

182

на правах рукописи

И. Долгорукова

**Долгорукова Ирина Владимировна**

**Малое предпринимательство как социальный институт в  
современной России: социологический анализ**

Специальность 22.00.04 - социальная структура,  
социальные институты и процессы

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени кандидата социологических наук

Москва – 2006 г.

182 - 149-159

Работа выполнена на кафедре социологии социальной работы Российского государственного социального университета

Научный руководитель - доктор социологических наук, профессор  
Юдина Татьяна Николаевна

Официальные оппоненты: - доктор социологических наук  
Павлюк Николай Яковлевич  
- кандидат социологических наук  
Романов Игорь Анатольевич

Ведущая организация: - Московский государственный институт  
международных отношений (Университет)  
МИД России, кафедра социологии.

Защита состоится 31 мая 2006 г. в 10.00 на заседании диссертационного совета Д-212.341.01 при Российском государственном социальном университете по адресу: 129226, Москва, ул. Вильгельма Пика, д.4, к. 2, зал заседаний диссертационного совета.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Российского государственного социального университета.

Автореферат разослан 28 апреля 2006 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета



Орлова И.В.

## Общая характеристика работы

*Актуальность темы исследования.* В современных условиях центральное место в осуществлении радикальных трансформационных преобразований в России принадлежит процессам создания в обществе атмосферы цивилизованного предпринимательства. В этом аспекте особое значение приобретают проблемы становления отечественного малого предпринимательства как социального института в современной истории России.

Малое предпринимательство как форма проявления общественных отношений не только воздействует и изменяет каждого конкретного человека, его образ жизни, но и способствует повышению материального и духовного потенциала общества, создает благоприятную почву для практической реализации способностей и талантов каждого индивида, ведет к единению наций, сохранению ее национального духа и национальной гордости. Однако недостаточное внимание к вопросам формирования этого социального института со стороны государства и общественных организаций мешает малому предпринимательству в нашей стране развиваться так эффективно, как это происходит в западных странах.

Обращение к проблемам развития малого предпринимательства обусловлено его важным значением в экономической и социальной жизни страны. Сегодня очень важно понять, как происходит адаптация современных предпринимателей, какие факторы оказывают решающее воздействие на развитие малого предпринимательства в России и каков характер этого воздействия.

Другой стороной актуальности настоящего исследования является новая фаза развития экономической и социальной жизни России, постепенно выходящей из экономического кризиса 90-х годов и встающей на путь устойчивого экономического роста. Важнейшим условием такого роста становится интенсификация развития малых предприятий как внутри

национальной экономики, так и во внешнеэкономической сфере. С каждым годом сокращается «теневой» сектор хозяйствования в стране. Мелкие предприятия «осваивают» законные пути экономической деятельности.

Решение социальных задач в современном российском обществе приобретает первостепенное значение. Однако еще не вполне окрепшее Российское государство не в состоянии выполнить все свои социальные функции. Институт малого предпринимательства становится новой активной силой, способной наравне с государством нести бремя социальной ответственности. Однако его участие в решении социальных проблем сегодня во многом зависит от государственной политики в сфере малого бизнеса.

Диссертационное исследование построено таким образом, чтобы последовательно, начиная с определения сущности малого предпринимательства, структуры и функций нового социального института, переходя к социальным аспектам деятельности института малого предпринимательства, подойти к решению своей главной задачи – выявлению особенностей функционирования социального института малого предпринимательства в российском обществе и определению возможностей усовершенствования его элементов, обеспечивающих ему эффективное развитие, наиболее полное раскрытие его потенциала, создание с его помощью дополнительного импульса к социальному и экономическому росту.

***Состояние научной разработанности темы диссертации.*** Осмысление теоретических и практических проблем предпринимательства в трудах современных российских ученых представлено довольно широко. В последние годы в рамках социологической науки появилось немало работ, посвященных разработке нового направления: экономической социологии. В них среди других научных положений обозначается и роль предпринимательства в социально-экономических преобразованиях в российском обществе. Были проведены исследования по раскрытию некоторых социальных аспектов предпринимательской деятельности.

Проблемы предпринимательства привлекли к себе особое внимание с началом экономических реформ в России. Еще в конце 80-х годов они нашли свое отражение в трудах таких известных российских ученых, как Н.Г. Агурбаш, Л.И. Абалкин, А.В. Бусыгин, П.Г. Бунич, А.В. Баранов, А.О. Блинов, Ю.В. Веселов, Т.И. Заславская, Н.Я. Павлюк, В.В. Радаев, Р.В. Рыбкина, А.Д. Урсул, Э.Н. Фетисов, А.Ю. Чепуренко, Г.П. Черников, Ф.Э. Шереги, М.В. Яковлев и др.

