

О.М. Шубат, канд. экон. наук,¹
г. Екатеринбург

СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ФУНКЦИИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

В статье исследуются функции малых форм предпринимательства, придающие особую социально-экономическую значимость этой форме бизнеса в трансформационный и кризисный периоды. Автором идентифицированы такие ранее не выделяемые функции малого бизнеса, как семейная и репродукционная, что позволяет установить связь предпринимательской и репродуктивной активности. В работе также дается расширительная трактовка экономических функций предпринимательства.

Ключевые слова: предпринимательство, малое предпринимательство, функции предпринимательства, репродуктивная активность, социальная защита.

Под предпринимательством в современных условиях понимают систему хозяйствования, затрагивающую либо весь процесс воспроизводства, либо отдельные его стадии (производство, распределение, обмен и потребление) и основанную на рискованной, инновационной деятельности с целью получения предпринимательского дохода. Отмеченные признаки предпринимательства закреплены в современных нормативно-правовых актах государства. Так, Гражданский кодекс РФ (ГК РФ) определяет предпринимательскую деятельность как самостоятельную, осуществляемую на свой риск деятельность, направленную на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке (ст. 2 ГК РФ).

Следует отметить, что экономисты, социологи и философы, занимающиеся этим вопросом, не пришли к единому мнению о сущности предпринимательства, о его социально-экономической роли, о характеристике самого предпринимателя. Понятие предпринимательства на сегодняшний момент не является однозначным или универсальным. Однако можно отметить, что уже в начале XX в. теории предпринимательства стали приобретать социальную направленность, наиболее ярко проявившуюся в социологических и психологических концепциях конца века.

Так, известный австро-американский ученый Й. Шумпетер в книге «Теория экономического развития» (1912 г.) связывал предпринимательство с осуществлением инновационной деятельности. Предприниматель – это новатор, творческая, инициативная личность, которая постоянно ищет новые, лучшие комбинации факторов производства [1]. К сугубо экономическим аспектам в понимании сущности предпринимательства теория Шумпетера добавила тонкие психологические моменты мотивации.

¹ Шубат Оксана Михайловна – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления качеством продукции Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина; e-mail: o.shubat@yandex.ru

Крупный вклад в разработку теории предпринимательства внес немецкий экономист В. Зомбарт, предложивший концепцию предпринимательского духа и создавший типологию предпринимателей [2].

Зомбарт выделяет качества, которыми должен обладать предприниматель, – это известная мера духовной свободы, воля к действию, упорство и постоянство в преследовании поставленной цели; способность оценивать людей в отношении продуктивности их труда, талант заставлять людей работать, владение духовным оружием, т.е. умение вести переговоры.

Современные теории предпринимательства все больше ориентируются на изучение его социальных функций, нацелены на отражение его общественных ролей (политических, социальных, экономических).

Так, известный экономист австрийской школы Ф. Хайек в знаменитой работе «Дорога к рабству» (1944) пишет о созидательной и прогрессивной роли свободного предпринимательства в истории: «И только когда свобода предпринимательства открыла дорогу использованию нового знания, все стало возможным – лишь бы нашелся кто-нибудь, кто готов действовать на свой страх и риск, вкладывая свои деньги в те или иные затеи. Лишь с этих пор начинается бурное развитие науки (поощряемое, заметим, вовсе не теми, кто был официально уполномочен заботиться о науке), изменившее за последние сто пятьдесят лет облик нашего мира» [3].

Сущность предпринимательства у Хайека – в поиске новых экономических возможностей. Предпринимательство является «социальным лифтом», который позволяет добиться успехов в жизни и благополучия даже в том случае, если индивид не обладает никакими материальными ресурсами. Поэтому

единственной прогрессивной политикой современности может быть только та, которая ориентирована на достижение свободы личности. Таким образом, теория предпринимательства у Хайека дополняется политическими вопросами либерализма и свободы личности.

