

Гнатюк Александр Николаевич

соискатель кафедры философии и социологии

Адыгейского государственного университета

gnatma@ya.ru

Aleksandr N. Gnatyuk

applicant for Candidate's degree of the Department

of Philosophy and Sociology of Adyghe State University

gnatma@ya.ru

**Основные подходы к изучению малого бизнеса
как субъекта адаптации**

**The main approaches to the study of small business
as a subject of adaptation**

***Аннотация.** В статье анализируются основные подходы к изучению малого бизнеса как субъекта адаптации, отмечается, что функционирование малого бизнеса в настоящее время осуществляется в условиях постоянно меняющейся внешней среды, а сами предприниматели регулярно сталкиваются с ситуацией неопределенности, когда становится крайне затруднительно делать сколько-нибудь обоснованный прогноз деловой обстановки. Тема исследования обладает значительной научно-теоретической актуальностью, которая обусловлена растущей необходимостью теоретического осмысления факторов неопределенности социально-экономического развития российского общества в контексте их влияния на формирование адаптационных стратегий отечественного малого бизнеса, создания теоретической базы для разработки конкретных способов и средств оптимизации стратегий адаптации субъектов малого бизнеса, повышения значимости данного социального слоя в общественной жизни.*

***Ключевые слова:** адаптация, адаптационные стратегии, социальная неопределенность, малый бизнес, малое предпринимательство, малое предприятие*

***Summary.** The article analyzes the main approaches to the study of small business as a subject of adaptation, it is noted that the operation of small businesses is currently being implemented in a constantly changing external environment and the entrepreneurs themselves regularly faced with the situation of uncertainty, it becomes extremely difficult to make any reasonable forecast of the business environment. The research topic has significant scientific and theoretical relevance, which is due to the growing need for a theoretical understanding of the uncertainties of socio-economic development of the Russian society in the context of their influence on the formation of adaptation strategies of domestic small businesses, providing a theoretical framework for the development of specific*

methods and means of optimization of adaptation strategies of small business entities, enhance the significance of this social layer in society.

Key words: *adaptation, adaptation strategies, social uncertainty, small business, small business, small enterprise.*

Малый бизнес традиционно рассматривается в экономической и социологической науке в качестве своеобразного «локомотива социально-экономического развития страны», роль которого заключается в преодолении различных негативных явлений общественной жизни, включающих коррупцию в сфере государственного управленческого аппарата, монополизацию экономической сферы, теневизацию деятельности бизнес-структур и т.д. [1; 3] По подсчетам современных экономистов, на долю малого бизнеса в промышленно развитых странах приходится от 50% до 60% созданного ВВП, что позволяет рассматривать малый бизнес как социальный фундамент функционирующей в этих странах рыночной экономики и как основу политической стабильности, определяющей эволюционное развитие общества и государства, исключающее радикальные революционные изменения [2]. В рассматриваемых странах субъекты малого бизнеса, как правило, образуют особый класс товаропроизводителей, для которых характерен прогрессивный экономический менталитет и хозяйственная предприимчивость.

Таким образом, даже в самых высокоразвитых с экономической точки зрения странах, в которых функционируют огромные предприятия, в том числе, и транснациональные корпорации, основная масса валового продукта все же создается большим количеством малых и средних предприятий. Малый и средний бизнес в этих странах функционирует как гарант гибкости и динамичности социально-экономической системы, выступая в качестве средства, позволяющего удовлетворять потребности населения в труде, заработной плате, необходимых товарах и услугах. Как показывает практика, деятельность средних и в особенности малых предприятий может быть ориентирована на удовлетворение местных нужд, потребности регионального развития и решения наиболее актуальных проблем местного и регионального значения. В целом, развитие малого предпринимательства, о чем свидетельствует опыт стран с высокоразвитой рыночной экономикой, способствует повышению эффективности функционирования всей социально-экономической сферы жизни общества, содействует росту благосостоянию последнего.