Тематика малого предпринимательства широко представлена в трудах российских ученых-экономистов. Можно выделить целый ряд интересных направлений, таких как изучение венчурного малого предпринимательства, проблем системы налогообложения малых предприятий, проблем развития малого предпринимательства на региональном уровне, проблеме адаптации и роста малых предприятий и т.д.

Заметный вклад в разработку проблем предпринимательства внесли российские социологи. Уже окрепло до недавнего времени считавшееся новым направление – экономическая социология. В рамках него работают такие известные российские ученые, как В.В. Радаев, С.А. Арутюнян, Э.Н. Фетисов, И.Г. Яковлев, Ф.Э. Шереги.

Набирает силу новое исследовательское направление - социология предпринимательства. Заслуга разработки этого направления принадлежит таким российским ученым, как Н.Я. Павлюк, С.Н. Рохмистров, И.М. Бунин и др. В их работах дана характеристика предпринимательства как социального института, базирующаяся на выдвижении первичности фактора потребностей в зарождении и развитии этого сложного социально-экономического феномена. Кроме этого, ими была проделана работа по разработке концепции социологии предпринимательства как специального научного направления в социологии, где малое предпринимательство выделено в качестве одного из агентов предпринимательской деятельности.

Несмотря на то что социологическая наука накопила значительный объем знаний по проблемам предпринимательства, проведено множество

социологических исследований на тему развития предпринимательства в нашей стране, целостный социологический анализ места и роли малого предпринимательства как социального института в современном российском обществе пока еще не был проведен.

**Цель и задачи исследования.** Целью диссертационной работы является выявление и анализ особенностей функционирования малого предпринимательства как социального института, формирующегося на базе возникновения новой системы социальных потребностей и взаимоотношений в российском обществе, выработка практических рекомендаций по формированию развернутой системы социальной ответственности малого предпринимательства.

В соответствии с поставленными целями в работе предполагается решить следующие *основные задачи*:

- определить сущность и основные функции малого предпринимательства как социального института;
- разработать авторскую типологию малого предпринимательства;
- охарактеризовать специфику функционирования социального института малого предпринимательства в современной России, выделить основные черты, характеризующие облик хозяев малых предприятий в России
- выяснить, насколько развито сегодня социальное партнерство на частных малых предприятиях, и какое влияние оно оказывает на становление малого предпринимательства как социального института;
- оценить роль государственной поддержки в развитии малого предпринимательства, ее эффективность и функциональность в современной России;
- определить уровень консолидации современных российских предпринимателей и значимость этого фактора в развитии малого предпринимательства;
- выявить специфику социальной ответственности как одной из основных функций малого предпринимательства в современной России, определить

основные компоненты, факторы формирования социальной ответственности малого предпринимательства и готовность малых предпринимателей участвовать в решении социальных проблем.

**Объект исследования** – малое предпринимательство в современной России.

**Предмет исследования** – особенности функционирования социального института малого предпринимательства в современном российском обществе.

**Теоретической и методологической основами** диссертационного исследования являются теоретические положения социальных наук, в том числе классической и современной социологии, позволяющих рассматривать малое предпринимательство как социальный институт.

Изучение развития современного малого предпринимательства в рамках единого исследовательского направления – социологии предпринимательства – предполагает применение комплексного подхода, который означает сопряженность предметной плоскости исследования развития предпринимательства с другими – функциональной и исторической.

**Информационной базой исследования** послужили данные Госкомстата РФ, федеральные и региональные программы и другие нормативные документы и аналитические документы органов исполнительной и законодательной власти, информация периодической печати в области малого предпринимательства, а также статистические материалы и аналитические работы международных организаций и зарубежных исследовательских центров.

**Эмпирическая база исследования** основывается на результатах следующих социологических исследований, проведенных автором:

- «Развитие малого предпринимательства в России», Исследование выполнено диссертантом в Москве в мае 2003 года. В исследовании был использован метод анонимного формализованного опроса, выборка квотная. Было опрошено 100 экспертов, руководителей малых частных

предприятий в г. Москве, членов Российской ассоциации развития малого предпринимательства и Торгово-промышленной палаты РФ.

- «Социальная ответственность малого бизнеса в современной России», Исследование проведено диссертантом в июле 2005 года в Москве и Ульяновске. Опрос проводился при поддержке Центра предпринимательства и малого бизнеса Академии народного хозяйства РФ. В ходе проведения исследования методом анонимного формализованного анкетирования было опрошено 300 экспертов, руководителей малых частных предприятий, выборка квотная. В опросе принимали участие предприниматели со стажем деятельности в сфере малого бизнеса не менее пяти лет, а также являющиеся членами Российской ассоциации развития малого предпринимательства и региональных комитетов по поддержке малого предпринимательства в Москве и Ульяновске.

