - и юридическое, и фактическое - от собственности (за исключением небольших приусадебных наделов у крестьян) нивелировало принципиальную разницу между декларируемыми двумя классами - рабочих и колхозников и социальным слоем - интеллигенцией. Несмотря на некоторые различия в характере, содержании труда, образовании и социальной психологии, эти социальные группы не были разными классами в собственном смысле слова, а представляли собой массу наемных работников - слабо структурированную по доходам, по участию в принятии решений, по ценностно-идеологическим установкам.

Сложившаяся в бывшем советском обществе социальная структура сословного типа оказалась неэффективной в условиях научно-технической революции и перехода к рынку. Так, бремя прошлого развития, традиции, сложившаяся система ценностей накладывают свой отпечаток на все процессы, в том числе на преобразование социальной структуры.

Сегодня Кыргызстан переживает период, когда в нем складывается новая система социальных групп (классов, слоев), то есть новая социальная стратификация, в корне отличная от существовавшей в СССР. Она формируется одновременно по многим критериям. В результате в обществе появляются иерархии социальных групп, различающихся по размерам дохода, объему власти, уровню образования и другим критериям.

Социальную стратификацию в западной социологии отождествляют с социальным неравенством и выделяют в ней две главные черты. Первая связана с дифференциацией населения в иерархически оформленные группы, то есть высшие и низшие слои (классы). Вторая заключается в неравном распределении социально-культурных благ и ценностей, перечень которых весьма широк. Так, П.Сорокин выделяет четыре группы факторов, выступающих объектом неравенства: права и привилегии, обязанности и ответственность, социальное богатство и нужда, власть и влияние [8, с. 302]. Конкретные формы социальной стратификации возникают на пересечении двух основных факторов - социальной дифференциации и господствующей системы социальных ценностей и культурных стандартов.

Американский социолог Т.Парсонс, заложивший основы теоретического анализа

социальной стратификации, выделил три группы дифференцирующих признаков. Первую образуют характеристики, которыми люди обладают от рождения (этническая принадлежность, половозрастные особенности, родственные связи, физические и интеллектуальные особенности). Вторая включает признаки, связанные с исполнением роли. Сюда относятся различные виды профессионально-трудовой деятельности. Третью группу образуют элементы "обладания", куда включают собственность, материальные и духовные ценности, привилегии, товары [9, с.132]. Изложенные принципы социальной дифференциации служат теоретической основой многомерного подхода в изучении социальной стратификации.

В основе социальной стратификации, которая начала складываться в Кыргызской Республике, лежит не механизм распределения людей по тем или иным критериям, а нечто гораздо более сложное - формирование новых ценностей и новых иерархий престижа разных благ.

Таким образом, теория социальной стратификации, по нашему мнению, позволяет использовать в исследованиях широкий круг подходов, учитывать возможно большее число структурообразующих факторов, в том числе экономических, политических, этнографических и социокультурных.

В последние годы в социологической и экономической литературе появилась новая тема: перспективы возникновения и развития особого слоя общества, который на Западе называют "средним классом". В публицистической литературе о нем пишут как о классе предпринимателей, собственников. Между тем это сложное социальное образование, которое имеет свою внутреннюю структуру, исторические корни и ряд социально-экономических признаков.

Тенденции развития социальной структуры в развитых странах - сокращение удельного веса традиционных и рост новых средних. Среди современных исследований средних слоев большой интерес представляет точка зрения финского социолога М.Кивинена, который считает, что изучение места и роли в социальной структуре общества среднего класса должно основываться на типологии автономной трудовой деятельности.

