

На правах рукописи



Вавилов Олег Олегович

**Предприниматель как объект социально-
экономического исследования**

Специальность 22 00 03 – экономическая социология и демография

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Москва - 2008

Диссертация выполнена на кафедрах экономической социологии и социологии организации и менеджмента социологического факультета Московского государственного университета им М В Ломоносова

Научный руководитель

кандидат социологических наук,
доцент Слабов Сергей Сергеевич

Официальные оппоненты

доктор экономических наук, профессор
Тимофеева Ольга Федоровна
доктор социологических наук, профессор
Татуниц Светлана Ахундовна

Ведущая организация

Российская академия государственной
службы при Президенте Российской Фе-
дерации, кафедра социологии

Защита состоится «30» сентября 2008 года в 14 часов на заседании диссертационного совета Д 501 001 03 при Московском государственном университете им М В Ломоносова по адресу 119992, ГСП-2, г Москва, Воробьевы горы, МГУ им М В Ломоносова, социологический факультет, ауд 1146

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале библиотеки 1-го корпуса гуманитарных факультетов МГУ им М В Ломоносова

Автореферат разослан «29» августа 2008 г

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат философских наук, доцент



Малиева Н А

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования

Развитие любого социума находится в прямой зависимости от возможностей граждан по претворению в жизнь своих способностей. Одним из путей реализации человеческого потенциала выступает предпринимательство.

В условиях российской рыночной экономики не удовлетворена общественная потребность в глубоком практическом и теоретическом познании сущности, роли, конкретных функций и личностных качеств предпринимателя. Вместе с тем это необходимо для функционирования социально-ориентированной рыночной системы, важным элементом которой является, как показывает практика развитых рыночных стран, человеческий фактор, личность предпринимателя.

Российская экономическая и социальная науки нуждаются в теоретическом осмыслении сущности предпринимательства и личностного потенциала предпринимателя.

Предприниматели представляют собой достаточно специфичную профессиональную группу, исследование особенностей профессионального становления и профессионального самосознания которой представляется весьма актуальным. Специфика профессионального становления именно российских предпринимателей заключается, в частности, в отсутствии специального образования в области бизнеса. Таким образом, выявляется необходимость изучения внутренних, личностных предпосылок, психосоциальных паттернов выбора человеком предпринимательской деятельности, а также профессиональных и личностных ценностей представителей предпринимательства как нового социального слоя российского общества.

Степень разработанности проблемы:

Наиболее значимые разработки в области проблем развития предпринимательства и человеческого фактора в рыночной экономике принадлежат зарубежным ученым И Ансоффу, М Беккеру, М Веберу, ВЗомбарту, Р Кантильону, Ф Котлеру, А Маршаллу, Ф Найту, А Нельсону, Т Питерсону, А Смиту, Ж-Б Сэйю, Ф Хайеку, Й Шумпетеру и др

Проблемы российского предпринимательства исследуются философами, социологами, экономистами, психологами, историками и представителями других наук. Теоретические вопросы предпринимательства, проблемы его экономического и социального генезиса, а также функции и перспективы развития предпринимательства, роль образования рассматриваются в работах Л Абалкина, Л Бабаевой, Т Заславской, В Ильдименова, В Кириллова, Д Красовского, Л Кричевского, Л Куракова, А Маслихина, А Пантелеева, Г Пурнынычевой, В Радаева, Р Рывкиной, В Савченко, Э Фетисова, В Чернякова, М Шкаратана, И Яковлева и др

Предпринимательство как социокультурное явление, ценностные ориентации, проблемы сознания личности, социально-психологическая характеристика поведения предпринимателей рассматриваются в работах Э Феизова, В Ермакова, Н Исмукова, И Боевой, Г Вербиной, В Ганжина, Т Долгопятовой, Г Дулиной, Л Дунаевского, А Кравченко, Ю Левады, С Лгинова, М Мацковского, К Миккульского, Н Покровского, А Пригожина, В Степанова, В Чекушкина, В Ядова

Характеристика личности предпринимателя, его роль в жизни общества, вопросы правового регулирования предпринимательства рассматриваются в работах В Бунько, Р Кричевского, В Томилова, А Крупанина, Г Черникова, В Л Куракова, Р П Павлова и других авторов. Г Багиев, В Томилов отмечают, что предпринимательская деятельность осуществляется в тесной взаимосвязи с культурной средой, которая складывается из внешней культуры общества и внутренней культуры бизнес-партнеров. Они исследуют механизм влияния культуры на предпринимательский успех.

