

*На правах рукописи*



ПОПОВА ИРИНА НИКОЛАЕВНА

**ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ МАЛОГО БИЗНЕСА:  
СОЦИАЛЬНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КАЧЕСТВА И СТАТУС  
В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ**

Специальность 22.00.04 – социальная структура,  
социальные институты и процессы

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

Екатеринбург  
2006

Работа выполнена на кафедре социологии и управления общественными отношениями Уральской академии государственной службы

**Научный руководитель** – доктор социологических наук, профессор Костина Наталья Борисовна

**Официальные оппоненты** – доктор социологических наук, профессор Шаталова Нина Ивановна

– доктор экономических наук, профессор Разорвич Иван Васильевич

**Ведущая организация** – Уральский государственный университет им. А.М.Горького

Защита состоится «25» октября 2006 г. в 16.00 часов на заседании диссертационного совета Д 502.009.01 по защите диссертаций на соискание ученой степени доктора социологических наук в Уральской академии государственной службы (620219, ГСП, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта 66, зал Ученого совета).

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Уральской академии государственной службы.

Автореферат разослан «23» сентября 2006 г.

Ученый секретарь диссертационного совета, кандидат социологических наук, доцент



Т.Е. ЗЕРЧАНИНОВА

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы исследования.** В последнее двадцатилетие в России произошли кардинальные изменения в социальной структуре. В результате экономических, политических, информационно-культурных изменений в российском обществе идет активный процесс образования новых социально-профессиональных групп и реструктуризации уже существующих.

В период трансформации российской экономики активизировалась предпринимательская деятельность, что повлекло за собой формирование группы занимающихся ею людей, обладающих «набором» личностных и профессиональных качеств и действующих в определенной социальной среде. Актуальной проблемой является исследование этой относительно новой для России социальной группы.

Феномен предпринимательства активно исследуется в настоящее время экономической и юридической наукой, но недостаточно – социологической, вследствие чего не уделяется должного внимания ни критериям выделения данной социальной группы и ее статуса в современной России, ни особенностям профессиональной и социальной деятельности включенных в нее людей.

В рамках экономической и юридической науки предприниматели малого бизнеса рассматриваются как хозяйствующие субъекты, при этом вне поля зрения остается их роль в решении социальных проблем современной России и социальная значимость их деятельности. Указанные проблемы – предмет социологической науки, не получивший еще должного внимания.

Правовые институты, регулирующие предпринимательскую деятельность в современной России, находятся в стадии становления, поэтому предпринимателям приходится действовать в условиях несовершенных или еще не сложившихся норм и правил, что усиливает риски их профессиональной деятельности. Программы поддержки малого предпринимательства, принятые на государственном уровне, по мнению как экспертов, так и самих предпринимателей, либо не реализуются, либо осуществляются не должным образом. В связи с этим актуальна проблема исследования соответствия реализации государственной поддержки принятым программам.

Недостаточно обосновано в современном социологическом знании структурирование слоя предпринимателей в целом, определение критериев выделения предпринимателей малого бизнеса в частности. На наш взгляд, данную группу прежде всего рассматривать как профессионально однородную, необходимо именно в рамках социологической науки исследовать процесс ее становления. Кроме этого, остаются недостаточно изученными факторы, влияющие на статус группы предпринимателей: доход, престиж, власть, образование.

В качестве теоретических проблем, таким образом, выступают: определение признаков выделения предпринимателей малого бизнеса как особой социальной группы в рамках группы предпринимателей в целом; выявление ее социально-профессионального статуса; изучение специфических социально-профессиональных и личностных качеств предпринимателей малого бизнеса и их влияния на эффективность деятельности. Недостаточно изучены отечественной социологической наукой и значимые социальные функции, выполняемые предпринимателями малого бизнеса.

Актуальными являются проблемы изучения осознания и оценки предпринимателями малого бизнеса своей социальной роли, восприятия позиции, занимаемой ими в структуре современного российского общества, соответствия их оценки своего статуса и роли фактически существующему состоянию.

Деятельность предпринимателей в современных российских условиях сопряжена с немалыми трудностями, среди которых можно назвать следующие: слабая поддержка малого бизнеса со стороны государства; отсутствие информирования о существующих программах поддержки малого предпринимательства; административные барьеры; коррупция и взяточничество чиновников; система налогообложения; противоправные посягательства; работа в условиях жесткой конкуренции и т.д. Для решения вышеперечисленных практических проблем, прежде всего, необходима информация, которую дает возможность получить проведение конкретных социологических исследований.

**Степень научной разработанности темы исследования.** Поставленные в исследовании проблемы потребовали обращения к ряду научных источников и концепциям представителей разных наук.

При анализе социальной группы предпринимателей малого бизнеса использованы положения классиков зарубежной социологии М. Вебера, Э. Гайденса и российских ученых В.И. Добренькова, Г.Е. Зборовского, Н.Б. Костиной, А.И. Кравченко, П.А. Сорокина, С.С. Фролова и др.

Общетеоретические проблемы исследования предпринимателей рассматриваются в трудах западных мыслителей П. Друкера, В. Зомбарта, Л. Мизеса, Р. Кантильона, И. Кирцнера, Ж. Б. Сэя, Ф. Хайека, И. Шумпетера и др.

Большое значение для нас имеют работы отечественных ученых В.С. Автономова, А.И. Агеева, О.Ю.Акимова, А.Н. Алейникова, Д.Н. Александрова, М.А. Алиэскерова, Т.В. Ахлебининой, Г.Л. Багиева, А.В. Бусыгина, Д.И. Валигурского, В.В. Томилова, З.А.Чернышевой и др. В них рассматриваются сущность и функции предпринимательства в целом, особенности его развития как вида человеческой деятельности, разрабатывается понятийный аппарат для анализа феномена предпринимательской деятельности, тенденций ее развития и современного состояния.

История предпринимательства в России раскрывается в трудах В.И. Видяпиной, А.Д. Кузьмичева, С.И. Сметанина, В.А. Сущенко, И.Н. Шапкина.