Необходимо отметить, что в различных государствах существуют разные трактовки самого понятия «малый бизнес», выделяются соответствующие законодательные дефиниции. В соответствии с российским законодательством, к субъектам малого бизнеса относятся коммерческие компании, предприниматели, потребительские кооперативы и фермерские хозяйства. При этом Федеральный закон от 24 июля 2007 г. N 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» определяет ряд условий, при которых организация считается

малой: выручка (лимит выручки для микропредприятий составляет 120 млн. руб., а для малых компаний — 800 млн. руб.), лимит работников (у микропредприятий штат не может превышать 15 человек, а у малых — 100 человек), доля участия других работников (компания считается малой при условии, что доля участия в ее уставном капитале других организаций максимум 49%: такой лимит действует с 30 июня 2015 г.) [3]. Отметим, что в рамках специальных исследований малое предприятие определяется как инициативная, самостоятельная, рискованная деятельность субъекта хозяйствования, базирующаяся на инновациях, способствующая развитию собственного дела, ставящая главной целью получение прибыли и ограниченная определенными критериями [4, с.10].

Исследования особенностей функционирования малого бизнеса, осуществленные в разные годы учеными-экономистами, позволили выделить ряд достоинств и преимуществ малого предпринимательства, к числу которых относятся такие как ресурсная маневренность предприятий малого бизнеса, присущая им способность к максимально эффективному использованию принципов и приемов современного маркетинга, которые позволяют малым предприятиям успешно функционировать на рынке, применяя сбалансированную товарную, ценовую и сбытовую политику. Наряду с этим, именно малому бизнесу, как показывает практика, нередко удается достичь тесных контактов между производителями и потребителями, что обеспечивает максимальный учет потребностей и интересов потребителей целевого рынка, способствуя экономическому процветанию данных предпринимателей. Лучшим представителям малого бизнеса также присуща «гибкость и адаптивность производственных структур», если речь идет о предпринимателях, производящих те или иные товары и услуги, которые составляют большинство в развитых капиталистических странах. Данным предпринимателям обыкновенно удается дифференцировать товарное предложение в соответствии с меняющимися условиями рыночного спроса [5, с.14-15]. Устойчивое развитие предприятий малого бизнеса возможно лишь в случае оперативного и гибкого реагирования последних на изменения внешней экономической конъюнктуры, что, как правило, включает повышение конкурентоспособности товаров и услуг, производимых данной компанией, достижение ликвидности и финансовой стабильности функционирования предприятия, его высокую инвестиционную активность в комплексе с широким применением различных инновационных факторов саморазвития. Только в этом случае возможно создание динамически равновесной целостной системы, способной к самостоятельному определению своего целенаправленного развития в настоящем и прогнозируемом будущем [4, с. 15].

Общественное значение малого предпринимательства традиционно рассматривается в контексте обеспечения предприятиями малого бизнеса социальной и политической стабильности. Дело в том, что именно индивиды, имеющие свое небольшое дело, относящиеся, как правило, к среднему классу экономически развитых стран, заинтересованы в политической стабильности,

а также в устойчивости социального положения страны и ее перманентном экономическом росте. Хорошо известен тот факт, что в периоды финансово-экономических кризисов именно малые предприятия в первую очередь испытывают на себе все негативные последствия, связанные с сопровождающей кризис рецессией экономики. В то же время минимальный риск в деятельности малого предпринимательства достигается лишь в условиях стабильного социально-экономического развития. По этой причине степень распространенности малого бизнеса может рассматриваться как своеобразный индикатор стабильности социально-политической обстановки в конкретной стране: чем больше граждан вовлечено в малый бизнес, функционирующий на легальной основе, тем стабильней обстановка в данной стране. По мнению Г.Б. Кошарной, Н.А. Юртаева и Л.В. Рожковой, малое индивидуальное предпринимательство можно рассматривать как особый тип экономического поведения, который отличается специфическим предпринимательским духом, а также творческой и инициативной деятельностью, связанной при этом с определенным риском для определенного числа вовлеченных в деятельность предприятия малого бизнеса индивидов [6, с. 13-14]. Наряду с этим, в малой компании, как правило, присутствует определенная психологическая атмосфера, созданию которой способствует соединение в одном лице собственника и руководителя или управленца.