На основе данной типологии М.Кивинен выделяют следующие типы среднего класса: 1) "профессиональная автономия" характерна для экспертов-консультантов, не выполняющих управленческих функций, которые пользуются широкими возможностями для творчества и обладают высокой степенью самостоятельности в труде. Они главным образом преобладают в сфере культуры, науки и идеологии; 2) "автономия, адекватная капиталу" присутствует в деятельности менеджеров и предпринимателей при осуществлении ими функций контроля и управления; 3) "научно техническая автономия" характерна для инженерно-технического персонала. У них меньшая самостоятельность, необходимость подчинения управленческим структурам, отсутствие привилегий, которыми обладают менеджеры, и более низкие доходы; 4) "автономия служб воспроизводства и попечительства" существует в здравоохранении, образовании и социальном обеспечении. Особенность этого типа в том, что многие работники подвергаются давлению со стороны бюрократических организаций и потому степень их самостоятельности различна; 5) "автономия мелкого предпринимательства" свойственна как владельцам небольших предприятий, так и их персоналу. Для владельцев предприятий специфичным является высокий уровень самостоятельности, а для персонала - выполнение широкого круга производственных задач, сочетание горизонтального и вертикального разделения труда.

Выделенные типы "автономий" использованы М.Кивиненом для характеристики структуры среднего класса современного западного общества. Эти люди имеют высшее образование, являются специалистами высокого класса, работают в тех областях, где существуют условия обогащения содержания труда и наиболее полного раскрытия

творческих способностей.

Становление рыночных отношений повышает роль собственности, которая реально выступает в качестве критерия социальной дифференциации. Появляются новые социальные группы, в частности, предприниматели во всех отраслях народного хозяйства. В сельском хозяйстве - фермеры, кооператоры, арендаторы и др. Именно они в ближайшей перспективе могут стать основой формирования среднего класса как носителя новых производственных рыночных отношений, социальной основой демократии, производительного труда и правового государства. Рынок представляет собой лучшую, благотворную предпринимательскую среду, а предпринимательство - это наиболее характерное качество, свойство рыночных отношений.

Как социально-культурное явление, предпринимательство включает в себе спектр общественных отношений, включающий исторические, психологические, юридические и многие другие моменты. Однако своими корнями предпринимательская деятельность уходит в экономические условия жизнедеятельности. В связи с этим необходимо проследить историю происхождения и становления предпринимательства. Что такое предпринимательство? Кто такой предприниматель? Эти вопросы возникают все чаще, отражая возросший интерес к данной области не только в странах, вступивших на рыночный путь развития, но и во всем мире.

История развития самого термина "предприниматель", или как говорили в средние века "антрепренер" (с французского означает - "посредник") - это организатор парадов и музыкальных представлений; лицо, отвечающее за выполнение крупномасштабных, строительных или производственных объектов. Один из первых примеров посредничества дает Марко Поло (великий путешественник, один из первых европейцев достигший Китая, стоявший у истоков развития торговли с этой страной). Отправляясь в путешествие, он подписал контракт с купцом, и тот дал ему товары для продажи. В те времена кредит торговцу предоставлялся обычно по ставке 22,5%, включая страховку. Роль купца-капиталиста в подобных сделках была пассивной, а торговца - активной. Именно торговец рисковал своей жизнью, отправляясь в дальнейшее путешествие, связанное с осуществлением всего предприятия. По завершению вояжа основную долю прибыли (до 75%) капиталист забирает себе, а торговцу приходилось довольствоваться лишь остатками.

Понятие предпринимательского риска получает свое развитие в XVII веке, когда предпринимателем стали называть человека, заключившего с государством контракт на выполнение работ или на поставку определенной продукции. Поскольку стоимость контракта оговаривалась заранее, размеры прибыли и убытков определялись исключительно удачливостью самих предпринимателей. Одну из первых концепций предпринимательства разработал английский экономист XVIII века Р.Кантильон. Он считается отцом самого термина "предприниматель", под которым понимал человека, действующего в условиях риска. Так, торговцы, фермеры, ремесленники и прочие мелкие собственники покупают по известной цене, а продают по неизвестной, то есть действуют в условиях риска.

