

УДК 316.334.23 (575.2) (04)

## ИССЛЕДОВАНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

*Ж.А. Нурбекова* – канд. соц. наук, доцент  
Казахский Национальный университет им. Аль-Фараби

---

Institutionalization of entrepreneurial activity in Kazakhstan, forming of new stratification structure is bound up with specific peculiarities of Kazakhstan society developing at the period of economical, social and political reform of the whole society system.

Становление предпринимательства как относительно новой социально-профессиональной группы в структуре постстоталитарных обществ проходит ряд стадий. Каждая из них характеризуется своими особенностями. Общей чертой следует назвать интенсивность процесса и на стадии формирования современного предпринимательства как группы, и на стадии перехода к интенсивной деятельности, ее развертывания по разным направлениям и видам. Другая особенность связана с механизмом рекрутирования предпринимательской группы из разных социальных групп и слоев общества, что в итоге предопределяет достаточно пеструю, мозаичную структуру предпринимательства. В результате интенсивного становления и развития предпринимательства в постстоталитарных обществах стремительная дифференциация процесса привела к необходимости выделять в его структуре различные группы.

Считается возможным рассмотреть в сравнении социологическое описание процесса становления стратификационной структуры предпринимателей в современной российской и казахстанской действительности, опираясь на историко-ретроспективный анализ и сравнительный подход. Ретроспекция необходима для восстановления картины динамики и выявления специфики процесса развития предпринимательства с точки зрения условий и факторов, которые его предопределили. Сравнительный

подход позволит объяснить тенденции и закономерности развития стратификации в сходных социокультурных условиях, а также выявить специфику их научного исследования.

На постсоветском пространстве существовала гипотетическая возможность стать собственником в условиях разгосударствления и декларирования свободы рыночных отношений. Однако, как показала практика жизни, далеко не все слои населения смогли воспользоваться этим шансом для переадаптации в новых социально-экономических условиях. Как происходил процесс формирования класса собственников и что способствовало либо препятствовало процессу рекрутирования в предприниматели исследовали российские и казахстанские социологи.

Достаточно интересно казахстанскую ситуацию становления и эволюции структуры предпринимательства проанализировал Л.Я. Гуревич. Он считает, что различные слои предпринимателей разбросаны практически по всем основным ступеням социальной лестницы. Если взять международную систему социальной стратификации, то представители крупного и части среднего бизнеса окажутся в высшем классе. Малый бизнес в большинстве своем составит ядро среднего класса. Значительная часть самозанятых, фермеров и “челноков” окажется в низшем классе.

Поэтому предприниматели должны быть достаточно четко классифицированы прежде всего

по социальному происхождению и стартовым позициям. Источники формирования бизнес-элиты и “массового” бизнеса в постсоветских обществах в корне различны. Л.Я. Гуревич выделил несколько базовых позиций формирования постсоветской бизнес-элиты: “теневики”; “кооператоры”; “комсомольцы”; “директора”; “партократы”; “криминалитет”; “молодые интеллектуалы”.

“Теневики” ведут свою историю еще с советских времен. Их существование в тоталитарно-распределительной экономике убедительно подтверждает естественность и органичность рыночных отношений для человеческого общества. Будучи официально запрещенным, рынок полностью не исчезал, а уходил в подполье. Теневой бизнес в советском государстве существовал всегда, включая период военного коммунизма и годы Великой Отечественной войны. Однако особого расцвета он достиг в 70–80 гг. XX в. У населения в эти годы образовались значительные избыточные средства, которые существующая экономическая система не позволяла реализовать в производстве и потреблении. Одновременно разрядка международной напряженности сделала советское общество более открытым. Резко возрос торговый обмен с западом на государственном уровне и в то же время достаточно значительная часть советских граждан получила возможность бывать за рубежом. Все это привело к новому качеству потребительских запросов, к потребностям в иностранной валюте. Усложнившаяся экономика все меньше поддавалась директивному планированию. Механизм государственного планирования все хуже справлялся с распределительскими и контрольными функциями. Именно часть “теневиков” легализовалась с первыми рыночными преобразованиями. Однако они в подавляющем большинстве не выдержали конкуренции с последующими поколениями предпринимателей и сегодня почти не присутствуют в бизнесе.

Настоящими пионерами постсоветского бизнеса стали кооператоры. Закон “О кооперации” фактически легализовал некоторые виды частнопредпринимательской деятельности в приличествующей коммунистической идеологии форме. Возможности, открытые государством, использовали в то время действительно смелые и наделенные предпринимательским талантом люди. В основном они занялись торгово-посреднической деятельностью. Сфе-

рой их деятельности стали также издательский бизнес, средства массовой информации, использование вторичных ресурсов, реже – внедрение научно-технических разработок. Представители поколения “кооператоров” представлены в сегодняшнем казахстанском бизнесе, однако, как правило, не в ключевых отраслях.