Известный американский ученый Р. Хизрич предлагает достаточно лаконичное определение предпринимательства, в котором отражается и новаторский характер деятельности предпринимателя, и рисковая составляющая его сущности, и фактор психологического удовлетворения от деятельности: «предпринимательство – это процесс создания чего-то нового, что обладает стоимостью, а предприниматель – это человек, который затрачивает на это все необходимое время и силы, берет на себя весь финансовый, психологический и социальный риск, получая в награду деньги и удовлетворение достигнутым» [4, с. 20].

Таким образом, современное предпринимательство предстает многогранным социально-экономическим, политическим и психологическим феноменом. Оно выполняет разнообразные функции. Чаще всего в экономической литературе выделяют три из них – организационную, ресурсную и социальную. Однако, на наш взгляд, более содержательной является следующая классификация. С некоторой долей условности все функции предпринимательства можно разделить на две группы – экономические и социальные (рис. 1).

Функции социальной направленности предпринимательства чрезвычайно разнообразны, некоторые из них относятся в целом к предпринимательству, другие характерны лишь для отдельных его форм. Группа социальных функций включает в себя следующие разновидности: *социальной защиты, творческая* и обычно не выделяемая *семейно-репродукционная функция*. Социальные



Рис. 1. Функции предпринимательства в рыночной экономике

функции предпринимательства становятся особенно актуальными в периоды экономических кризисов и трансформаций. Более содержательно рассмотрим выделенные функции.

Функция социальной защиты

Данная функция преимущественно характерна для малых форм бизнеса, особенно для индивидуального предпринимательства (в силу его неформального и часто теневого характера деятельности). Собственно отличительной чертой малого бизнеса является его более высокая социальная значимость по сравнению с другими формами предпринимательства.

Как отмечают социологи, «значительная часть людей, организующих собственное дело, являются «вынужденными» предпринимателями, т.е. теми, кого к предпринимательской деятельности подтолкнули угроза безработицы, низкая заработная плата, неудовлетворенность работой, дискриминация на рабочем месте, дискриминация по этническим признакам и т.д.» [5, с. 8].

В этой связи малое предпринимательство, особенно в форме индивидуального предприятия (характеризующимся более простым способом организации и системой взаимоотношений), представляется наиболее предпочтительным и для индивида, и для государства вариантом социальной защиты. Для отдельного человека индивидуальное предпринимательство означает реализацию права индивида иметь собственное дело и источник дохода, быть независимым. Для государства малое предпринимательство является одним из инструментов регулирования рынка труда, который позволяет поддерживать занятость и снимать с бюджета нагрузку по социальным трансфертам.

Это становится особенно актуальным в периоды кризисов, когда в силу стагнационных процессов в экономике снижается доходная часть бюджета, резко сокращается занятость в формальном секторе экономики, и государство оказывается не в состоянии обеспечить достойную социальную поддержку растущей армии безработных.

В этой ситуации малый бизнес, особенно его неформальная часть, «абсорбирует» излишек свободной рабочей силы, снимает социальную напряженность, уменьшает диспропорции в доходах различных социальных групп, уменьшает нагрузку на государственный бюджет. Такая способность малого бизнеса связана в том числе и с относительно низкими капитальными затратами по созданию рабочих мест.

Малый бизнес выполняет функцию социальной защиты и для социально-уязвимых групп населения – инвалидов, женщин с маленькими детьми, студентов – поскольку часто предлагает ненормированный и не жестко лимитированный график работы, неформальные отношения занятости, гибкую систему оплаты труда.

Функция социальной защиты в отношении некоторых групп населения дополняется культурно-политическими аспектами – малое предпринимательство создает рабочие места и дает возможность социальной и культурной адаптации этническим меньшинствам, в какой-то мере нивелируя проявления этнической дискриминации.