В XVIII веке произошло разграничение понятий - собственников капитала стали отличать от дельцов, заставляющих его работать. Иначе говоря, стали различать функцию предоставления капитала (послужившего основой для развития современного венчурного капитала) и предпринимательскую функцию. Одной из причин подобного разграничения послужила индустриальная революция, высветившая роль предпринимателя и собственника капитала в экономическом развитии. Лишь в середине XX века сложилось современное понимание предпринимателя. В западной социологической и экономической науке при рассмотрении места, значимости и характера взаимоотношений между различными представителями социальной структуры современного общества акцент делается на выявлении функций, выполняемых ими в рыночной экономике. С этой позиции определяется их значимость в жизни общества и перспективы развития. Под

таким углом зрения складывается и представление об отличительных чертах предпринимательства как особого слоя.

Наиболее существенный вклад в разработку теории и практики предпринимательства внес американский ученый И.Шумпетер. Конечно, о предпринимательстве писали его научные предшественники, но делали это тогда, когда предприниматель еще фактически был слит с другими социальными фигурами: капиталиста, собственника, управляющего, изобретателя. Рассмотрение преимущественно велось в статике. Для подобного подхода имелись веские основания: во-первых, предприниматель совмещал в одном лице функцию собственника и технического руководителя, и менеджера, и коммерсанта; предпринимательская деятельность еще не вычленилась в качестве самостоятельной; во-вторых, не возникло и особой потребности в изучении динамики: нововведения стали внедряться уже в XX веке, сузив временные границы традиционного кругооборота.

Появление предпринимателя в качестве субъекта специального анализа у И.Шумпетера связано с его концепцией экономического развития, взятого как динамический процесс. При этом в основе динамики взят переход от привычно повторяющегося кругооборота к новым комбинациям факторов производства. "Осуществление новых комбинаций - это реформировать и революционизировать способ производства путем внедрения изобретений, а в более общем смысле - через использование новых технологических возможностей для производства новых товаров или прежних товаров, но новым методом, благодаря открытию нового источника сырья или нового рынка готовой продукции до реорганизации прежней и создания новой отрасли промышленности..." [1, с.89].

Феноменом экономического развития является предприниматель. Предпринимателем И.Шумпетер называет хозяйственных субъектов, функцией которых является осуществление новых комбинаций и которые выступают как его активный элемент. В соответствии с такой посылкой И.Шумпетер отнюдь не считает этот хозяйственный тип явлением, свойственным исключительно рыночной экономике. "О предпринимателях говорится не только по отношению к тем историческим эпохам, где они существуют как специфическое социальное явление. Это понятие связывается с функциями и с теми индивидами, которые действительно осуществляют ее при любой общественной формации. Это относится к руководителю социалистического предприятия, и к помещику, и к вождю первобытного племени [1, с. 171]. Иначе говоря, эта фигура предстает внеисторической. В рамках же рыночной экономики предприниматель не обязательно должен быть фабрикантом, промышленником. Предпринимательские функции выполняет и крестьянин, и ремесленник, и лица свободных профессий, то есть представители различных слоев. Предпринимателя характеризует И.Шумпетер с помощью таких понятий, как инициатива, авторитет, дар предвидения и т.п. Особенно эти качества необходимы, когда резко меняется ход экономического процесса.

Имеет ли специфику предприниматель, действующий в капиталистическом обществе? Ответ И.Шумпетера на этот вопрос положителен: да, имеет, и очень значительную. Только в этом обществе предприниматель "существует как специфическое социальное явление" [1, с.170]. И ему экономическая система обязана своим прогрессом, осуществлением новой нетрадиционной комбинации факторов производства. Каковы же мотивы частнопредпринимательского поведения? Типы предпринимательской мотивации изучены и описаны классиками экономической теории - И.Шумпетером, В.Зомбертом, М.Вебером и др.

Выделяют четыре основных мотивационных типа. Первый, условно называемый "традиционным", направлен на желание применять уже имеющийся профессиональный опыт и способности, работать в коллективе с хорошо устоявшимися связями, то есть сохранять стабильность уже достигнутого. Второй, "аффективный", отражает стремление следовать своим эмоциям и чувствам - интуиции или психологическим особенностям

своего характера. В одних случаях это будет "иметь уверенность в завтрашнем дне", в другом - прямо противоположное - испытать риск. Это могут быть также приятные ощущения от чувства свободы и независимости, но всегда - это стремление к определенным эмоциональным состояниям. Третий тип мотивации - "ценностный" связан с влечением не к инструментальным благам, а к чему-то самоценному: исполнению долга перед собой, близким, обществом. Четвертый тип - "инновационный". Он отражает желание профессионально проверить себя в чем-то (профессиональная инновация) и даже удовлетворять все новые и новые запросы ("инновация" в сфере потребления).