Существенную роль в становлении постсоветского бизнеса сыграли комсомольские функционеры конца 80-х гг. Некоторые из них оказались весьма гибкими, мобильными людьми, ориентированными, вопреки своему официальному положению, на западные ценности. Для предпринимательской деятельности они использовали движения так называемых “комсомольско-молодежных инициатив”. Это были организации научно-технического творчества молодежи, молодежные жилищно-строительные кооперативы и т.д. Из поколения “комсомольцев” вышли некоторые достаточно видные представители казахстанского бизнеса. Однако ключевые позиции в казахстанском бизнесе заняли “директора” и “партократы”, т.е. руководители крупных предприятий и высшие функционеры КПСС, находившиеся к моменту распада СССР на высших хозяйственных и государственных постах. Именно в их руках оказались сырьевые и финансовые ресурсы страны. Свой бизнес представители этих двух групп за короткое время сумели сделать семейным.

Процесс передачи советской государственной собственности в руки советской же экономической и политической элиты, т.е. трансформация значительной части старого правящего класса в новый господствующий класс, имел место во всех постсоветских государствах. Общие черты и национально-региональные особенности функционирования этого исторически беспрецедентного механизма еще не стали объектом серьезного научного осмысления. Мы все еще смотрим на приватизацию и раздел государственной собственности через призму политики и идеологии. Постараемся, однако, стать на позиции научной объективности и выделить общее и особенное в формировании ядра постсоветской бизнес-элиты. При этом заметим, что следующие ниже выводы носят общий, предварительный характер. Для фундаментальных заключений необходим сбор и анализ огромной социологической информации о происхождении и составе промышленно-финансовых групп, возникших на базе приватизации [1].

Что же касается малого предпринимательства, не считая городских самозанятых и сельских фермеров, то, как показали исследования, его социальные источники отразили социальную структуру Казахстана. Социальной базой малого бизнеса явилось большинство страт казахстанского общества. Наиболее же значительную роль сыграли в городах представители инженерно-технической и научной интеллигенции, а в селах – руководители и специалисты бывших совхозов и их подразделений. В то же время многие деятели советской торговли и сферы услуг в условиях рыночных отношений оказались слабыми конкурентами.

Л.Я. Гуревич исследует процесс становления предпринимательства с учетом нескольких критериев: доходов, доступа к властным ресурсам, профессии, образования, авторитета, статусности, которые предопределили характер и содержание процесса становления и тенденции стратификационной структуры предпринимательства в Казахстане.

Если в начале 1990-х годов предпринимательством стали активно заниматься бывшие партийные, комсомольские, профсоюзные работники, как более информированные о тенденциях общественного развития, имеющие навыки менеджмента и самое главное – утратившие свой престижный статус и быстро адаптировавшиеся к новым условиям. Люди эти были достаточно опытными для той ситуации, они начали предпринимательское дело довольно успешно, хотя зачастую корыстные интересы у них преобладали над интересами общества. В настоящее время в социально-профессиональную группу предпринимателей вливаются новые, как правило, молодые люди, которые получили профессиональное бизнес-образование и знакомы с проблемами и перспективами профессии. Новые представители предпринимателей обладают иным, чем первая волна их коллег, профессиональным мышлением, более инновационной предпринимательской культурой. В настоящее время социологами наблюдаются интенсивные процессы социальной стратификации в группе предпринимателей.

Обзор российской литературы показывает, что среди российских ученых нет единого мнения о том, по каким критериям стратифицировать предпринимателей. Общепризнанной является концепция Т.И. Заславской, которая для обозначения нового элемента социальной струк-

туры вводит понятие “бизнес-слой”. Под бизнес-слоем она понимает совокупность субъектов производственной, финансовой и коммерческой деятельности, осуществляемой с целью получения прибыли на базе автономно принимаемых решений и под свою личную ответственность.

Т.И. Заславская предлагает социально-структурный и деятельностный подход к объяснению закономерностей возникновения бизнес-слоя в постсоветской России. Она выделяет предпринимателей как социальный слой и проводит его классификацию по следующим признакам:

- качественным особенностям статуса, конкретному типу и содержанию деятельности;
  - масштабам мобилизуемых индивидом материальных и финансовых ресурсов, силе социальных связей и политического влияния.
- Таким образом, “ядерными” группами бизнес-слоя являются предприниматели, самозанятые, бизнесмены-менеджеры, для которых характерно создание собственных предпринимательских структур.