Процессы, связанные со становлением и развитием малого бизнеса, имеют следствием формирование широкого слоя собственников: для субъектов малого предпринимательства, как показывает практика, занятие бизнесом служит не только источником средств существования, но и эффективным способом развития творческого и интеллектуального потенциала личности предпринимателя. Наряду с рядом других значимых функций, малый бизнес выполняет важнейшую социальную функцию, связанную с созданием новых рабочих мест, что в свою очередь имеет следствием такие позитивные социальные изменения как снижение уровня безработицы и социальной напряженности. Так, в развитых капиталистических государствах Запады процессы, связанные с развитием рыночной экономики и осуществляющейся параллельно реструктуризацией крупных предприятий, обусловили массовое стремление значительной части граждан к занятию бизнесом, созданию собственного дела. Увеличение удельного веса малого предпринимательства в структуре экономики развитых стран способствовало радикальному изменению сознания большого числа жителей этих стран, связанного со стремлением рассчитывать преимущественно на собственные силы, самостоятельно нести ответственность за собственную судьбу и благосостояние, что можно рассматривать как противоположность или альтернативу люмпенской психологии и социальному иждивенчеству. Одно из немаловажных преимуществ малого предпринимательства заключается в том, что для организации малого бизнеса, как правило, не требуется производить крупные вложения в основные средства: рассматриваемое достоинство может

привлекать многих начинающих предпринимателей, ориентированных на создание собственного дела, а также может положительно сказываться на себестоимости производимой малым предприятием продукции.

Наряду с вышеуказанными специфическими характеристиками малого бизнеса, в специальных исследованиях также указывается на такие достоинства малых предприятий как «гибкость, простота и дешевизна управления, способность содействовать научно-техническому прогрессу, ускорять внедрение его завоеваний, мобилизовать значительные финансовые и производственные ресурсы общества». Все это обуславливает ту важную социально-экономическую роль, какую призван играть малый бизнес в развитии современного общества. В то же время, малым предприятиям нередко присущи и определенные недостатки, которые, как правило, обусловлены чрезмерной зависимостью данных предпринимательских структур от факторов внешней среды, связаны с характерной для таких предприятий неустойчивостью, особенно если речь идет о масштабных финансовых потрясениях, социально-экономических кризисах, являющихся неотъемлемой характеристикой экономик рыночного типа (в частности, одной из важнейших проблем предприятий малого бизнеса в условиях кризиса является недостаток финансовых средств, в то время как банкам нередко бывает невыгодно выдавать небольшие кредиты, востребованные субъектами малого предпринимательства). В случае с малым предпринимательством, таким образом, присутствует высокая степень риска разорения вследствие большой зависимости от воздействия факторов внешней среды. Так, современный финансово-экономический кризис оказал сильное негативное воздействие на значительную часть предприятий малого бизнеса, что будет подробно рассмотрено автором в последующих разделах диссертационного исследования.

С учетом всего вышесказанного можно констатировать, что успешное развитие малого бизнеса целесообразно рассматривать в качестве неотъемлемого условия формирования социально-ориентированной рыночной экономики, обеспечения высокого уровня и качества жизни для миллионов российских граждан. Состояние малого бизнеса, тенденции его развития и устойчивая динамика во многом определяют национальную безопасность конкретного государства, в том числе, и Российской Федерации. Малое предпринимательство, оказывающее сильнейшее воздействие на различные сферы общественной жизни, включающие политику, экономику, социальную сферу, само находится в зависимости от ряда внешних факторов: экономических, политических, организационных и т.д. Малый бизнес в условиях рынка не может не зависеть от характера факторов внешней среды и в данной ситуации формирование благоприятной внешней среды для субъектов малого предпринимательства, вне всякого сомнения, является задачей продуманной и стратегической государственной политики. Предприятия малого бизнеса по объективным причинам, связанным с действием неблагоприятных факторов внешней среды, характеризуются меньшей устойчивостью и конкурентоспособностью в

сравнении со многими крупными компаниями, вследствие чего возникает необходимость в государственной поддержке малых компаний, призванных обеспечить стабильность и устойчивого развитие малого предпринимательства. В обязанность государству вменяется необходимость оказания всесторонней поддержки малому бизнесу, способствование развитию последнего, что включает в себя и освобождение от подчас непосильного налогового бремени, произвола многочисленных чиновников, различных проверяющих инстанций, а также давления со стороны криминалитета, организованных преступных структур.