Несмотря на многообразие литературных источников, в которых анализируются закономерности развития малого предпринимательства и предпринимательских отношений, как показывает опыт, вопросы места и роли предпринимателя, его личностных качеств в условиях рыночной экономики в целом остаются недостаточно изученными. Все это определяет актуальность темы диссертации, а также постановку ее целей, задач и структуру работы.

Цели и задачи исследования

Цель диссертационного исследования состоит в целостном социально-экономическом анализе места и роли личности предпринимателя в процессе его функционирования с учетом мирового и российского опыта. Достижение поставленной цели предполагает решение следующих задач:

- проанализировать существующие в отечественной и зарубежной экономической социологии литературные источники, посвященные проблеме профессионального становления личности предпринимателя,

- уточнить содержание понятий «предприниматель» и «предпринимательство» как социального явления,

- обосновать объективные условия механизма функционирования экономического мышления предпринимателя в условиях рыночных отношений,

- выявить социально-психологические свойства поведения предпринимателя,

- определить социально-экономический потенциал предпринимателя и задачи формирования его личностной стратегии,

- сформировать социальный портрет предпринимателя,

- количественно и качественно оценить взаимосвязь характеристик социального портрета предпринимателя с его предпринимательской активностью

Объектом исследования является процесс профессионального становления предпринимателей

Предметом исследования выступают мотивы выбора предпринимательской деятельности, личностные ценности на разных этапах профессио-

нального становления, а также компоненты профессионального самосознания предпринимателей

Теоретической и методологической основой исследования послужили труды классиков экономической и социологической науки, касающихся социально-экономических аспектов развития предпринимательства, а также работы современных отечественных и зарубежных ученых, специализирующихся на познании сущности, роли, функций и личностных качеств предпринимателя

Поскольку познание личности предпринимателя составляет предмет исследования ряда научных дисциплин в процессе решения поставленной задачи автор в качестве методологических основ и ориентиров в анализе поставленной проблемы опирался на труды и теоретические положения перечисленных выше исследований по философии, социологии, экономике, психологии, юриспруденции, культурологии

Основные методологические принципы, используемые в диссертационном исследовании

-принцип историзма,

-принципы диалектики всеобщей связи, всеобщего развития, объективности анализа, всестороннего и конкретного рассмотрения,

-в качестве общенаучных методов использованы методы анализа, синтеза, сравнения и обобщения

В качестве теоретической основы анализа социально-психологических свойств личности предпринимателя использованы некоторые главные принципы, положения и категории социальной психологии деятельность, общение, мотивация, внушение, убеждения, авторитет, мыслительные процессы в управленческой деятельности, изложенные в трудах известных социологов и психологов

Эмпирическая база исследования представлена материалами социологических опросов, посвященных вопросам становления и развития малого предпринимательства, проведенных автором настоящей работы В качестве

респондентов были выбраны предприниматели г. Москвы, представители населения, не занятые в сфере бизнеса в г Москва, руководители подразделений по поддержке малого предпринимательства органов исполнительной власти субъектов РФ Кроме вышеназванного, в ходе исследования применялись данные федеральной службы государственной статистики, аналитические материалы федерального и регионального уровня, данные собраний представителей предпринимательства на федеральном и региональном уровнях, программы поддержки и развития малого предпринимательства, публикации в средствах массовой информации и специализированных изданиях

Научная новизна диссертационного исследования заключается в следующем

1 На основе критического анализа уточнено понятие «предприниматель» с точки зрения предмета экономической социологии Предприниматель – это, прежде всего, личность, обладающая рядом особых качеств, выделяющих его из социума, принимающая на себя определенные обязательства перед обществом, известные как социальная ответственность бизнеса, получая взамен право распоряжаться определенным набором средств и ресурсов, подчиняя свою инновационную, экономическую, политическую и общественную деятельность цели получения прибыли и удовлетворения общественных потребностей

2 Путем интеграции разных подходов к определению функций предпринимательства, их переосмысления и дополнения, представления их через взаимосвязь с его ролью в социально-экономической системе, автором сформирована классификация функций предпринимательства, в рамках которой выделены

- социальная, обуславливающая удовлетворение потребностей общества во благах и рост уровня жизни, обеспечение социальной стабильности, преодоление социальной напряженности и расчленения общества,

- экономическая, предполагающая концентрацию и преобразование экономических ресурсов в продукт, поиск перспективных и конкурентоспособных факторов развития, принятие рисков, множественный характер отношений по поводу пользования, владения и распоряжения факторами и результатами производства, оказание управленческого воздействия на подчиненных и контрактных субъектов,
- инновационная, задающая вектор социально-экономического развития, в основе которого лежат новаторские качества отдельных индивидов, целерациональная деятельность которых ориентирована на поиск новых сфер приложения их способностей,
- политическая, содержание которой сводится к становлению и поддержанию демократического строя, воздействию на общественное мнение, формированию политически активной и значимой прослойки общества