*Научная новизна диссертационного исследования определяется тем, что в нем:*

- предложена интерпретация малого предпринимательства как социального института российского общества, определены основные социальные функции малого предпринимательства;
- разработана авторская типологизация структурных элементов малого предпринимательства с позиции их функциональных особенностей;
- выявлены основные факторы становления социального института малого предпринимательства и определена роль малого предпринимательства в развитии отношений социального партнерства, формировании новой системы норм и ценностей российского общества;
- дана характеристика социальной ответственности как важнейшей функции и фактора развития социального института малого предпринимательства, определены основные структурные компоненты, факторы и тенденции ее развития в современном российском обществе.



В соответствии с целями и задачами исследования *на защиту выносятся следующие основные положения:*

- малое предпринимательство как социальный институт представляет собой исторически сложившуюся форму организации и регулирования инициативной деятельности людей, направленную на получение и распределение прибыли на малых предприятиях. Определение малого предпринимательства как социального института требует учета не только его количественной, но и качественной составляющей предпринимательской деятельности;
- основными типами малой предпринимательской деятельности являются конструктивный тип, связанный с выполнением социально и экономически значимых функций института малого предпринимательства, и деструктивный тип, связанный с возникновением ряда дисфункциональных особенностей нового социального института;
- государственная поддержка является одним из важнейших факторов становления социального института малого предпринимательства. Однако при общей положительной нацеленности государственная политика в области малого предпринимательства не учитывает таких проблем, как высокий уровень налогов, непродуманное законодательство, криминализация малого предпринимательства;
- развитие системы консолидации малых предпринимателей обеспечит малому предпринимательству необходимые ресурсы и условия для выполнения социально значимых функций;
- социальная ответственность, выступая одной из основных функций социального института малого предпринимательства, является, одновременно и важнейшим фактором его развития;
- структуру социальной ответственности малого предпринимательства можно представить в виде шести основных сфер социально ответственного поведения компании: экономическая сфера деятельности;

сфера взаимодействия с государством; сфера социокультурного развития; сфера занятости; природоохранная сфера деятельности и сфера делового партнерства;

**Теоретическая и практическая значимость работы** определяется тем, что разработанные в ней положения смогут расширить теоретические основы исследования малого предпринимательства как социального феномена. Выводы и практические рекомендации диссертационного исследования могут быть использованы при формировании государственной политики в области малого предпринимательства, для выработки управленческих решений по созданию системы социальной поддержки и защиты малых предпринимателей. Они содержат также материал для инновирования учебных курсов по социологии экономики и труда, социологии предпринимательства.

**Апробация диссертационного исследования.** Положения и выводы диссертации нашли отражение в выступлениях автора на III и IV Международных социальных конгрессах, XI и XII социологических чтениях РГСУ, в творческой научной работе, представленной на конкурс аспирантских и студенческих работ РГСУ (2006 г.), а также в выступлении на XI Международной конференции «Ломоносов-2004» (МГУ).

**Структура и объем работы.** Работа состоит из введения, трех глав, включающих девять параграфов, заключения, списка использованной литературы и приложений. Основной текст работы изложен на 149 страницах.

## Основное содержание работы.

Во введении аргументируются выбор проблемы и ее актуальность, дается оценка изученности проблемы в научной литературе, определяются объект, предмет, цель и задачи работы, обосновываются теоретико-методологическая и эмпирическая базы исследования, его научная новизна и практическая значимость, приводятся данные об апробации выводов.

В первой главе - **«Теоретико-методологические основы исследования малого предпринимательства в современном российском обществе»** - осуществляется конструктивно-критический анализ отечественных и зарубежных подходов к рассмотрению малого предпринимательства, выявляются сущность и структура малого предпринимательства как формирующегося социального института российского общества, определяются его основные социальные функции, анализируются основные формы и статистические показатели деятельности элементов социального института, а также прослеживается процесс формирования на базе социального института малого предпринимательства новой социальной группы российского общества – малых предпринимателей.

В первом параграфе - **«Сущность малого предпринимательства как нового социального института»** - данное явление исследуется диссертантом на основе классических и современных экономических и социологических работ по научному осмыслению самого феномена малого предпринимательства и его оформления в общественный институт. На основе конструктивно-критического анализа выявляются основные концептуальные положения, носящие эвристический характер.

Основное внимание диссертант уделяет аргументации того утверждения, что определение малого предпринимательства как социального института требует учета не только его количественной, но и качественной составляющей предпринимательской деятельности. Ее главная черта – соединение функций собственника (распорядителя) имущества и менеджера, который управляет

данным имуществом и обеспечивает самокупаемость бизнеса. Это обуславливает тот факт, что новый социальный институт играет передовую роль в развитии отношений социального партнерства и социальной ответственности в российском бизнесе.

В соответствии с этим малое предпринимательство можно определить как исторически сложившуюся форму организации и регулирования инициативной деятельности людей, направленной на получение и распределение прибыли на малых предприятиях.