Особой разновидностью социальной функции малого бизнеса является функция социально-психологической помощи населению, что особенно актуально для высокоурбанизированных территорий. Как показывают исследования, постоянные клиенты предпочитают ходить в небольшие магазинчики и в мастерские не только для покупок или получения необходимых услуг, но и для жизненно важного общения с работниками как со старыми знакомыми [6, с.46]. Тотальная социальная отчужденность современного общества, порождающая многочисленные проблемы социальной напряженности и неврозов особенно у жителей крупных городов в какой-то степени может быть нивелирована функ-

ционированием малых форм бизнеса, совмещающих в себе и коммерческие принципы деятельности, и семейные, общинные ценности с привычным укладом жизни.

Творческая функция

Сущность предпринимательства (особенно малых его форм, где совмещаются функции менеджера и собственника) заключается в рисковом и новаторском характере деятельности. Умение найти нетрадиционное, нетривиальное решение в сложной и рискованной ситуации связано с реализацией творческого потенциала человека. С другой стороны, творческое, новаторское начало в природе индивида находит свое выражение в создании нового продукта, его модификации, новых способах продвижения товара, новых комбинациях имеющихся ресурсов и т.п.

В результате предпринимательство – есть социально приемлемая, созидательная и потому экономически необходимая форма проявления неординарной сущности человека (стремления к лидерству, стремления выделиться из человеческой массы, наличия некой идеи), есть форма выхода и вещественного воплощения его творческой энергии, необходимое условие научно-технического прогресса.

Обусловленность предпринимательской деятельности неэкономическими, творческими мотивами подтверждается рядом исследований. В частности, согласно данным исследовательского проекта Научного фонда ГУ ВШЭ, половина российских начинающих предпринимателей являются так называемыми добровольными предпринимателями – их стремление открыть собственное дело связано с поиском преимуществ, которые дает занятие бизнесом. Причем подавляющим большинством (68 %) таких предпринимателей руководят неэкономиче-

ческие факторы мотивации – стремление к свободе, самореализации, независимости и др. Их можно назвать потенциально склонными к инновационному предпринимательству [7, с. 12–14].

Семейно-репродукционная функция

Данная функция преимущественно характерна для малых форм бизнеса, связана с созданием на современной основе «органичного» типа семьи и распадается на две субфункции. Первая субфункция – собственно семейная – появляется в результате негативных сторон функционирования малого бизнеса. Вторая субфункция – репродукционная – становится возможной в результате преимуществ, возникающих в процессе его деятельности.

Семейная субфункция

Одним из недостатков небольших предприятий неформального сектора экономики является затрудненный доступ к финансовым ресурсам – банковские ссуды, кредиты, коммерческие займы индивидуальным предпринимателям малодоступны. Это обстоятельство ориентирует частных предпринимателей в целях мобилизации ресурсов укреплять и использовать различные типы социальных связей – родственные, соседские, дружеские. Как утверждает ведущий исследователь ГУ ВШЭ Т.А. Алимова, российские предприниматели до сих пор начинают бизнес на деньги родственников и друзей. «Мы посчитали, что объем этого неформального финансирования, привлеченного предпринимателям для старта в 2007 году, был существенно больше, чем все средства, выделяемые по федеральным программам поддержки малого бизнеса» [8, с. 10].

Таким образом, через систему экономической взаимозависимости, объективную потребность в прочных семейно-родственных связях малые

формы предпринимательства способствуют преодолению негативных тенденций современности, связанных с разрушением института семьи, обособленностью и социальной замкнутостью человека.

Репродукционная субфункция

Эта функция связана с позитивным влиянием развития малых форм бизнеса на уровень рождаемости и условия воспитания детей в семье. Вследствие занятости индивида на собственном предприятии возникают чувства социальной защищенности и уверенности в своих возможностях и уровне доходов, что приводит к появлению репродукционной субфункции индивидуального предпринимательства. Наличие этой субфункции порождает большую демографическую активность населения.