Анализ предпринимателей малого бизнеса с позиции экономической науки отражен в работах Т.В. Бакуновой, Н.Н. Беспамятных, А.О. Блинова, И.М. Бунина, Г.В. Быстрова, И.П. Ващекина, С.И. Королевой, В.А. Зевелева, И.Л. Ивачева, Д.В. Кислова, М.Г. Лапусты, Н.Н. Покровской и др. В рамках юридической науки малое предпринимательство исследуется В.И. Власовым, Н.А. Джобовой, А.П. Цыгановым, Т.М. Гандиловым и др.

В исследовании малого предпринимательства социологической наукой можно выделить несколько направлений.

Для рассмотрения социальной группы предпринимателей малого бизнеса с позиции институционального подхода большое значение для нас имели работы С.Г. Кирдиной, Я.И. Кузьминова, В.С. Лисина, В.В. Радаева, А.А. Яковлева, Е.Г. Ясина и др.

Проблема модернизации, изменения стратификационной картины российского общества и формирования новых слоев исследуются такими социологами, как Ю.В. Арутюнян, Л.А. Беляева, А.А. Галкин, В.И. Ильин, З.И. Калугина, З.Т. Голенкова, Е.А. Здравомыслова, М.А. Шабанова, В.А. Ядов и др.

Большой вклад в разработку подходов к изучению проблемы формирования среднего класса в России и критериев его выделения внесли Е.М. Аврамова, И.Н. Белогруд, М.К. Горшков, Г.Г. Дилягенский, Т.И. Заславская, Н.Е. Тихонова и др.

Деятельностный подход получил выражение в трудах Э. Гидденса, Л.Н. Когана, А.Н. Леонтьева, В.А. Костина, П. Штомпки.

Наибольший интерес для нас представляют труды социологов, касающиеся исследования предпринимателей как социальной группы – С.Ю. Барсуковой, Ю.Л. Качанова, Р.В. Рыбкиной, Э.Н. Фетисова, А.Ю. Чепуренко, О.И. Шкаратана, И.Г. Яковлева и др.

Социальный портрет современного предпринимателя анализируется в работах А.В. Голубева, Л.Е. Душацкого, А.Л. Журавлева, Е.К. Завьялова, А.И. Кузьмина, Е.З. Ободянникова, В.П. Позднякова, С.Т. Посоховой, Ф.Э. Шереги и др.

Потенциал предпринимательской активности в условиях становления рыночных отношений исследуется в работах Н.И. Алексеева, Ф.Р. Газизуллина, В.Е. Гимпельсона, Л.Я. Косалса, А.К. Назимовой, М.О. Шкаратана, А.Ю. Чепуренко и др.

Для решения проблемы определения социально-профессионального статуса предпринимателей малого бизнеса большое значение для нас имели работы Т.Л. Александровой, Э. Дюркгейма, Г.Б. Кораблевой, И.М. Модель, Б.С. Модель, В.Г. Подмаркова, И.П. Поповой, С.Г. Струмилина и др.

В то же время в современной отечественной социологии не уделяется должного внимания структурированию предпринимательской деятельности, проблемам развития и функционирования малого предпринимательства, выявлению статуса предпринимателей малого бизнеса.

**Объектом исследования является социальная группа предпринимателей малого бизнеса.**

**Предмет исследования – социально-профессиональные качества и статус предпринимателей малого бизнеса в современной России, особенности их формирования.**

**Цель исследования – на основании теоретического анализа и эмпирического исследования выявить социально-профессиональные качества предпринимателей малого бизнеса, определить их статусные позиции в социальной структуре современного российского общества.**

**Задачи исследования:**

- обоснование специфики социологического исследования предпринимателей малого бизнеса, социальной значимости их деятельности;
- определение статуса предпринимателей малого бизнеса;
- выявление профессиональных и личностных качеств, выступающих условиями эффективной предпринимательской деятельности и ее социальных результатов;
- определение степени удовлетворенности предпринимателей малого бизнеса результатами своей деятельности, их социального самочувствия;
- анализ влияния проблем, возникающих у предпринимателей малого бизнеса в условиях современной России, на их деятельность;
- выявление соответствия фактической реализации государственной поддержки малого предпринимательства принятым федеральным и региональным программам.

**Теоретико-методологические основания работы.**

Теоретико-методологической базой социологического исследования предпринимателей малого бизнеса выступают стратификационный, деятельностный и институциональный подходы.

Стратификационный подход позволил рассмотреть социальный статус предпринимателей малого бизнеса – их позицию относительно других социальных групп, различающихся по уровню дохода, образования, размеру собственности, формирующиеся в зависимости от статуса взаимоотношения с другими социальными группами.

Выявление специфики деятельности предпринимателей малого бизнеса, ее социальной значимости, факторов, позитивно и негативно влияющих на процесс их профессиональной деятельности, осуществлялось нами с позиций

деятельностного подхода. Экономические, политические, социально-культурные и др. условия и факторы детерминируют деятельность предпринимателей малого бизнеса. В свою очередь, результаты и качество их деятельности влияют на различные сферы жизни общества. Исследование деятельности изучаемой социальной группы позволяет обозначить направленность реального поведения включенных в нее субъектов, являющуюся следствием глубинных процессов, происходящих в обществе, которые не всегда осознаются их участниками.

Институциональный подход позволяет выявить механизмы нормативной регуляции деятельности предпринимателей малого бизнеса, их состояние, проблемы, возникающие при взаимодействии предприятий малого бизнеса, объединений предпринимателей с органами государственной власти и местного самоуправления вследствие как несовершенства законодательной базы, так и ненадлежащего исполнения законов.

Эмпирическую базу диссертационного исследования составили:

1. Прикладное социологическое исследование, проведенное лично автором в 2005 году, объектом которого выступили предприниматели малого бизнеса г.Екатеринбурга и Свердловской области, владеющие предприятиями с различной организационно-правовой формой собственности. Использовалась квотная выборка по следующим критериям: количество человек, занятых на предприятии, наличие собственности; соединение управления и владения предприятием на уровне одного субъекта. Объем генеральной совокупности составил 28 600 (на конец 2004 года)<sup>1</sup>. Объем выборки – 398 человек.