Малое предпринимательство как социальный институт должно быть рассмотрено в качестве организованной социальной системы, характеризующейся устойчивостью структуры, интегрированностью ее элементов и определенной изменчивостью ее функций. *Основным субъектом* малой предпринимательской активности автор считает малого предпринимателя, подчеркивая, что он вынужден взаимодействовать с потребителем, партнером по бизнесу, наемным работником и государством. *Объект предпринимательской активности* представляет собой непрерывную цепь звеньев от возникновения потребности в обновлении производства до создания предмета ее удовлетворения, что, в свою очередь, порождает новые потребности, и так непрерывно. Одним из основных элементов института малого предпринимательства, как и любого другого социального института, является *система ценностей, норм, идеалов, а также образцов деятельности и поведения людей.*

В современных условиях не вызывает сомнения тот факт, что предпринимательская деятельность в сфере малого бизнеса связана с осуществлением *социальных функций*. Среди них можно выделить адаптацию, создание новой системы норм, принципов и идеалов, борьбу с нищетой, повышение благосостояния, социальную ответственность и стабилизацию экологической ситуации.

Таким образом, становится очевидным выделение малого предпринимательства как особого социального института, выполняющего не

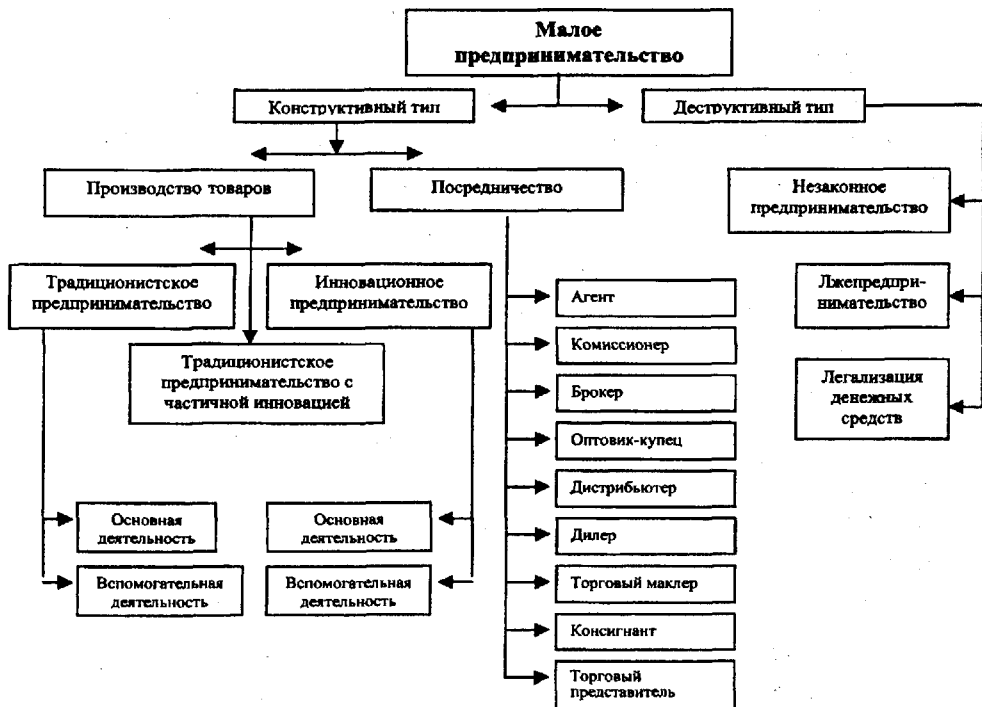
только ряд важнейших экономических и политических функций, но и обеспечивающего развитие социальной инфраструктуры государства.

Во втором параграфе *«Типология малого предпринимательства»* рассматриваются различные типы предпринимательской деятельности, выступающие также структурными элементами нового социального института малого предпринимательства.

Автор считает, что рассмотрение малого предпринимательства как социального института предполагает принятие в качестве основания для типологизации *функциональные особенности* его основных элементов. Малое предпринимательство как социальный институт выполняет ряд социально-экономических функций. Однако, еще не успев полностью сформироваться, новый социальный институт приобретает ряд дисфункциональных особенностей, связанных с некоторыми образцами криминальной деятельности.

Исходя из этого автор выделяет *конструктивный и деструктивный типы* малой предпринимательской деятельности. Конструктивный тип малой предпринимательской деятельности связан прежде всего с выполнением перечисленных в первом параграфе социально и экономически значимых функций института малого предпринимательства (борьба с нищетой, адаптация, социальная ответственность и так далее). Такой тип малого предпринимательства предполагает производство или продвижение товара на рынке.

Эти два вида деятельности, в свою очередь, могут делиться на ряд разновидностей (рис.1): инновационное предпринимательство, основное предпринимательство, вспомогательное предпринимательство, агент, брокер, комиссионер, оптовик-купец, дистрибьютер, дилер, торговый маклер, консигнация, торговое представительство и так далее.