На наличие прямой связи между уровнем доходов рабочих и уровнем рождаемости в их семьях указывал А.Смит в работе «Исследование о природе и причинах богатства народа». Смит пишет: «Щедрая оплата труда, позволяющая рабочим лучше содержать своих детей и, следовательно, взрастить большее число их, естественно, имеет тенденцию расширить эти пределы размножения». Кроме того, Смит указывает на взаимообусловленность спроса на труд и уровня рождаемости: «Если этот спрос непрерывно возрастает, оплата труда необходимо должна в такой степени поощрять браки и размножение среди рабочих, чтобы этот непрерывно возрастающий спрос мог быть удовлетворен столь же непрерывно возрастающим населением» [9, с. 114].

Более тесный характер прямой связи предпринимательской и репродукционной активности вероятнее всего может быть обнаружен в производственном виде предпринимательства. Когда человек занят самостоятельным производством продукции (особенно

такой жизненно необходимой, как, например, хлеб, пиломатериалы) и имеет представление о технологических и организационных вопросах своего бизнеса, то он становится психологически более уверенным в своем будущем, в своих возможностях организации и успешного ведения собственного дела, т.е. получения стабильных доходов, а также в возможности научить детей тому, что умеет делать сам. Индивидуальный производственный бизнес порождает уверенность предпринимателя в том, что он сможет удовлетворить хотя бы элементарные потребности своих детей, обеспечить их жильем и т. п., поскольку все зависит только от него самого и нужные навыки для этого у него уже имеются. Эта уверенность, подкрепленная желанием преемственности и передачи по наследству собственного бизнеса, может стимулировать предпринимателя к большей репродуктивной активности.

Кроме того, индивидуальная производственная и сознательная репродуктивная активность сопряжены с проявлением у индивида сходных черт характера: созидательность, рисковость, умение брать на себя ответственность за принимаемые решения, единоличность этой ответственности, способность принимать нестандартные решения. Более того, оба описываемых вида активности обладают и сходными недостатками – традиционализм и низкий уровень инновационности в российских условиях. Такая «однородность» является глубинным основанием связи репродуктивной и индивидуальной производственной активности.

Идентификация семейно-репродукционной функции верифицировалась в ходе экспертного опроса (8 углубленных интервью с индивидуальными предпринимателями-производственниками). Так, углубленное интервью с индивидуальным предпри-

нимателем *А* (производство хлеба и хлебобулочных изделий) выявило, что если в «советский» период своей жизни он успешно реализовал стандартную модель двухдетной семьи, то в период своей работы в сфере индивидуального предпринимательства у него появились еще двое детей. По его мнению, собственный стабильный бизнес создает дополнительные доходы и дает ему возможность полностью реализовать потребность в детях.

Причинно-следственные связи нередко выстраиваются и по иному. Например, углубленное интервью с респондентом *Б* (производство кондитерских изделий) показало, что только после рождения ею двоих детей-погодков она смогла реализовать естественную потребность в свободном графике работы в продуктивном секторе в сочетании с родительским трудом по воспитанию детей в репродуктивном секторе (семье). При этом ее новая работа в качестве индивидуального предпринимателя, как говорит *Б*, «позволила мне осуществить давнюю мечту – иметь собственное дело и родить третьего ребенка».

Представляет определенный интерес и углубленное интервью с индивидуальным предпринимателем *В*, недавно занимающимся производством мясных полуфабрикатов. Получаемые доходы пока позволяют ему иметь только одного ребенка, но он считает: в его семье должно быть двое-трое детей, при условии, что собственный бизнес станет более успешным. Очевидно, что это намерение может быть действенным стимулом к расширению состава семьи.