2. Данные федеральной службы государственной статистики «Малое предпринимательство в России. 2004 г.».

3. Данные федеральной службы государственной статистики по Свердловской области «Основные показатели работы малых предприятий Свердловской области в 2004 г.».

4. Данные Госкомстата России «Российский статистический ежегодник».

Методы сбора информации: социологический опрос, анализ документов. Существенный объем источников составили нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность предпринимателей малого бизнеса. Важно отметить, что в основном результаты проведенного автором исследования и общероссийских опросов существенно не расходятся. Поэтому эмпирическая база позволяет сделать глубокие теоретические обобщения относительно положения предпринимателей малого бизнеса в России.

<sup>1</sup> Основные показатели деятельности малых предприятий Свердловской области: информационная записка / Территориальный орган федеральной службы Государственной статистики по Свердловской области. – Екатеринбург, 2005. – С. 3

**Научная новизна диссертационной работы** состоит в следующем:

1. Дано авторское определение «предприниматель малого бизнеса» – это основной субъект предпринимательской деятельности, являющийся собственником малого предприятия, лично занимающийся организацией деятельности для производства, продажи товаров или услуг ради получения прибыли, совмещающий в своем лице право собственности и непосредственное управление предприятием.

2. Предложено структурирование предпринимательства на следующие категории: крупное, среднее, малое, микробизнес, определен комплекс критериев, позволяющих выделить среди них малый бизнес.

3. Доказано, что предприниматели малого бизнеса являются социально-профессиональной группой, занятие малым предпринимательством – профессиональной деятельностью, находящейся в современной России в стадии становления.

4. На основе самостоятельного эмпирического исследования выявлен комплекс профессиональных и личностных качеств, детерминирующих успешную предпринимательскую деятельность в условиях современной России, отличающих российских предпринимателей малого бизнеса от западных. Такие профессиональные качества, как склонность к новаторству, общая эрудиция, знание основ бизнеса, которые являются основой для достижения успеха в развитых промышленных странах, в России не играют решающей роли. Личностные качества российских и зарубежных предпринимателей практически одинаковы: коммуникабельность, самостоятельность и инициативность, уверенность в себе, умение брать ответственность на себя, энергичность и оптимизм, целеустремленность.

5. В рамках социально-профессиональной группы предпринимателей малого бизнеса идет процесс образования общностей для защиты своих имущественных и правовых интересов, для совместного достижения общих целей: лоббирования своих интересов в структурах власти, защиты законных прав, информационного обеспечения и бизнес-обучения.

**Основные положения диссертационного исследования, выносимые на защиту:**

1. Обоснован комплекс критериев выделения малых предприятий в российских условиях. Основным качественным критерием является единство права собственности и непосредственного управления предприятием. Основным количественным критерием – средняя численность работников малого предприятия за отчетный период, которая не превышает, согласно существующему российскому законодательству, установленных предельных норм, но требует опре-

деленного ограничения по минимальному количеству работающих в связи с необходимостью выделения «микробизнеса».

2. Анализ функционирования группы предпринимателей малого бизнеса показал, что они несут социальную ответственность в обществе и их деятельность нельзя сводить только к получению прибыли. Выполняемые ими социальные функции: развитие индивидуализма, воспроизведение социальной жизни, улучшение качества жизни населения, создание новых рабочих мест, улучшение качества товаров и услуг, раскрытие творческого потенциала и социально-экономической активности граждан -- оказывают непосредственное влияние на жизнедеятельность общества. Предприниматель в поисках потенциальных источников выгоды вынужден постоянно внедрять инновационные продукты, технологии и методы организации бизнеса.

3. Выявлено положение предпринимателей малого бизнеса в структуре российского общества. Предприниматели сумели не только адаптироваться в новых экономических условиях, но и использовать сложившуюся экономическую обстановку для улучшения финансового благополучия и повышения социального статуса.

4. Предприниматели малого бизнеса обладают четко выраженными признаками среднего класса, такими как: высокий уровень дохода (выше 500\$ на каждого члена семьи – 66,3%), материальная обеспеченность (76,9% опрошенных имеют возможность делать сбережения и приобретать товары длительного пользования), высокий уровень образования (высшее образование имеют 60,8%), высоко оценивают престижность собственной деятельности 64,3% опрошенных.

5. Предприниматели малого бизнеса представляют собой социально-профессиональную группу, находящуюся в процессе становления. Деятельность предпринимателей является профессией по следующим признакам: имеет массовый характер, является родом трудовой деятельности, требует приложения определенных усилий, предполагает постоянство занятий данным видом деятельности, приносит определенный доход, предполагает наличие знаний, умений и опыта, необходимого для выполнения этого вида деятельности.

6. Профессиональная деятельность предпринимателей малого бизнеса связана с получением квалификации и необходимых для выполнения работы знаний и навыков, инициативностью в развитии и наращивании своих профессиональных ресурсов, что свидетельствует о повышении значимости знаний в современном российском обществе. Однако для успешной предпринимательской деятельности необходим еще и комплекс особых личностных качеств, необходимых для достижения целей: коммуникабельность, самостоятельность, инициативность, уверенность в себе, энергичность, целеустремленность.

7. Существующая система государственной поддержки малого предпринимательства не выполняет функций социальной и экономической защищенности предпринимателей малого бизнеса. Анализ проблем, возникающих в предпринимательской сфере, показал, что наиболее значимыми в своей деятельности предприниматели считают те, решение которых непосредственно зависит от деятельности государственных органов. Выявлено, что одновременно с формированием общественного мнения о государственной поддержке малого предпринимательства большинство предпринимателей констатируют ее отсутствие.

8. В процессе социологического исследования выявлены и проанализированы имеющиеся несоответствия между принятыми законами, регулирующими деятельность предпринимателей малого бизнеса, и практикой их реализации. Социальная значимость деятельности предпринимателей малого бизнеса возрастет при создании комплекса условий, включающих в себя эффективную систему налогообложения, финансовую поддержку со стороны государства, уменьшение административных барьеров.