Наиболее серьезные препятствия, с которыми сталкивается в настоящее время российский малый бизнес, связаны в первую очередь с недостаточным развитием нормативно-правовой базы функционирования малого предпринимательства, неразвитостью инфраструктуры, отсутствием необходимых финансовых ресурсов и механизмов, а также требуемого опыта осуществления предпринимательской деятельности. В процессе адаптации предприятия к условиям внешней среды могут использоваться различные способы, подходы и приемы, которые в совокупности могут быть определены как методы управления, задействованные в рамках определенных адаптационных стратегий предприятия малого бизнеса, применяемые в целях приспособления последнего к условиям постоянно меняющейся экономической конъюнктуры, в том числе, явлениям негативного характера, связанным с периодически возникающими финансовыми кризисами. Здесь в качестве субъектов, разрабатывающих те или иные адаптационные стратегии и внедряющих их на практике, могут выступать как руководство, собственники компаний, так государственные органы и учреждения, реализующие политику в сфере регулирования малого бизнеса, проводящие те или иные мероприятия, призванные повысить степень эффективности их функционирования, а в качестве объекта – управляемая система малого предприятия.

В рамках адаптационного процесса руководителями и собственниками малых компаний могут использоваться различные меры и ресурсы, позволяющие им наиболее быстро и оперативно приспособиться к меняющимся внешним и внутренним условиям своего функционирования и развития, не утратив при этом стабильности и не ухудшив финансового положения предприятия. К внешним составляющим рассматриваемого адаптационного механизма относятся различные налоговые льготы, субсидии, дотации, кредитная поддержка и другие мероприятия, реализуемые прежде всего государством, стремящимся оказать поддержку предприятиям малого бизнеса. К внутренним составляющим – непосредственно те ресурсы, кадровые, финансовые, инвестиционные, технологические и другие, которые используются самими бизнес-субъектами в рамках адаптации к условиям внешней среды. Стабильный и хорошо отлаженный адаптационный механизм функционирования малого предприятия способен, по мнению Т.С. Таничевой, обеспечить ему стабильное существование в условиях постоянно меняющейся

экономической конъюнктуры, успешно приспосабливаться к различным внешним изменениям негативного характера. В настоящее время многие специалисты придерживаются точки зрения, согласно которой эффективный адаптационный механизм устойчивого развития предприятия малого бизнеса может быть сформирован при наличии благоприятных внешних условий [4, с. 18]. К последним, как уже отмечалось выше, относятся различные мероприятия, реализуемые государством и направленные на поддержку малого предпринимательства: налоговые, льготы, субсидии, дотации, кредитная поддержка, лизинг и т.д. (рассматриваемые направления государственной политики могут реализовываться как отдельно друг от друга, так и в совокупности, что оказывает благотворное воздействие на финансовое положение предприятий, позволяя им сохранить устойчивость к негативным факторам внешней среды).

Реализация основополагающих целей функционирования малого предприятия, связанных с выживанием и устойчивым развитием последнего, предполагают необходимость непрерывного взаимодействия с динамично развивающейся внешней средой и активное использование методов адаптивного управления, позволяющих повысить степень оперативности и эффективности принимаемых управленческих решений. Как уже отмечалось выше, в условиях рыночной экономики управление предприятием основывается на стратегиях, учитывающих влияние факторов внешней и внутренней среды. Наиболее оптимальная адаптивная стратегия должна сочетать несколько вариантов развития компании, соответствующих социально-экономической ситуации в обществе, состоянию конкретной отрасли, окружению предприятия и его внутреннему адаптационному потенциалу. Выбор эффективной адаптационной стратегии, как отмечает Р.Д. Бекмуратов, уже сам по себе представляет форму адаптации предприятия к возможным негативным факторам внешней среды. Содержание адаптационной стратегии образует комплекс технических, организационных, информационных, управленческих и других мероприятий, способствующих устойчивому развитию организации, адекватному и быстрому реагированию на состояние внешней среды и происходящие в ней изменения, что может достигаться посредством преобразования деятельности структурных единиц предприятия. Адаптационная стратегия малого предприятия может включать в себя мероприятия по созданию организационно-экономических условий, призванных повысить эффективность производимых компанией товаров или услуг. С точки зрения Р.Д. Бекмуратова, в рамках адаптационной стратегии, применяемой на уровне конкретной малой компании, должны быть предусмотрены все возможные варианты решения потенциальных проблем, которые впоследствии могут применяться в комплексе или по отдельности [7].