В группы бизнес-слоя включаются:

- предприниматели – частные собственники предприятий и фирм, лично или управляющие, не совмещающая эту деятельность с работой по найму;
- самозанятые – высокооплачиваемые специалисты и квалифицированные рабочие, занятые малым предпринимательством на базе индивидуального организованного труда с помощью собственных средств производства;
- бизнесмены-менеджеры – наемные директора мелких и средних предприятий преимущественно акционерного и частного секторов, совмещающие управленческую работу по найму с ведением собственного бизнеса.

Полупредприниматели – наемные работники, в основном акционерного и частного секторов экономики, не выполняющие управленческих функций и совмещающие основную работу с теми или иными видами предпринимательства.

Менеджеры-совладельцы – хозяйственные руководители мелких и средних акционерных предприятий, работающие по найму; но вместе с тем располагающие пакетами акций управляемых предприятий.

“Классические” менеджеры – хозяйственные руководители, управляющие государствен-

ными предприятиями на основе найма, т.е. “за зарплату” [2].

Таким образом, Т.И. Заславская, применяя структурный и деятельностный подходы, выделяет предпринимателей как особый социальный слой (группу слоев) по их месту в социально-экономической структуре и характеру деятельности в соответствующих экономических институтах.

При рассмотрении казахстанских концепций социальной стратификации отмечается позиция М.С. Аженова, который полагает, что главным фактором деления на богатые, средние, бедные классы предпринимателей выступает доход. Казахстанские бизнесмены неоднородны по масштабам деятельности, по доходам, по отношению к власти, по уровню профессиональной подготовки и по другим параметрам. Но все же в условиях становления стратификационной структуры в первую очередь доход выступает основным критерием деления на классы предпринимателей. В Казахстане есть крупные, средние, мелкие предприниматели.

Предприниматели, которые входят в бедный класс – это мелкие предприниматели, “челночники”, самозанятое население. К бедным слоям населения относят тех людей, материальная жизнь которых едва обеспечивает биологическое, физическое существование. С переходом на рыночные отношения увеличивается безработица. Безработные составляют основную часть класса бедных. Часть безработных, в условиях рыночных отношений, стала заниматься предпринимательской деятельностью. Они не имели никакой собственности. Занятие предпринимательской деятельностью давало возможность как-то жить, не голодать, иметь какие-то источники дохода [3].

Мелкие бизнесмены занимаются ввозом товаров из зарубежных стран и продажей их в собственной стране по более высоким ценам. Миллионы американских долларов они вывозят из Казахстана и оставляют в других странах. Своими привезенными товарами, которые более дешевы, чем казахстанские, они конкурируют с отечественными производителями. Значительная часть мелких бизнесменов торгует на базарах, в лотках, киосках, просто на улице разными товарами, в том числе алкогольными напитками, сигаретами, газетами, журналами, мелким товаром. От своей работы люди получают небольшие доходы, которые помогают выживать.

Богатый класс предпринимателей представлен людьми, имеющими большие состояния в виде денег, имущества и других материальных ценностей. Размеры состояния казахстанских богачей скрываются, они не декларируют свои доходы, о них можно лишь догадываться или получать не совсем достоверные данные из сообщений средств массовой информации.

Некоторые богатые предприниматели разоряются, не выдерживая коммерческой конкуренции. В данное время легальными богачами являются некоторые банкиры, руководители фирм, лица, связанные с иностранными фирмами, хозяева отдельных сырьевых предприятий. Определенная часть богатого класса – это способные, предприимчивые люди, профессионалы. Без таких людей общество не в состоянии прогрессировать. Богатые также нуждаются в государственной поддержке, если их деятельность направлена на развитие отечественного производства, на открытие новых рабочих мест, если они увеличивают доходную часть бюджета путем выплаты налогов [3].

Итак, изучение предпринимателей как новой социально-профессиональной группы в казахстанском обществе показывает, что предпринимательство в Казахстане имеет определенные тенденции развития, механизмы функционирования. Признание и актуальность этой деятельности приобретает в нашей стране особое значение. Рассмотрение процесса институционализации предпринимательства с позиций социальной стратификации подтверждает ее многофакторность как социального явления, отражает характер интенсивного движения социальных систем. Институционализация предпринимательства в Казахстане, формирование новой стратификационной структуры связано со специфическими особенностями развития казахстанского общества в период экономического, социального, политического реформирования всей общественной системы.

#### Литература

1. Гуревич Л.Я. О феномене постсоветской бизнес-элиты // Евразия. – 2002. – №3. – С. 64–65.
2. Заславская Т.И. Бизнес – слой российского общества. Сущность, структура, статус // Социс. – 1995. – №3. – С. 3–11.
3. Аженов М.С. Социальная структура постсоветского Казахстана // Равенство неравных людей: проблемы социального взаимодействия. – 2000. – С. 22–24.