**Теоретическая и практическая значимость исследования.** Теоретическая значимость заключается в разработке теории социального статуса и социально-профессиональных качеств предпринимателей малого бизнеса, а также оценки их состояния в современной России.

Результаты исследования могут быть использованы:

1. Для совершенствования профессиональной культуры предпринимателей малого бизнеса на базе специальных курсов и тренингов.
2. Органами законодательной и исполнительной власти при разработке и реализации управленческих решений по поддержке и развитию малого предпринимательства в России.
3. В качестве информации для администрации г. Екатеринбурга в целях эффективного взаимодействия с предпринимателями малого бизнеса.
4. Союзами и ассоциациями предпринимателей малого бизнеса – для формирования базы данных о состоянии малого предпринимательства в Свердловской области.
5. Предпринимателями малого бизнеса для осуществления функционального взаимодействия с органами государственной власти и местного самоуправления.
6. Для разработки курсов лекций по социологическим и экономическим дисциплинам, программ, учебных пособий, спецкурсов по социологии профессии, социологии предпринимательства, социологии труда.

**Апробация результатов исследования.** Различные аспекты работы нашли отражение в двух статьях и семи тезисах докладов общим объемом 2,0 п.л. и выступлениях на международных, всероссийских и региональных конферен-

циях и семинарах по проблемам социальной структуры российского общества, социальных отношений в изменяющейся России.

Материалы исследований и теоретические выводы послужили основой лекций и семинарских занятий для студентов Уральского государственного экономического университета по курсам «Основы предпринимательской деятельности», «Предпринимательский климат», «Создание собственного дела».

Основные положения диссертации обсуждались на теоретических семинарах кафедры социологии и управления общественными отношениями Уральской академии государственной службы.

**Структура диссертации:** Диссертационная работа объемом 181 стр. состоит из введения, двух глав, объединяющих 4 параграфа, заключения, библиографического списка, включающего 214 наименований.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, анализируется степень ее разработанности, определяются цели и задачи, объект и предмет исследования, раскрывается его новизна; описываются теоретико-методологические подходы и эмпирическая база работы, обосновывается ее теоретическое и практическое значение.

В первой главе «Теоретические основания исследования социально-профессиональных качеств и статуса предпринимателей малого бизнеса в современной России» рассматриваются основные методологические подходы к исследованию деятельности и статуса предпринимателей малого бизнеса, проработанность темы в экономической и социологической науках, определяется положение предпринимателей малого бизнеса в структуре современного российского общества, выявляются их социально-профессиональные и личностные качества, влияющие на их деятельность и статус.

Первый параграф «Предприниматели малого бизнеса: основные методологические подходы социологического изучения социального статуса» посвящен обоснованию основных методологических подходов к исследованию статуса предпринимателей малого бизнеса, исследованию степени разработанности изучаемой проблемы в социологической науке, определению сущности предпринимательской деятельности, выявлению ее критериев в условиях российской действительности. В параграфе проанализировано понимание сущности и специфики деятельности предпринимателей малого бизнеса с позиций юридического и экономического знания.

С точки зрения юридической науки рассматривается существующее законодательное обеспечение предпринимательской деятельности. Статус предпри-

нимателя приобретается после регистрации субъекта в порядке, установленном законодательными актами. В результате проведенного анализа выявлено несоответствие официально принятых законов и их фактической реализации. Одно из следствий этого противоречия -- существование теневого сектора в российской экономике.

При выявлении сущности феноменов «предпринимательство» и «предпринимательская деятельность», «предприниматель малого бизнеса», определении выражающих их понятий автор опирался на трактовки и позиции, имеющиеся в экономической науке и правовых институтах. С позиций экономической науки исследование предпринимательства направлено на анализ хозяйственной деятельности предпринимателей в условиях рыночной экономики. В диссертации рассмотрены существующие точки зрения на соотношение понятий «предпринимательство» и «бизнес», которые используются нами как синонимы. Для выделения предпринимателей малого бизнеса из числа лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью, диссертантом предложено и обосновано структурирование предприятий на четыре категории: «микробизнес», малые, средние и крупные предприятия. В существующем законе о малом предпринимательстве «микробизнес», который имеет свои характерные черты и особенности, не выделен, хотя существует настоятельная необходимость институционализации его деятельности. Опираясь на исследования Т.И. Заславской, которая называет всех лиц, занятых предпринимательской деятельностью «бизнес-слоем» (различая при этом «ядро» «бизнес-слоя» и «периферию»), в диссертационном исследовании мы рассматриваем только лиц, относящихся к «ядру бизнес-слоя». Это собственники (владельцы), лично руководящие принадлежащим им бизнесом, обладающие всеми базовыми признаками предпринимателей, такими как: самостоятельное распоряжение своим капиталом, автономное принятие решений, стабильное получение дохода. Лица, занятые индивидуальной трудовой деятельностью, наемные менеджеры, работники, совмещающие бизнес с трудом по найму, входят в «периферию бизнес-слоя». Их основная особенность – индивидуальный характер деятельности, отсутствие организационного компонента, связанного с обеспечением совместной работы людей. Лица, относящиеся к «периферии бизнес-слоя», не являются предметом нашего исследования в силу отсутствия базовых признаков предпринимательства.

При выявлении признаков малого предпринимательства, автор опирался на критерии, использующиеся в мировой и отечественной социологической и экономической науке. Среди их многообразия были выбраны те, которые наиболее четко позволяют выделить российское малое предпринимательство. В качестве основного качественного критерия, по которому необходимо относить деятельность предпринимателя к сфере малого бизнеса, нами предлагается

единство права собственности и непосредственного управления предприятием. Предприниматель малого бизнеса всегда лично управляет своим предприятием, т.е. является «работающим собственником». Основным количественным критерием выступает средняя численность работников за отчетный период, которая не превышает, согласно существующему российскому законодательству, установленных предельных норм, но требует определенного уточнения по минимальному количеству работающих в связи с необходимостью выделения «микробизнеса». В российской социологической науке до сих пор не обсуждается выделение группы людей, занимающихся микробизнесом, в силу чего не проработаны критерии его выделения.