В условиях социальной неопределенности, кризисного характера развития современного общества, неравномерного и разбалансированного состояния его социально-экономической системы, на первый план в рамках функционирования малых предприятий выдвигается как наиболее значимая

способность к быстрому реагированию, приспособлению к формирующимся негативным условиям внешней среды, степень и характер адаптации к данным условиям. Именно адаптационные возможности, степень эффективности применяемых адаптационных стратегий компаний в настоящее время выступают в качестве основополагающего фактора, обеспечивающего эффективную деятельность конкретного предприятия, его долговременное и успешное существование на рынке [8, с. 43]. Под адаптацией малого предприятия следует понимать процесс приспособления или изменения рассматриваемого предприятия к внешней среде в ходе своей деятельности и развития, позволяющий обеспечить выживаемость компании в определенных экономических и социальных условиях. Достижение высокого уровня адаптации, сопровождающееся применением эффективных адаптационных стратегий, позволяет предприятию сохранить свою устойчивость, в том числе, и в период экономического кризиса, и успешно конкурировать на рынке с другими компаниями.

Литература:

1. Богданов К.М. *Российский малый бизнес в условиях финансового кризиса: социальные стратегии адаптации. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата социологических наук. Ростов н/Д., 2012.*

2. Иванов С.А., Уткин Н.И. *Малый бизнес как стратегический ресурс развития экономической безопасности //Проблемы управления рисками в техносфере. 2008. № 6.*

3. *Федеральный закон Российской Федерации от 24 июля 2007 г. N 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» //Российская газета. Федеральный выпуск. № 4427. 31 июля 2007.*

4. Таничева Т.С. *Формирование адаптационного механизма устойчивого развития малых промышленных предприятий. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук, Старый Оскол, 2013.*

5. Каишур А.А. *Использование адаптационного механизма в управлении малыми и средними промышленными предприятиями. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. СПб., 2014.*

6. Кошарная Г.Б., Юртаев Н.А., Рожкова Л.В. *Малое предпринимательство как способ социальной адаптации населения малых городов //Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2008. № 3.*

7. Бекмуратов Р.Д. *Совершенствование адаптивной системы управления предприятиями //Дискуссия. Политематический журнал научных исследований. 2014. № 2. [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.journaldiscussion.ru/publication.php?id=1028.*

8. Орлова Л.В. Проблемы адаптации малого и среднего предпринимательства в российской экономике //Известия Уральского государственного экономического университета. 2009. № 2. Т. 24.

Literature:

1. Bogdanov K. M. *The Russian small business in the financial crisis: social adaptation strategies. The dissertation on competition of a scientific degree of the candidate of sociological Sciences. Rostov n/D., 2012.*

2. Ivanov S. A., Utkin N.I. *Small business as a strategic resource for the development of economic security //Problems of risk management in technosphere. 2008. No. 6.*

3. *The Federal law of the Russian Federation of 24 July 2007 N 209-FZ «About development of small and medium enterprises in the Russian Federation» // Rossiyskaya Gazeta. The Federal issue. No. 4427. On July 31, 2007.*

4. Tanicheva T.S. *Formation of the adaptation mechanism for the sustainable development of small industrial enterprises. The dissertation on competition of a scientific degree of candidate of economic Sciences, Stary Oskol, 2013.*

5. Kaspura A.A. *The Use of the adaptation mechanism in the management of small and medium-sized industrial enterprises. The dissertation on competition of a scientific degree of candidate of economic Sciences. SPb., 2014.*

6. Kosharnaya G.B., Yurtaev N.A. Rozhkova L.V. *Small businesses as a means of social adaptation of the population of small towns //news of higher educational institutions. Povolzhskiy region. Social Sciences. 2008. No. 3.*

7. Bekmuratov R.D. *Adaptive control system of the enterprises //Discussion. Polythematic journal of scientific research. 2014. No. 2. [Electronic resource]. Mode of access: www.journaldiscussion.ru/publication.php?id=1028.*

8. Orlova L.V. *Problems of adaptation of small and medium entrepreneurship in the Russian economy // News of the Ural state economic University. 2009. No. 2. Vol. 24.*