Вышеописанные мотивы отражают различные потребности, кратко определяемые как потребности в "выживании" (первый тип), получение эмоционального удовлетворения (второй тип), самоутверждение (третий тип) и собственно в труде (четвертый тип). Реальность же представляет нам множество разнообразных сочетаний предпринимательских мотивов, создавая различные предпринимательские образы.

Современные исследователи предпринимательства в разных странах прибегают к основным положениям социальной философии и экономической теории Ф.Фон Хайека, являющиеся теоретико-методологической базой исследований проблем предпринимательства. Рынок, по Хайеку, способствует высокой степени ожидания с реальностью не у всех индивидуумов, а лишь у тех, кто выдержит конкуренцию. Заранее не известно, кто победит, но то, что победит сильнейший, рынок гарантирует. А это означает, что общество в целом окажется в выигрыше, так как любой продукт будет изготавливаться людьми, умеющими это делать с меньшими или, по крайней мере, не с большими издержками, чем тот, кто данного продукта не производит. Поэтому цена любого товара будет ниже той, по которой он мог бы продаваться, если бы его производили не те, кто фактически занят этим сейчас. Движущей силой процесса поиска нового является предприниматель, который стремится обнаружить возможности получения дохода, не замеченные другими. При этом, как считает Хайек, предпринимательство и предприниматель характеризуются не родом занятий, а поведением хозяйственного субъекта [2,с.60].

Все последующие исследования проблемы предпринимательства связаны с Дэвидом Макклелландом, Питером Друкером, Альбертом Шапиро и др., идеи которых перекликаются с научными изысканиями И.Шумпетера и Ф.Фон Хайека. Исследователи XX века особое внимание уделяют личности и социальным характеристикам предпринимателя. Во всех определениях предпринимателя и предпринимательства они включают в себя, во-первых, элементы инициативы, во-вторых, организацию или реорганизацию социально-экономических механизмов, с тем чтобы с наибольшей выгодой использовать имеющиеся ресурсы и конкретную ситуацию, в-третьих, взятие на себя ответственности за возможную неудачу, т.е. готовность рисковать.

Следовательно, предпринимательство - это деятельность, являющаяся базой возникновения соответствующего социального слоя. Главные признаки этой деятельности делятся на необходимые (базовые) и возможные (вторичные). К необходимым свойствам следует отнести организационно-хозяйственное новаторство и экономическую свободу хозяйствующего субъекта. Что касается других признаков - владение ресурсами, принятие решений, несение риска, лидерство и т.д., то они выступают либо производными от базовых, либо дополняющими их суть. О творческом, новаторском характере предпринимателя говорят практически все исследователи. Предприимчивость - одна из способностей человека, проявляющаяся в различных видах его деятельности. Таким образом, предприниматель - это революционер в экономике, типичный выскочка, лишенный верности традициям, его отличают духовная раскрепощенность, большой запас энергии и сил, способность увлекать за собой людей; часто недостаток информации и времени на ее обработку заменяется особым чутьем или интуицией, позволяющими быстро принимать решения.

Эксперты биржи идей по маркетингу в США выявили три главных источника мотивации предпринимателя: 1) желание получить больший контроль за своим собственным будущим; 2) надежда в гораздо большей мере объединить в одно целое работу и личную жизнь; 3) желание распространить свой собственный стиль и образ жизни на сферу деловой активности [3, с. 144].

Предприимчивый человек - это интегратор, посредник, ему принадлежит связующая роль в отношениях между людьми. Экономическое поведение рассчитано на особый мир - мир рынка и товарно-денежных отношений, товарно-денежной связи.