На основе изучения группы предпринимателей малого бизнеса автором предлагается следующее определение понятия «предприниматель малого бизнеса» – это основной субъект предпринимательской деятельности, являющийся собственником малого предприятия, лично занимающийся организацией его деятельности для производства, продажи товаров или услуг ради получения прибыли. Основным признаком предпринимателя малого бизнеса является единство права собственности и непосредственного управления предприятием.

В диссертации социальный статус предпринимателей исследуется с позиции стратификационного подхода и определяется как социальная позиция, занимаемая человеком либо группой, общностью в системе социальных связей и отношений и обусловленная комплексом социальных признаков: профессия, доход, образование и т.д. В диссертации рассмотрены теории российских социологов (Л.А. Беляевой, Т.И. Заславской, Р.В. Рывкиной, В.В. Радаева, В.И. Добренькова, А.И. Кравченко), в которых предложены различные критерии выделения среднего класса в структуре российского общества. Наиболее приемлемыми для российского общества, по мнению автора, являются критерии, выделенные В.В. Радаевым: уровень доходов, уровень общей материальной обеспеченности, обладание собственностью на средства производства, уровень образования и наличие профессиональной квалификации, условия и характер труда, уровень престижа. По большинству перечисленных критериев предприниматели малого бизнеса относятся к среднему классу.

На основе деятельностного подхода выявляется социальная роль предпринимателей малого бизнеса, значимость их деятельности для общества. Осуществленный анализ функционирования предпринимателей малого бизнеса показал, что они выполняют важные социально-значимые функции и результат их деятельности нельзя сводить только к получению прибыли. Предприниматель в поисках потенциальных источников выгоды вынужден постоянно внедрять инновационные технологии и новые методы организации бизнеса, что влечет за собой улучшение качества товаров и услуг, создание новых рабочих мест, раз-

вление творческого потенциала работников, повышение социально-экономической активности населения, и как следствие – улучшение качества жизни граждан. Кроме этого, предприниматели малого бизнеса несут социальную ответственность перед всеми членами общества, т.к. создают надлежащие условия работы для трудоспособного населения, устанавливают заработную плату на уровне стоимости рабочей силы, платят налоги. Выполняемые предпринимателями функции оказывают влияние на повышение благосостояния общества и укрепление авторитета российского государства.

Рассмотрение предпринимательской деятельности с позиции институционального подхода позволило выявить несоответствие государственного регулирования деятельности предпринимателей малого бизнеса, ее реальному осуществлению в современной России.

В диссертации доказывается, что в рамках номинальной группы предпринимателей малого бизнеса идет процесс формирования общностей, т.к. в среде предпринимателей растет осознание необходимости защиты своих имущественных и правовых интересов.

Социальный статус предпринимателей малого бизнеса находится в прямой зависимости от профессиональных и личностных качеств предпринимателя, исследованию которых посвящен второй параграф.

Во втором параграфе «Социально-профессиональные качества предпринимателей малого бизнеса в современной России» выявляются социально-профессиональные и личностные качества предпринимателей, оказывающие влияние на эффективность их деятельности. Рассматривается история развития данной группы, источники ее рекрутования, т.к. время и причины начала предпринимательской деятельности, условия осуществления бизнеса влияют на формирование профессиональных и личностных качеств предпринимателя; определяется профессиональный статус предпринимателей малого бизнеса.

В диссертационном исследовании сделан акцент на профессиональных и личностных качествах, комплекс которых необходим для ведения малого бизнеса. Диссертантом изучены основные западные теории предпринимательства. Французский экономист Р. Кантильон разработал концепцию функций предпринимательской деятельности и выдвинул в качестве основной функциональной характеристики риск. Французский предприниматель Ж.-Б. Сэй считал, что важнейшим качеством предпринимателя является способность находить и комбинировать факторы производства и впервые указал на творческий, экспериментальный, рискованный характер деятельности предпринимателя, отличая ее от деятельности менеджера, суть которой заключается в осуществлении повседневных операций по управлению производством. Развитие основных идей Ж.-Б. Сэя продолжили представители немецкой исторической школы Г. Шмоль-

лер, М. Вебер и В.Зомбарт, которые придавали большое значение личностным качествам предпринимателя, проявляющимся в деятельности: способность идти на риск, организаторские способности и т.д. На профессиональной стороне предпринимательской деятельности впервые акцентировал внимание Й. Шумпетер, который отмечал, что деятельность предпринимателя имеет специфический характер, для нее свойственны особый взгляд на вещи, воля к победе, способность идти в одиночку, иметь влияние на других людей. Именно Й. Шумпетер обратил внимание на то, что предпринимателями могут быть как специаль но обученные профессионалы, так и любители, не имеющие никакой профессиональной подготовки. Представитель неоавстрийской экономической школы И. Кирцнер также отмечал, что предпринимательство не является особой профессиональной деятельностью, поэтому любой человек является потенциальным предпринимателем, если имеет способность видеть новые рыночные возможности, незамеченные другими. Данные идеи находят свое продолжение и раскрываются в трудах известного американского экономиста, теоретика и практика менеджмента П. Друкера, который выделил два основных условия, необходимых для успешного осуществления предпринимательской деятельности: новаторство и экономическую свободу. По его мнению, инновационность – это особый инструмент предпринимательства и главной задачей предпринимателя является получение нового, а не улучшение существующего.

На основе рассмотренных теорий выявлены мнения о наиболее важных качествах, присущих западному предпринимателю, – склонность к риску, способность видеть неиспользованные возможности, творческий подход к делу, умение просчитывать различные комбинации, воля к победе, стремление к власти, новаторство, целеустремленность, организаторские способности. Развитие современных подходов к пониманию предпринимательской деятельности в российской социологической науке началось сравнительно недавно, вследствие социально-экономических и политических изменений в стране. Исследования, посвященные выявлению личностных качеств предпринимателя, осуществлялись под значительным влиянием наиболее известных западных теорий. Комплекс личностных качеств российского предпринимателя в значительной мере совпадает с качествами, выделенными зарубежными исследователями.