Следует отметить, что экономическая литература, посвященная вопросам предпринимательства, вообще не выделяет его семейно-репродукционную функцию. Тем не менее современные демографические тенденции российского общества актуализируют изучение возможных

механизмов, способов и институтов, способствующих преодолению демографического кризиса в стране. В этом ключе изучение особенностей и поддержка развития производственного вида ИП может рассматриваться в качестве одного из возможных механизмов решения указанной проблемы. Идентификация семейно-репродукционной функции производственного индивидуального предпринимательства позволила установить связь индивидуальной производственной и репродуктивной активности, что позволяет оценивать не только экономическую, но и социальную значимость производственной сферы индивидуального предпринимательства.

Рассмотрение социальных функций малого предпринимательства и признание их роли в решении важнейших социально-экономических проблем современной России не отменяет принципиальной значимости экономических функций предпринимательства, имеющих отношение к функционированию экономической подсистемы общества, к воздействию на ее различные уровни. Группа экономических функций предпринимательства включает в себя следующие разновидности: *организационная, производственная, функция создания налогового потока, ресурсная, инновационная, интегрирующая, функция формирования конкурентной среды*. При этом отдельные функции предпринимательства могут быть характерны преимущественно для тех или иных его форм. Рассмотрим перечисленные функции подробнее.

Организационная функция

Предпринимательство в большинстве случаев связано с формированием хозяйствующей единицы, с созданием предпринимательских структур, с процессами реорганизации, расширения или ликвидации бизнеса. Таким обра-

зом, предпринимательство выполняет функцию создания организационной структуры экономики.

Производственная функция

Функционирование экономики, создание национального богатства, экономический рост, характеризующийся увеличением основных макроэкономических показателей (валового внутреннего продукта, валового национального дохода и др.), становятся возможными благодаря поступательному развитию различных форм и видов предпринимательства.

Функция создания налогового потока

Организация и дальнейшая деятельность любой хозяйствующей единицы всегда сопряжена с получением государством налоговых доходов от предпринимательской деятельности. Налоговые поступления составляют большую часть доходов Федерального бюджета России, при этом опорой бюджета, дающей наибольший вклад в формирование его доходной части, является налог на добавленную стоимость.

Ресурсная функция

Предпринимательская деятельность предполагает постоянный поиск и мобилизацию разрозненных экономических ресурсов и включение их в производственный процесс. Предпринимательство имеет целью получение максимальной прибыли в условиях ограниченности ресурсов и поэтому задачами предпринимателя является поиск оптимального соотношения факторов производства, обеспечивающего минимальные затраты и максимальную прибыль. Кроме того, инновационная, новаторская деятельность предпринимателя приводит к изобретению новых и модернизации имеющихся ресурсов.

Инновационная функция

Данная функция характерна прежде всего для малых форм предпринимательства. Так, в Германии мелкие и средние фирмы производят значительную часть открытий и изобретений, обеспечивающих немецким товарам конкурентоспособность на мировых рынках. Кроме того, доля малого бизнеса в финансировании НИОКР составляет 17 % [10, с. 72–73].

Высокая степень неопределенности и риски современных экономических процессов вызывают насущную потребность быстрой адаптации к процессам формирования постиндустриального общества. Кроме того, насыщенность рынка объективно диктует необходимость поиска конкурентных преимуществ в бизнесе, что и достигается путем внедрения инновационной компоненты в процессы хозяйствования. В таких условиях большую способность к модификации и приспособлению к динамично меняющейся ситуации демонстрируют именно малые формы предпринимательства, которые в развитых странах являются локомотивом научно-технического прогресса.

Безусловно, функция инновационности проявляется и в сфере крупного предпринимательства. Однако это выражено в меньшей степени в силу масштабности и, как следствие, большей инертности крупного бизнеса.

В российской экономике новаторский характер малого бизнеса проявляется еще довольно слабо. Так, согласно исследованиям предпринимательского потенциала России оказалось, что большинство начинающих бизнесменов (60–70 %), независимо от стадии, на которой находится их бизнес, предлагают либо будут предлагать продукт (услугу), который ни для кого не является новым [7, с. 26–27].