**Рисунок 1. Типология малого предпринимательства с позиции его функциональных особенностей.**

Деструктивный тип связан с возникновением ряда дисфункциональных особенностей нового социального института малого предпринимательства. Они выражаются в основном в криминализации малого бизнеса. В диссертации рассматриваются три основных вида деструкции: незаконное предпринимательство, лжепредпринимательство и легализация (отмывание) денежных средств.

В ряде случаев конструктивный и деструктивный типы малой предпринимательской деятельности могут выступать как взаимопроникающие.

Так легализация денежных средств часто осуществляется в посреднической сфере малой предпринимательской деятельности.

В третьем параграфе – *«Специфика функционирования социального института малого предпринимательства в современной России»* - рассматриваются пути, особенности и формы формирования социального института малого предпринимательства в современном российском обществе.

Автор отмечает, что на сегодняшний день существует неопределенность в формировании статистических данных по малому предпринимательству, связанная с неправильным определением понятия «малое предпринимательство». Некоторые интернетовские сайты публикуют статистическую информацию о малых предприятиях, которая формируется на базе такого определения субъектов малого предпринимательства, которое дают законопроекты некоторых стран Европы и США. Такая информация отнюдь не отражает существующей ситуации в России.

Официальное издание Госкомстата России «Малое предпринимательство в России» публикует статистическую информацию по малым предприятиям, формирующуюся в соответствии с Федеральным законом от 14 июня 1995 года, в котором определены четкие критерии отнесения предприятий к разряду малых и присвоения им определенных льгот. Такая статистическая информация, безусловно, представляется наиболее соответствующей действительности.

Анализ статистических показателей позволил автору выявить следующие особенности развития малого предпринимательства в современной России. Наблюдается постоянная положительная динамика роста числа малых предприятий в нашей стране, однако российская специфика такова, что прирост осуществляется в основном за счет сектора торговли. В промышленном секторе, напротив, малых предприятий становится все меньше. Территориальное распределение малых предприятий по России неравномерно. Большинство их сосредоточено в Центральном и Южном административных округах.

Используя метод вторичной интерпретации данных социологических исследований, а так же анализируя результаты собственного исследования, автор рассматривает личностные качества современных российских предпринимателей, их стремление к объединению. На основе выявленных особенностей делается вывод, что на базе социального института российского малого предпринимательства формируется новая социальная группа российского общества – малые предприниматели. Если новая социальная группа будет действовать эффективно и большинство принимает ее идеи, то общество может обрести новую идеологию и новый стимул двигаться вперед

Во второй главе - «Социальные аспекты функционирования института малого предпринимательства в современной России» - изучается организационное оформление образцов деятельности малых предприятий, выявляются основные факторы, влияющие на развитие системы отношений как внутри социального института, так и с внешней средой. Для выполнения этих задач были обобщены данные, полученные диссертантом в ходе опросов малых предпринимателей.

В первом параграфе - «Малое предпринимательство как агент социальных преобразований в России» - проводится сравнительный анализ особенностей функционирования социального института малого предпринимательства в западных странах и в российской действительности. Автор делает вывод о том, что в российской практике выполнение важнейших функций малого предпринимательства реализуется лишь отчасти. Это можно объяснить тем, что процесс формирования социального института малого предпринимательства в нашей стране не завершен, его структура недостаточно упорядочена, а связи с внешней средой носят односторонний или теневой характер.

Автор выдвигает гипотезу о том, что среди важнейших факторов развития социального института малого предпринимательства можно выделить социальное партнерство и взаимное доверие населения и малого предпринимательства.



Данные, полученные в ходе исследований, позволили выявить следующую особенность функционирования социального института малого предпринимательства: несмотря на все преимущества, которые малое предпринимательство должно предоставлять в сфере социального партнерства, нерешенность многих макро- и микроэкономических проблем, несовершенство законодательной базы и обыкновенная правовая безграмотность не позволяют развиваться должным образом отношениям социального партнерства на малых предприятиях.

Если малые предприниматели не смогут обрести поддержку общественного мнения и государства, достигнуть высокого уровня сплоченности внутри социального института, то весь процесс формирования новой идеологии оказывается бесполезным. С другой стороны, если новый социальный институт действует эффективно, его ценности, идеи и цели интернализованы в обществе, то социальные и экономические преимущества его деятельности будут полностью реализованы.

Во втором параграфе - *«Государственная поддержка малого предпринимательства»* - раскрываются содержание и механизмы государственной поддержки малого предпринимательства как важнейшего фактора развития нового социального института, анализируется процесс формирования нормативной базы, регламентирующей деятельность малых предпринимателей.

Исследуя законодательную базу и основные государственные программы поддержки малого предпринимательства, можно сделать вывод, что присутствует явный интерес органов государственной власти к развитию российского предпринимательства. Однако данные, полученные в ходе авторских исследований, говорят о том, что сами предприниматели в высшей степени недовольны политикой государства относящейся к их деятельности.