Диссидентом выявлен комплекс критериев для определения профессионального статуса предпринимателя малого бизнеса. Для российской социологической науки характерно использование понятия «профессия» для обозначения любых специализированных видов деятельности в сфере общественного производства. В социологии сложились два основных подхода к профессии:

1. Деятельностный, в рамках которого основным признаком профессии является особый вид занятий, трудовой деятельности (А.Г. Здравомыслов,

Г.В. Осипов). В соответствии с этим подходом предпринимательскую деятельность мы можем назвать профессией.

2. Лично-квалификационный, акцентирующий внимание на личности, носителе профессии (С.Г. Струмилин, В.Г. Подмарков). Согласно этому подходу, главный признак профессии – уровень подготовленности личности к специальному виду занятий, что находит выражение в некоторой совокупности знаний и умений. Деятельность предпринимателей связана с получением образования, которое обеспечивает необходимые для выполнения работы знания. Успешность карьеры предпринимателя зависит от таких условий, как знание основ бизнеса, механизмов функционирования рыночной экономики, стратегического видения социально-значимых перспектив производства. Возможность овладеть этими навыками предоставляет большинство современных учебных заведений.

Автор делает вывод, что специальное образование является необходимым, но недостаточным условием эффективной предпринимательской деятельности. Деятельность предпринимателей отвечает основным требованиям профессии по следующим признакам: востребована в обществе, является родом трудовой деятельности, требует приложения определенных усилий, предполагает постоянство занятий данным видом деятельности, приносит определенный доход, предполагает наличие знаний, умений и опыта, необходимого для выполнения этого вида деятельности, носит массовый характер.

При рассмотрении этапов, связанных с процессом институционализации, которые проходит любой вид деятельности для приобретения статуса профессии, мы опирались на исследования Г.Б. Кораблевой. Предпринимательская деятельность прошла большую часть этапов: появление общественной потребности для удовлетворения нужд потребителей; формирование специальных требований, норм и стандартов, регулирующих данный вид деятельности; определение специальных способностей, знаний и навыков, необходимых для выполнения данного вида деятельности; выделение определенных профессиональных интересов, ценностей, норм, способствующих сплочению людей по признаку принадлежности к данной профессии; появление особых профессиональных организаций для защиты своих интересов. В то же время в российских условиях отсутствуют методики выявления у индивида способностей к занятию предпринимательской деятельностью, государство не выполняет функции по мотивации и стимулированию данного вида деятельности. Сделан вывод, что процесс институционализации деятельности предпринимателей малого бизнеса как профессиональной группы еще не завершен, но в случае заинтересованности государства и принятия соответствующих мер мы с уверенностью сможем назвать данный вид деятельности профессией.

**Вторая глава диссертационного исследования «Социально-профессиональные качества и статус предпринимателей малого бизнеса как предмет эмпирического исследования»** посвящена эмпирическому изучению социального статуса предпринимателей малого бизнеса, который во многом определяется их социально-профессиональными и личностными качествами. На основе самостоятельно проведенного исследования диссертантом выявляются критерии определения статуса предпринимателей малого бизнеса, рассматриваются становление данной социально-профессиональной группы, оценка самими предпринимателями своего статуса и социально-профессиональных качеств, необходимых для занятия малым бизнесом.

**Первый параграф «Становление малого предпринимательства: особенности социально-профессиональных качеств и статуса»** посвящен изучению статуса предпринимателей малого бизнеса, анализу профессиональных и личностных качеств, детерминирующих эффективную предпринимательскую деятельность в условиях современной России на основании данных, полученных в результате исследования предпринимателей малого бизнеса г. Екатеринбурга и Свердловской области.

Определение состава и границ группы предпринимателей малого бизнеса представляет собой сложную проблему. В России даже показатель простого увеличения количества субъектов малого предпринимательства не отражает реальной ситуации в экономике, т.к. не решена проблема предприятий-однодневок и дробления фирм с целью минимизации налогов. В связи с этим очень важной является задача по разработке новой системы показателей, с помощью которых можно будет учитывать не только количественные, но и качественные характеристики развития малого предпринимательства. Кроме этого, в официальной статистике учитываются показатели только юридических лиц. Роль предприятий без образования юридического лица исследуется на основе только экспертных оценок. Все перечисленное обусловило выбор респондентов-предпринимателей по следующим критериям: количество человек, занятых на предприятии; наличие собственности; соединение управлеченческой деятельности и владения предприятием на уровне одного субъекта.

В 2005 году автором было проведено социологическое исследование предпринимателей малого бизнеса Екатеринбурга и Свердловской области. Результаты социологического исследования позволили диссертанту дать общую характеристику предприятий, которыми руководят предприниматели малого бизнеса в Свердловской области: доминируют предприятия, функционирующие в сфере розничной торговли (43%) и услуг (27,4%). Многие предприниматели ведут свою деятельность сразу в нескольких сферах, но, тем не менее, занимаются торговово-посреднической деятельностью как основной. Наиболее рас-

пространенной организационно-правовой формой собственности является предприниматель без образования юридического лица (68,7%), средняя численность занятых на предприятии – от 6 до 10 человек (60,4%).

Исследование причин, побудивших заняться предпринимательской деятельностью, показало, что большая часть предпринимателей выбрали данный вид деятельности под давлением обстоятельств: в надежде улучшить материальное положение (71,9%), в связи с потерей основного источника дохода (22,6%). Только 33,2% респондентов сознательно выбрали предпринимательскую деятельность как самоцель и видели пути ее достижения: Такие предприниматели любят свое дело и работают ради экономической свободы и творческой самореализации.

При составлении социального портрета предпринимателей мы учитывали пол, образование, семейное положение, наличие детей и их количество. Предприниматели малого бизнеса отличаются высоким уровнем образования – 60,8% имеют высшее образование. Значительная часть опрошенных находится в активном среднем возрасте от 30 до 45 лет (61,3%). Пол предпринимателя не играет решающей роли для эффективного осуществления предпринимательской деятельности, которой занимается практически равное количество мужчин (49%) и женщин (51%). Большинство предпринимателей имеют семью (68,8%), и детей (64,5%).