Организационные формы предпринимательской деятельности разнообразны. К ним относятся единоличные предприятия, товарищества, кооперативы, акционерные общества открытого и закрытого типа и другие. Выбор экономической формы предприятий произволен. Он диктуется размерами и характером производства, его ролью в экономике страны, традициями и многими другими факторами, но прежде всего возможностью обеспечить максимальную эффективность производства и его успешное развитие в перспективе. Наибольшую эффективность трудового процесса обеспечивает единоличное предприятие, в котором предприниматель является собственником, и управляющим, и исполнителем. Например, в США их доля в общем количестве деловых фирм достигает 80%, приблизительно такова же картина во всех развитых странах мира [4, с. 25].

Рассмотрев понятие "предпринимательство" и его организационно-хозяйственные формы, следует выделить его функции. Первая функция - предпринимательская. Реализуя ее, собственник создает предприятие, принимает решение о главных направлениях своей деятельности путем производительного использования производственного и технического потенциала и т.д.

Вторая функция - производственная. Она связана с практической реализацией предпринимательских решений, изготовлением товаров и оказанием услуг. Поскольку такую деятельность необходимо координировать, то третьей функцией является управленческая. Она состоит в организации процесса производства, сбыте товаров и услуг, закупке сырья и материалов, найме рабочей силы и повседневном руководстве.

Четвертая функция предпринимателя заключается в присвоении результатов производства - получении, распределении и использовании прибыли.

В развитых странах проявляется тенденция к повышению социальной направленности экономики. В связи с этим следует выделить в качестве пятой функции социальную. Социальные функции предпринимательства - те, которые прямо или косвенно решают вопросы, связанные с проблемой воспроизводства человека, материальных и духовных условий существования, а также системой общественных отношений - социальных условий его жизнедеятельности. Предпринимательство неразрывно связано с жизнедеятельностью людей. Все, что производит предприниматель (товары и услуги), предназначено для потребления обществом. Конечно, предприниматель прежде всего думает о своей прибыли. Однако еще Адам Смит в своей книге "Исследование о природе и причинах богатства народов" (1776г.) указывал, что "каждый человек эгоистично преследует только свою личную выгоду, тем не менее трудится на благо всего общества, словно его направляет "невидимая рука" [5, с. 331]. Адам Смит видел гармонию между частным и общественным интересом. Экономическое и социальное в предпринимательстве тесно взаимосвязаны. Предприниматель, движимый стремлением получить прибыль, находит новые комбинации факторов производства, производит продукцию (экономическое), а в процессе трудовой деятельности воспроизводятся условия жизнедеятельности людей, сами люди и общественные отношения (социальное). Таким образом, достижение социальных целей основывается на экономическом росте, а он, в свою очередь, зависит от эффективности использования социальных факторов.

Процесс перехода и освоения рыночных отношений сопровождается становлением

экономических классов- класса собственников и класса наемных работников. Класс собственников представлен группами крупных, средних и мелких владельцев капиталов, воплощенных в финансовых, материальных и информационных ресурсах. По своему социальному и экономическому положению эти группы сильно дифференцированы, и их капиталы, как правило, функционируют в разных сферах. Крупные состояния складываются на базе финансовых операций и в связи с экспортом природных ресурсов. Группа средних и мелких собственников формируется в результате торговых операций на внутренних рынках, ввоза в страну товаров широкого потребления, финансовых спекуляций. Сейчас в Кыргызстане (и в других странах СНГ) капитал в основном вкладывается в посреднические операции, торговлю, финансовую сферу и незначительно в производство.

В Кыргызстане в 2008 году, по данным Национального Статистического Комитета, увеличилось количество частных предприятий и стало больше индивидуальных предпринимателей. Так, по итогам 2008 года в КР зарегистрировано 9 тысяч 694 малых и средних предприятий, их стало больше на 427 в сравнении с 2007-м. Доля валовой добавленной стоимости субъектов малого и среднего бизнеса в валовой внутренней продукт (ВВП) составила 45,4 процента, или 63 миллиарда 373,6 миллиона сомов, что превышает аналогичный показатель 2007-го на 0,2 процента.