В качестве доминирующей функции автор выделяет социальную, поскольку на фоне экономического роста актуализация социальных проблем в настоящее время диктует потребность их незамедлительного решения

3 На основе проведенных автором опросов сформирован социальный портрет предпринимателя – уникальный набор личностных качеств, формированию и укреплению которых должна быть посвящена деятельность институтов поддержки бизнеса. Полученный автором результат исследований свидетельствует о том, что из деловых качеств приоритетной для предпринимателя является способность налаживать и поддерживать контакты. Среди социально-психологических характеристик доминирует профессионализм и компетентность. Из личностных качеств особо выделяются порядочность, обязательность и надежность, а также дипломатичность,

4 Разработан и апробирован метод количественной и качественной оценки влияния характеристик социального портрета предпринимателя на активность его деятельности, обоснована важность учета этих характеристик

при разработке программ по поддержке малого бизнеса

Положения, выносимые на защиту:

1 В современных условиях социально-экономическое развитие общества базируется, в основном, на эффективном использовании рыночных сил, задействовании всех внутренних потенциалов и инициатив, на умении приводить в действие предпринимательский ресурс

2 Особую значимость для выявления вариантов и путей возможного развития предпринимательства имеют личностные качества предпринимателя в определенной их комбинации, так как они обуславливают активность его деятельности, определяют характер принимаемых им решений и обосновывают его мотивацию к бизнесу в целом, набор этих качеств является в некотором роде уникальным и отличает предпринимателя от людей, не занятых в организации и (или) управлении бизнесом

3 Набор личностных качеств предпринимателя наряду с его профессиональной подготовленностью является значимым социально-экономическим фактором повышения предпринимательской активности

Теоретическая и практическая значимость работы. Теоретическая значимость диссертации заключается в дальнейшем развитии социологической теории профессионального самоопределения и становления личности предпринимателя, а также методов исследования динамики изменения ценностно-смысловой сферы личности предпринимателя. Результаты проведенного исследования отражают специфику содержания профессионального самосознания предпринимателей, что расширяет имеющиеся представления о профессиональном "Я" представителей данной социально-профессиональной группы

Практическая значимость диссертации заключается в том, что описаны мотивы и психосоциальные паттерны выбора предпринимательской деятельности, особенности содержания профессионального самосознания предпринимателей. Эти результаты рекомендуется использовать специалистам в области профессионального консультирования и бизнес-тренингов при прогно-

зировании успешности профессиональной деятельности, разработке обучающих программ и тренингов для продуктивного протекания процесса профессионального становления - как в работе с персоналом компаний, так и при подготовке и переподготовке будущего поколения предпринимателей в разного рода учебных заведениях. Теоретические данные и практические результаты работы также рекомендуется использовать в лекционных курсах и семинарских занятиях по экономической социальной, социологии труда и психологии личности в вузах.

Структура диссертации. Работа состоит из введения, трех глав, девяти параграфов, заключения, списка использованной литературы и приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В соответствии с целью и поставленными задачами в диссертации рассмотрены следующие группы проблем.

Первая группа проблем связана с анализом существующих в отечественной и зарубежной экономической социологии литературных источников, посвященных проблеме профессионального становления и ценностно-смысловой сферы личности предпринимателя и системы предпринимательства в целом.

В результате проведенного автором анализа теоретических концепций и взглядов различных ученых на объект, было уточнено понятие предпринимательства с точки зрения предмета социологии и определено как особый вид деятельности, преобразующий природу общества, по созданию продуктов или предоставлению услуг и связанный с получением прибыли в условиях риска на основе использования предпринимательских качеств личности.

В работе автор отмечает, что индивид, осознанно выбирающий направление своей деятельности, рассматривается как член общества, перед которым он несет социальную ответственность. При этом он стремится к реализации собственных потребностей высшего порядка, а также к удовлетворе-

нию этих потребностей остальных членов общества, то есть к углублению процесса собственной социализации

На основе обобщения ролей-функций предложено новое определение понятия «предприниматель» с точки зрения социологического, экономического, политического и правового подходов, позволяющее раскрыть его многогранность и также выделить главенство социологической составляющей. Необходимость в этом обусловлена тем, что во многих литературных источниках, как показал проведенный автором анализ, распространенным является определение понятия «предприниматель» как производной от «предпринимательства»

Автор показывает, что трансформационные процессы изменили социальную структуру общества и привели к формированию нового предпринимательского слоя. В работе отмечается, что существующие теоретические взгляды демонстрируют ведущую роль инновационной деятельности предпринимателя и качеств, ей способствующих. Главная функция предпринимательства заключается в обеспечении социально-экономического развития общества, а предприниматель, как отмечает автор, характеризуясь типом поведения, выступает в качестве движущей силы общественного прогресса.