Анализ и оценка мотивов деятельности и ценностных ориентаций предпринимателей малого бизнеса позволяют сделать вывод, что важнейшими мотивами при выборе предпринимательской деятельности в качестве основного занятия являются: желание достичь финансового благополучия (58,8%) и стремление к экономической свободе и независимости (55,5%). Наиболее значимые ценности – финансовое благосостояние (66,8%) и хорошая семья (41,5%). Для 56,8% предпринимателей доход от их деятельности является основным вкладом в семейный бюджет. Можно отметить, что традиционная модель семьи, где мужчина был главой и «добытчиком» материальных благ, в среде предпринимателей теряет свои позиции. Результаты исследования свидетельствуют о том, что среди предпринимателей и женщины (27,1%), и мужчины (28,9%) в равной степени вносят решающий вклад в семейный бюджет.

В первой главе, на основе анализа трудов зарубежных и отечественных исследователей, автором был определен комплекс профессиональных и личностных качеств, являющихся детерминантами успешной предпринимательской деятельности в условиях современной России. Эмпирическое исследование позволило выявить мнение самих предпринимателей о наиболее и наименее значимых профессиональных и личностных качествах.

Необходимыми профессиональными качествами были названы: организаторские способности и умение работать с людьми (63,8%), способность быстро реагировать на внешние изменяющиеся условия (56,3%), личная организованность, четкое выполнение обязательств (52,1%). Достаточно высоко оценены предпринимателями способность активно использовать внешние обстоятельства в своих целях (47,9%), умение находить нестандартные решения (46,3%), способность быстро отказаться от бесперспективного проекта (40,9%). Неожиданно низкую оценку получили такие важные, с точки зрения ученых, занимающихся исследованием предпринимательской деятельности, профессиональные навыки, как склонность к новаторству (27,5%), общая эрудиция (29,5%), знание основ бизнеса (29,7%). По мнению автора, это вызвано нестабильными условиями, в которых осуществляется деятельность предпринимателей малого бизнеса, не способствующими реализации инновационных идей и применению полученных знаний.

Наиболее значимыми личностными качествами являются: коммуникабельность (68,6%), самостоятельность и инициативность (58,8%), уверенность в себе (57,2%), умение брать ответственность на себя (53,3%), энергичность и оптимизм (52,8%), целеустремленность (52,0%). Хотя по основным профессиональным качествам российские предприниматели отличаются от западных, в то же время личностные качества практически совпадают.

Диссертантом сделан вывод, что предприниматели малого бизнеса до сих пор работают в рамках традиционного менеджмента, основной чертой которого является стремление к получению прибыли: основная причина начала предпринимательской деятельности – надежда улучшить материальное положение (71,9%); основной мотив – стремление достичь финансового благополучия (58,8%); наиболее значимая ценность – финансовое благосостояние (66,8%). В то же время можно констатировать, что в России наблюдаются тенденции формирования современной модели развития предпринимательства, возрастает роль знаний. Об этом свидетельствует неудовлетворенность многих предпринимателей уровнем своего образования: 79,8% респондентов желают повысить свою квалификацию.

Во втором параграфе «Предприниматели малого бизнеса: идентификация социально-профессионального статуса» выявляется мнение предпринимателей малого бизнеса о собственном статусе, его изменении, престижности своей деятельности, удовлетворенности существующими условиями ведения бизнеса.

В качестве критериев, позволяющих определить статус предпринимателей малого бизнеса, использовались объективные (уровень дохода, образование, профессиональная принадлежность и т.д.) и субъективные (самооценка индивидом своего общественного статуса, круга общения, удовлетворенности

своей деятельностью, интереса к выполняемой работе, желания продолжать деятельность). Оценка своего материального положения, показывающая степень удовлетворения собственных притязаний, фиксирует меру успешности предпринимателя в его адаптации к изменяющейся социальной среде. Как мы уже отмечали, основным мотивом и целью предпринимательской деятельности является стремление достичь финансового благополучия. Однако результаты исследования показали, что 61,7% опрошенных предпринимателей не удовлетворены получаемым от их деятельности доходом. Исследование доходности предпринимательской деятельности основывалось на анализе одного из компонентов материального благосостояния – денежного дохода, приходящегося на одного члена семьи в месяц. Значительная часть предпринимателей склонна занижать уровень своих доходов, поэтому в диссертации критерий уровня доходов был связан с другим критерием – уровнем благосостояния. По данным опроса, 33,4% предпринимателей оценивают свой ежемесячный доход (на каждого члена семьи) от 200\$ до 500\$, а 40,3% от 500\$ до 1000\$, и только 3% предпринимателей имеют доход выше 3000\$. В то же время 76,9% предпринимателей заявили о том, что имеют возможность делать сбережения и приобретать товары длительного пользования, а 9,1% отметили, что обладают достаточным количеством средств, чтобы ни в чем себе не отказывать. Предположение о занижении получаемых доходов подтверждается тем, что большинству предпринимателей (88,5%) удалось повысить уровень своего дохода за время занятой предпринимательской деятельностью.

Предприниматели обладают высокой работоспособностью и увлечены своей работой. Они относятся к категории "трудоголиков". Совокупная трудовая нагрузка в сутки превышает средний восьмичасовой рабочий день (81,3%). Большинство предпринимателей получают удовольствие от выполняемой работы и работают с интересом (80,2%). Подавляющее большинство предпринимателей (91%) намерены продолжать занятие предпринимательской деятельностью.

Диссертантом выявлены субъективные критерии, определяющие положение предпринимателей малого бизнеса в структуре российского общества. Предпринимательская деятельность является каналом восходящей социальной мобильности: 42,9% опрошенных отметили, что в процессе занятия предпринимательской деятельностью им удалось повысить как уровень благосостояния, так и социальный статус, а 28,7% сумели повысить уровень благосостояния и остаться на тех же социальных позициях, как и до начала предпринимательской деятельности. При этом желание повысить свой социальный статус как мотив для начала занятия предпринимательской деятельностью занимает лишь четвертое место – после желания достичь финансового благополучия, стремления к экономической независимости и реализации творческого потенциала. Только

18,3% опрошенных осознанно пришли в предпринимательство, чтобы повысить свой статус. Все это свидетельствует о том, что предприниматели до сих пор рассматривают свое занятие как крайне рискованный вид деятельности.