Количество занятых в сфере малого и среднего бизнеса людей в 2008 году составило 282,1 тысячи человек, что превышает данные 2007-го на 14,6 тысячи. Индивидуальную предпринимательскую деятельность осуществляли 193,4 тысячи физических лиц, прирост составил 13,8 тысячи в сравнении с аналогичным периодом 2007 года.

Объем промышленной продукции, произведенной субъектами МСП за 2008 год, составил 15 миллиардов 110,6 миллиона сомов, или 25,5 процента, что меньше показателей 2007-го на 3,1 процента. Ими также произведено сельскохозяйственной продукции на 54 миллиарда 604,1 миллиона сомов, или 60,8 процента от общего объема продукции республики, что больше, чем в 2007-м, на 0,3 процента [6].

Одним из главных составляющих среднего класса являются представители мелкого, среднего и крупного бизнеса, которые в ближайшем будущем станут массовой базой и интегральным элементом конкурентного рыночного механизма.

Следовательно, при переходе к рыночным отношениям остро стоит проблема: какие социальные группы, ориентированные на рынок, получают приоритетное развитие.

По мнению российского социолога Беляевой Л.А., существует два варианта. Первый - крупные собственники, администраторы из бывшей номенклатуры, представители крупного теневого бизнеса, способные организовать эффективное производство; второй - массовые слои граждан, владеющие собственностью в результате приватизации государственной собственности. К ним относятся инженерно-технические работники, управленческий и административный персонал, не занимающая высших постов, работающая по найму интеллигенция, городские и сельские мелкие собственники, в том числе большая часть крестьянства и фермерства, рабочих высокой квалификации, работников сферы обслуживания и другие [7, с. 30].

Мировой опыт свидетельствует о том, что эффективность функционирования экономической системы зависит от наличия в обществе среднего слоя, а его количественный перевес стабилизирует социально-политическую обстановку, создает гарантии демократического пути развития общества. Поэтому второй вариант наиболее предпочтителен для Кыргызской Республики.

Следовательно, предприниматели в социальной стратификации общества занимают лидирующее место и являются основой создания нового среднего класса на территории постсоветского Кыргызстана. Для успешного функционирования и развития предпринимательства следует создать определенные условия. К ним относятся следующие меры:

- целенаправленное обучение мужчин и женщин основам предпринимательской деятельности;
- льготное кредитование;
- предоставление льгот по местному налогообложению;
- участие государства в соучредительстве по организации новых предприятий;
- формирование и регулирование рынка труда;
- предоставление выгодных региональных госзаказов;
- упрощенная регистрация и лицензирование деятельности; в том числе в сфере внешнеэкономических операций;
- юридический и экономический льготный консалтинг;
- обеспечение правовых льгот предпринимательской деятельности в свободных экономических зонах;
- содействие и координация деятельности союзов и ассоциаций предпринимателей.

По нашему мнению, данные меры будут способствовать становлению и развитию нового слоя – предпринимателей в системе социальной стратификации кыргызского общества.

#### **Литература:**

1. Шумпетер И. Теория экономического развития. - М.: Прогресс, 1982. - 400 с.
2. Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия //Мировая экономика и международные отношения. -1989. -№12. -С.48-60.
3. Иванов М. Как добиться успеха. -М.: Политиздат, 1991. -408 с.
4. Веснин В.Р. Менеджмент для предпринимателей. -М.: Антика, 1993. -144 с.
5. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов.- М.: Соцэкгиз. - 1962. - С. 331- 332.
6. <http://www.24.kg/community/23278-2007/08/24/60205.html>.
7. Беляева Л.А. Средний слой российского общества: проблемы обретения социального статуса // Соц.исследования.-1993. -№10. - С.13-22.
8. Сорокин П. Человек, цивилизация и общество.- М.: Изд. полит. лит., 1992. - 302 с.
9. Комаров М.И. Социальная стратификация и социальная структура //Соц. исследования. -1992. -№ 7. -С.62-72.