Было выявлено крайне негативное отношение малых предпринимателей к системе налогообложения. Участники опроса отмечали, что сегодня наиболее

выгодно развивать свой бизнес в теневой сфере экономики, многие малые предприниматели прямо подчеркивали, что налоги сегодня непомерно высоки, намного выше, чем в других цивилизованных странах. Очень много проблем малого предпринимательства коренится в неадекватной и декларативной форме законодательных и нормативно-правовых актов федерального уровня.

Решение данных проблем ускорит формирование нового социального института малого предпринимательства, уменьшит проявление его дисфункциональных особенностей таких, как получение теневых доходов, непрозрачность бюджета и так далее.

В третьем параграфе *«Консолидация малых предпринимателей»* подвергается изучению такой важнейший фактор формирования социального института малого предпринимательства, как объединение малых предпринимателей для решения общих задач; определяются основные особенности развития системы консолидации малого предпринимательства.

Данные социологических опросов, в том числе и авторского, проведенных среди предпринимателей с целью оценки их мнения относительно уровня сплоченности в современной предпринимательской среде, указывают на слабость современных общественных организаций. Респонденты отмечали, что их деятельность достаточно индивидуализирована, взаимное общение сведено до минимума в целях соблюдения коммерческой тайны, интересов бизнеса и правил конкуренции.

Автор отмечает, что ряды создаваемых сегодня предпринимательских союзов и ассоциаций еще не многочисленны. Среди них можно выделить три основные группы: общественные предпринимательские объединения, представляющие интересы предпринимателей всех отраслей экономики; неправительственные коммерческие организации поддержки и развития предпринимательства; отраслевые и профессиональные объединения, представляющие интересы своего сектора экономики.

Развитие системы консолидации малых предпринимательских союзов и групп, вхождение их в более крупные предпринимательские объединения,

такие как ТПП, Деловая Россия и так далее, обеспечат социальному институту малого бизнеса необходимые ресурсы и условия для выполнения социально значимых функций.

**В третьей главе - «Социальная ответственность малого предпринимательства как нового социального института»** - анализируются сущность и структура социальной ответственности малого предпринимательства как одной из *важнейших функций* этого социального института, а также изучаются особенности реального положения феномена социальной ответственности с использованием данных, полученных в ходе авторского исследования.

Институт малого предпринимательства, развиваясь, взаимодействует с окружающей социальной средой. Совершенно естественно, что развитость социальной инфраструктуры, в которой функционирует малое предприятие, забота о социальной безопасности работников на прямую отражаются на эффективности его работы и получение им прибыли. Поэтому участие в социальной жизни страны оказывается не только в интересах малого предпринимательства, но и становится одной из основных его функций.

Автор приходит к выводу о том, что социальная ответственность как одна из функций нового социального института малого предпринимательства является одновременно и *важнейшим фактором* его развития. Все эти вопросы рассматриваются в первом параграфе - **«Специфика социальной ответственности как одной из основных функций малого предпринимательства»**.

Однако объективная необходимость выполнения столь важной функции как социальная ответственность в большинстве случаев не реализуется. Анализ данных социологических исследований по данной проблеме, а также авторского исследования показал, что руководители и учредители многих малых предприятий сняли с себя всякую ответственность за социальное самочувствие своего персонала и социального окружения. Такое нарушение

функциональных особенностей социального института ведет к возникновению новых препятствий для его развития.

Во втором параграфе - *«Основные компоненты социальной ответственности малого бизнеса»* - автор выделяет элементы структуры социально ответственного поведения.

Автор представляет себе структуру социальной ответственности малого предпринимательства в виде шести основных сфер социально ответственного поведения компании: экономическая сфера деятельности; сфера взаимодействия с государством; сфера социокультурного развития; сфера занятости; природоохранная сфера деятельности и сфера делового партнерства (рис.2).

*Экономическая сфера деятельности в сфере социальной ответственности* предполагает привнесение социальным институтом малого предпринимательства нового положительного эффекта в национальное экономическое развитие страны.

*Сфера взаимодействия с государством* в области социальной ответственности предполагает прежде всего соблюдение правовых основ в деятельности социального института малого предпринимательства.

*Сфера социокультурного развития* в области социальной ответственности предполагает максимальное участие института малого предпринимательства в создании благоприятной социальной обстановки в сообществе, его окружающем. Малая компания может рассматривать себя как гражданина города, региона или даже страны. Здесь малый бизнес проявляет себя как общественный деятель, что являет собой одно из самых высоких проявлений социальной ответственности.

*Сфера занятости* в области социальной ответственности предполагает, что социальный институт малого предпринимательства действует в соответствии с нормами трудового права. Социально-ответственный малый предприниматель должен заботиться об условиях труда и социальном благополучии своих работников.