Интегрирующая функция

Данная функция также характерна преимущественно для малых форм предпринимательства, которые играют интегрирующую роль в рыночной экономической системе. Небольшие по размерам фирмы, использующие «нишевую» стратегию бизнеса и старающиеся использовать любую возможность для предпринимательской деятельности, по сути позволяют крупным компаниям уйти из тех сфер, где крупные размеры экономически нецелесообразны (сфера услуг, значительная часть розничной торговли, венчурные разработки и т.д.).

В этой связи показательна широко распространяющаяся в последнее время в практике российского предпринимательства система аутсорсинга. Эта довольно успешная и современная бизнес-модель, позволяющая добиться реальных конкурентных преимуществ, получает дополнительные стимулы к развитию благодаря деятельности малого бизнеса.

Система аутсорсинга предполагает выполнение сторонней организацией определенных бизнес-функций. Делегирование некоторых функций (как правило, сопутствующих, поддерживающих) позволяет фирме повысить эффективность управления компанией, т.к. все усилия и ресурсы сосредоточиваются на основном для компании виде деятельности. Кроме того, аутсорсинг позволяет сократить расходы фирмы на собственную инфраструктуру. Чаще всего в современных условиях говорят различают такие разновидности аутсорсинга, как IT-аутсорсинг, аутсорсинг бизнес-процессов и промышленный аутсорсинг.

IT-аутсорсинг появился в результате бурного развития в конце XX века сферы информационных технологий. Это потребовало от компаний постоянного отвлечения ресурсов на замену быстро устаре-

вающего и дорогостоящего программного обеспечения, найм квалифицированных специалистов или постоянное повышение квалификации собственного персонала. В таких условиях многие компании предпочли передать управление непрофильными активами профессионалам из сторонней организации, что и вызвало к жизни IT-аутсорсинг.

К аутсорсингу бизнес-процессов относят целый спектр производственно-хозяйственных операций. Это и функции управления персоналом, бухгалтерские функции, аутсорсинг снабжения и логистики, услуги по клинингу, питанию сотрудников, управлению транспортным парком предприятия и т.п.

Промышленный аутсорсинг распространен в большинстве видов производственной деятельности. Он предполагает передачу малой фирме некоторых звеньев производственной цепочки. Это происходит в ситуации, когда производство какой-то промежуточной продукции собственными силами компании обходится дороже, нежели ее производство некоторой специализирующейся сторонней организацией.

В результате преимуществ, которые предоставляет данная модель бизнеса, аутсорсинг является очень популярной системой организации предпринимательства в развитых экономиках. Так, основоположники концепции аутсорсинга в продажах Андерсон и Тринкл отмечают: «Путешествующего во времени человека из пятидесятих до глубины души ошеломило бы открытие, что в наши дни крупные компании отдают на аутсорсинг: производство – подрядным фирмам-производителям; сервисное послепродажное обслуживание – сторонним специалистам; системы сбыта и логистику – сторонним поставщикам этих услуг, таким как компании Federal Express и DHL; разработку нового продукта – независимым консорциумам,

лабораториям, эксклюзивным разработчикам; обслуживание корпоративных компьютерных сетей – таким фирмам, как EDS; даже начисление заработной платы, послепродажное обслуживание, осуществление финансовых операций и транзакций, а также бухгалтерского учета и других функций back-офиса – малоизвестным фирмам» [11, с. 40–41].

Таким образом, в результате деятельности мелких предприятий экономика связывается в единое целое, создается отлаженный механизм взаимодействия различных видов и форм бизнеса, улучшаются прямые и обратные связи между секторами экономики.