В диссертации исследован уровень осознания предпринимателями малого бизнеса своего статуса. Предприниматели идентифицируют себя как самостоятельную социально-профессиональную группу, которая имеет свои интересы и готова их защищать общими усилиями. Для определения уровня гражданской активности и заинтересованности в межличностном общении автором был задан вопрос: «Хотели бы Вы объединиться с другими представителями малого бизнеса для защиты своих профессиональных интересов?». Почти половина опрошенных предпринимателей (44%) ответили утвердительно. Это достаточно высокий показатель, свидетельствующий о том, что именно эта группа предпринимателей обладает всеми признаками социальной общности, такими как: способность реализовывать цели, которых отдельный индивид достичь не может; определенные отношения между членами общности, обеспечивающиеся системой норм и образцов и основанные на солидарности и доверии.

Результаты исследования позволили сделать вывод, что в рамках группы предпринимателей малого бизнеса идет процесс формирования профессиональных общностей, о чем свидетельствует существование союзов и объединений. Только на территории Свердловской области действуют более 40 объединений и некоммерческих организаций предпринимателей, например «Региональная некоммерческая организация хлебных товаропроизводителей», «Региональный фонд поддержки женского предпринимательства», «Союз автотранспортных предпринимателей Свердловской области» и т.д.

В диссертационном исследовании выявлено социальное самочувствие предпринимателей малого бизнеса и степень удовлетворенности существующими условиями для ведения бизнеса. Проанализировано соответствие ожидаемого отношения к предпринимателям со стороны органов государственной власти и местного самоуправления – реальному, провозглашаемой и осуществляющей государственной поддержки малого предпринимательства; оценка степени доверия со стороны предпринимателей к государственным структурам, трудностей, с которыми сталкиваются предприниматели при взаимодействии с представителями государственной и муниципальной власти. В ходе исследования подтвердилась гипотеза, высказанная диссертантом в первой главе, о том, что государством до сих пор не созданы благоприятные условия для ведения предпринимательской деятельности, такого мнения придерживаются 68,6% опрошенных. Анализ проблем и трудностей, возникающих в профессиональной деятельности предпринимателей малого бизнеса, показал, что наиболее значимы среди них те, решение которых непосредственно зависит от деятельности

государственных органов, решений правительства, такие как: законодательно определенная система предоставления льгот (60,5%), разработка норм и законов в интересах малого бизнеса (51,5%). Таким образом, органы государственной власти и местного самоуправления не выполняют функций социальной и экономической защиты предпринимателей малого бизнеса. Предприниматели не удовлетворены созданными государством условиями для ведения предпринимательской деятельности.

В заключении подводятся основные итоги проведенного диссертационного исследования, формулируются общие теоретические и эмпирические выводы, определяются направления дальнейшей работы в данной области.

Основное содержание диссертационной работы отражено в следующих публикациях автора:

1. К вопросу об оптимизации профессиональной деятельности предпринимателей в период проведения экономических реформ в России // Финансы и кредит. 2006. №16. – 0,4 п.л.
2. Предприниматель – профессия или призвание? // Конкурентоспособность территорий и предприятий во взаимозависимом мире: Материалы IX Всероссийского форума молодых ученых и студентов. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2006. Ч.1. – 0,1 п.л.
3. Особенности предпринимательского климата в Екатеринбурге // Социально-экономические проблемы развития предприятий и регионов: Сб. ст. III Международной науч.-практ. конференции. – Пенза, 2005. – 0,15 п.л.
4. Малое предпринимательство и власть // Чиновникъ. 2005. №4(38). – 0, 3 п.л.
5. Перспективы развития малого предпринимательства в экономике России // Между прошлым и будущим: социальные отношения, ценности и институты в изменяющейся России: VIII науч.-практ. конференция / Гуманитарный ун-т (г. Екатеринбург) и Фонд Фридриха Наумана (ФРГ) 17-18 мая 2005: Тез. докл.: В 2 т. – Екатеринбург: Изд-во Гуманитарного ун-та, 2005. – Т.2. – 0,2 п.л.
6. Модернизация российской экономики как основа достижения конкурентоспособности в сфере малого предпринимательства // Человеческий потенциал и конкурентоспособность России: Материалы XXII международной науч.-практ. конференции (14-15 апреля 2005 г.) / Урал. соц.-экон. ин-т АТиСО. – Челябинск, 2005. – Ч. IV. – 0,3 п.л.
7. Государство и малый бизнес: проблемы и противоречия // Роль государства и общества в развитии малого и среднего бизнеса в России: Сб. материалов II Международной науч.-практ. конференции. – Пенза, 2005. – 0,15 п.л.
8. Малый бизнес в России: реалии и проблемы // Тезисы I Всероссийской науч. конференции «Сорокинские чтения-2004: Российское общество и вызовы глобализации». – М.: Альфа-М, 2004. – 0,2 п.л.
9. Трансформация предпринимательского слоя в постсоветской России // Управление социальными, экономическими и политическими процессами в российских регионах: Международная конференция: Ч.1. Сб. ст. – Екатеринбург, 2004. – 0,2 п.л.

*Попова Ирина Николаевна*

ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ МАЛОГО БИЗНЕСА:  
СОЦИАЛЬНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КАЧЕСТВА И СТАТУС  
В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ  
Автореферат диссертации на соискание ученой степени  
кандидата социологических наук

Подписано в печать 05.09.2006. Формат 60×84/16  
Бумага для множительных аппаратов. Гарнитура «Таймс». Ризограф.  
Уч.-изд. 1,15 л. Усл. п.л. 1,2. Тираж 100 экз. Заказ № 107.

Редакционно-издательский отдел УрГАС,  
620219, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта, 66