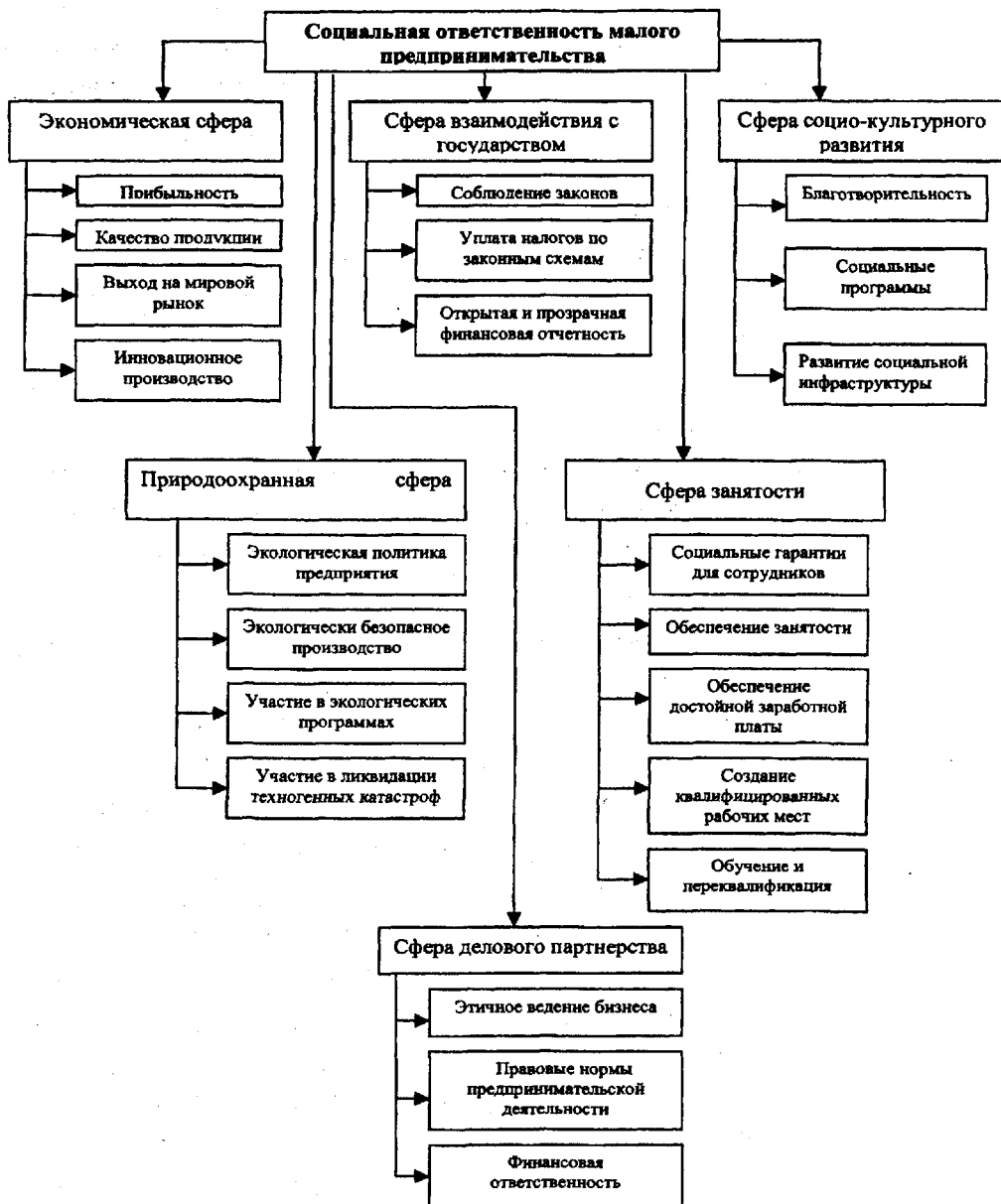


Рисунок 2. Структура социальной ответственности малого предпринимательства.

*Природоохранная сфера* деятельности в области социальной ответственности малого предпринимательства включает в себя продуманную экологическую политику предприятия, заботу о ненанесении вреда окружающей среде.

*Сфера делового партнерства* в области социальной ответственности малого предпринимательства предполагает работу в соответствии с правовыми и этическими нормами ведения бизнеса. Социально-ответственное малое предприятие строит свои отношения с партнерами по бизнесу на принципах соблюдения профессиональных стандартов деятельности, финансовой ответственности и так далее.

В третьем параграфе – *«Факторы формирования социальной ответственности малого предпринимательства в современной России»* - автор, используя данные, полученные в ходе социологического исследования, анализирует готовность малых предпринимателей участвовать в решении социальных вопросов в стране; основные факторы, формирующие чувство социальной ответственности в среде малых предпринимателей.