Функция формирования конкурентной среды

Данная функция, как и предыдущая, в большей степени относится к малым формам бизнеса, развитие и успешное функционирование которых позволяет противостоять тенденциям монополизации рынка, установлению завышенных цен. Мелкие фирмы, в отличие от крупных, не могут диктовать рынку уровень цен на свою продукцию. Небольшие фирмы заставляют рынок работать в условиях конкуренции с ориентацией на потребительский спрос, сокращая тем самым расходы государства на поддержание конкурентной среды и минимизируя усилия по надзору за соблюдением норм антимонопольного законодательства.

Заметную роль в формировании конкурентной среды играет система франчайзинга – особая форма взаимодействия большого и малого бизнеса, когда мелкие частные фирмы заключают контракт с крупным предприятием на пользование его торговой маркой и на осуществление деятельности под этой торговой маркой на определенной территории и в определенной сфере. Данная система выгодна и для малых фирм, и для крупной компании. Последняя экономит

средства на развитие бизнеса, т.к. в случае такого сотрудничества привлекается капитал малого предприятия, экономит средства на разведку и маркетинговый анализ территорий. Малое предприятие получает от крупного помощь и поддержку в организации и ведении бизнеса.

Важным достоинством франчайзинга является то, что такая бизнес-практика способствует выводу бизнеса из «тени». Франчайзинг предусматривает обязательную систему договоров между участниками франчайзинговых отношений и контроль за их деятельностью, в том числе за ведением финансовой отчетности малых фирм. Поэтому такая бизнес-практика априори является открытым бизнесом, что, безусловно, является благоприятствующим обстоятельством для формирования конкурентной среды и открытости ведения бизнеса.

Функция формирования конкурентной среды малыми формами бизнеса имеет особое значение для развития местных рынков и территорий, поскольку малое предпринимательство в основном ориентируется на местные рынки и ресурсы.

Таким образом, предпринимательство представляет собой многогранный социально-экономический, политический и психологический феномен. Сущность и роль предпринимательства по-разному понималась в различные исторические этапы, согласуясь с общеэкономической обстановкой времени, политическими настроениями и уровнем социально-экономического развития общества. В современных же условиях большую значимость приобретают социальные функции предпринимательства, такие как функция социальной защиты и семейно-репродукционная.

Список использованных источников

1. Шумпетер Й. Теория экономического развития // Мировая экономическая мысль. Сквозь призму веков. В 5 т. Т.IV. Век глобальных трансформаций / Отв. ред. Ю.Я. Ольсевич. М.: Мысль, 2004.
2. Зомбарт В. Буржуа // Мировая экономическая мысль. Сквозь призму веков. В 5 т. Т.III. Эпоха социальных переломов / Отв. ред. А.Г. Худокормов. М.: Мысль, 2005.
3. Хайек Ф. Дорога к рабству. М., 1992. // Собрание книг и статей по вопросам либерализма. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.libertarium.ru/libertarium/lib_road.
4. Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство, или Как завести собственное дело и добиться успеха: Вып. I. Предприниматель и предпринимательство. М.: Прогресс, 1992.
5. Иванова Л.Н. Малое предпринимательство и занятость. М.: Наука, 2004.
6. Виленский А.В. Макроэкономические институциональные ограничения развития российского малого предпринимательства. М.: Наука, 2007.
7. Предпринимательский потенциал российского общества: состояние, проблемы и возможности активизации. Промежуточный доклад по итогам реализации проекта Научного фонда ГУ ВШЭ «Предпринимательский потенциал общества: GEM Россия»: Препринт WP1 / 2007 / 05. М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2007.
8. Перечнева И., Воробьева О. Теория вынужденного предпринимательства // Эксперт-Урал. 2008. №45 (353).
9. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народа // Мировая экономическая мысль. Сквозь призму веков. В 5 т. Т.I. От зари цивилизации до капитализма / Отв.ред. Г.Г. Фетисов. М.: Мысль, 2004.
10. Рубе В.А. Малый бизнес: история, теория, практика. М.: ТЭИС, 2000.
11. Андерсон Э., Тринкл Б. Аутсорсинг в продажах. М., 2006.