Был сделан вывод о том, что в последние годы российское малое предпринимательство начало осознавать необходимость участия в решении социальных вопросов в стране. Однако желание малых предпринимателей проявлять социальную ответственность напрямую зависит от таких факторов, как государственная поддержка, продуманная система налогообложения, обеспечение социальной безопасности малого бизнеса и так далее. Уровень социальной ответственности нового социального института малого предпринимательства формируется государственной политикой в области малого бизнеса. От того, насколько она продумана и отлажена, зависит социально-ответственное поведение малого предпринимательства, а соответственно и уровень решаемости социальных проблем в нашей стране.

Автор вынужден отметить, что не все малые предприниматели согласны с необходимостью участия в решении социальных проблем. Однако введение обязательных стандартов социальной ответственности в нашей стране как

решение этой проблемы является крайне непопулярной мерой среди малых предпринимателей. Она может вызвать лишь негативную реакцию, неудовлетворенность государственной политикой и, как следствие, сознательное уклонение от ее выполнения.

В заключении подведены итоги диссертационного исследования, сформулированы основные выводы и практические рекомендации. Автор еще раз подчеркивает, что социальный институт малого предпринимательства находится под воздействием многих ключевых факторов развития предпринимательства в целом: государственной поддержки, системы налогообложения, уровня консолидации предпринимательских структур, отношения общественного мнения и др.

В нашей стране начинает формироваться устойчивая система совместной деятельности людей в области малого предпринимательства. На сегодняшний день малая предпринимательская деятельность закреплена на законодательном уровне, существует система поддержки малого предпринимательства, действуют объединения и союзы малых предпринимателей, органы государственной статистики публикуют ежегодную информацию о деятельности малых предприятий. Все это подтвердило наше предположение о том, что в нашей стране формируется новый социальный институт малого предпринимательства. Но было отмечено, что процесс формирования социального института на данный момент незавершен в силу пока еще не четкого взаимодействия с внешней средой и невыполнения ряда актуальных для саморазвития функций.

Приоритетной задачей государства и общественных организаций должно стать создание адекватной и продуманной системы поддержки малого предпринимательства и, в частности, социально ответственного поведения малых компаний.

Такой важнейший социальный феномен, как институт малого предпринимательства, заслуживает, по мнению диссертанта, дальнейшего изучения в следующих аспектах: вычленение и анализ новых форм малой

предпринимательской активности и социальной ответственности, прогнозирование динамики расширения и усложнения социального института малого предпринимательства, выявление новых функций и дисфункций этого общественного института и так далее.

**Основное содержание диссертации опубликовано в следующих работах:**

1. Долгорукова И.В. Социальный институт малого предпринимательства: теоретико-методологические основы анализа. // Социальная политика и социология. – 2005. - №3 – 0,8 п.л.
2. Долгорукова И.В. Социальные проблемы малого предпринимательства в современных условиях: глобализация, конкурентоспособность // Сборник «Глобальная стратегия социального развития: социологический анализ и прогноз». - М.: Союз, 2004. - 0,2 п.л.
3. Долгорукова И.В. Государственная поддержка как важный фактор развития малого предпринимательства в современной России // Сборник «Международные экономические отношения: состояние, проблемы, перспективы», - М.: Научная книга, 2004. – 0,5 п.л.
4. Долгорукова И.В. Консолидация малого предпринимательства в российском трансформирующемся обществе // Сборник «Экономические и институциональные исследования: альманах научных трудов», вып. 3(11), – Ростов н/Д.: Издательство Ростовского ун-та, 2004. – 0,5 п.л.
5. Долгорукова И.В. Социальные аспекты функционирования малого предпринимательства в российском трансформирующемся обществе // Сборник «Международные экономические отношения: состояние, проблемы, перспективы», - М.: Научная книга, 2004. – 0,5 п.л.
6. Долгорукова И.В., Колесников А.Н. Возможность самовыражения женщины в малом бизнесе // Российское предпринимательство. – 2004. - №3. – 0,5 п.л. (личный вклад – 0,25 п.л.).



7. Долгорукова И.В. Основные формы обеспечения социальной безопасности малого и среднего бизнеса в мировом хозяйстве// Сборник «Международные экономические отношения: состояние, проблемы, перспективы», - М.: Научная книга, 2005, I том – 0,5 п.л.
8. Долгорукова И.В. Проблемы малого предпринимательства в западной экономической социологии// Сборник «Международные экономические отношения: состояние, проблемы, перспективы», - М.: Научная книга, 2005, II том. – 0,42 п.л.

Отпечатано в ООО «Компания Спутник+»  
ПД № 1-00007 от 25.09.2000 г.  
Подписано в печать 26.04.06  
Тираж 100 экз. Усл. п.л. 1,56  
**Печать авторефератов (095) 730-47-74, 778-45-60**