Проведенный автором анализ позволил выделить блок экономических и блок социокультурных факторов, как позитивно, так и негативно влияющих на развитие предпринимательства.

Было определено, что современное предпринимательство выступает в качестве нового типа организации и формы групповых социально-экономических отношений для отечественного социума. Поведенческие реакции предпринимателей в существенной мере обусловлены традициями и национальной психологией. Можно констатировать, что развитие предпринимательства в Российской Федерации связано не только с современным экономическим состоянием, но и особенностями российской государственности и ментальности.

По мнению автора, основой успешного развития предпринимательства является предпринимательская среда, адекватная современным реалиям и требованиям бизнеса. Связь предпринимательства с социальной, экономической и культурной системами очевидна, что требует дальнейшей работы над обеспечением стабильного развития внешней среды. Кроме того, творческий и поисковый характер является неотъемлемой чертой предпринимательской деятельности, а значит, чертой современного отечественного предпринимателя должно стать наличие инновационно-поискового стиля поведения.

Вторая группа проблем связана с определением социального портрета предпринимателя.

Основой изучения социального портрета, по мнению автора, должны стать мотивы и характер поведения предпринимателя, ценностные установки, социальные ориентации и др.

В рамках данной проблемы

- проведен опрос предпринимателей г. Москвы на предмет выявления преобладающих черт их социального портрета,
- проведен опрос лиц, не занимающихся предпринимательской деятельностью, на предмет качеств, которыми, на их взгляд, должен обладать предприниматель, с целью дополнения и уточнения социального портрета предпринимателя,
- дана оценка степени влияния параметров социального портрета на предпринимательскую активность и отдельные ее составляющие.

Опросом были охвачены 200 респондентов- предпринимателей. Данная выборка была сформирована случайным образом. Размер выборки, по мнению автора, в полной мере обеспечивает адекватность и точность полученной информации. Отраслевая принадлежность предприятий, включенных в выборку, была представлена торговлей, услугами, транспортом, промышленностью и прочими отраслями.

Все рассмотренные предприятия по формальным критериям относились к разряду малых. Их срок функционирования на рынке составлял от 1

до 8 лет Все предприятия собирались продолжать свою деятельность в следующем году Репрезентативность выборки подтверждается тем, что охват перечисленных возрастных категорий предпринимателей позволяет наиболее полно обрисовать социальный портрет представителя малого бизнеса, учитывая различия во взглядах у людей разных поколений

В табл 1 представлена половозрастная структура респондентов

Таблица 1

Сводные данные об опрошенных предпринимателях

Показатели	Всего		В том числе			
			муж		жен	
	кол-во, чел	%	кол-во, чел	%	кол-во, чел	%
Опрошено всего	200	100	133	66,5	67	33,5
в том числе по возрасту, лет						
18-24	41	20,5	28	68,3	13	31,7
25-35	71	35,5	45	63,4	26	36,6
36-49	52	26	31	59,6	21	40,4
50 и старше	36	18	29	80,6	7	19,4

Как видно из таблицы 1, среди опрошенных преобладают мужчины – 66,5 %, что свидетельствует в пользу большей склонности мужского населения к принятию на себя имущественных рисков

Представленное возрастное распределение в некоторой степени коррелирует с динамикой на рынке труда в конце XX века – массовые сокращения обусловили формирование широкой прослойки безработных

Необходимо также рассмотреть мотивацию к предпринимательству среди респондентов Так, для большинства опрошенных – 92,5 % (185 чел) – предпринимательская деятельность представляет собой в первую очередь источник дохода На втором месте большинство (84,5 %) позиционирует предпринимательство (осуществляемый вид предпринимательской деятельности) как способ самореализации

В таблице 2 представлен рейтинг мотивов к осуществлению предпринимательской деятельности, составленный по результатам проведенного опроса

Таблица 2

Рейтинг мотивов к осуществлению предпринимательской деятельности

Рейтинг	Мотив	% ответов
1	Обеспечение достаточного и стабильного дохода	92,5
2	Способ самореализации	84,5
3	Средство обеспечить себе известность	66,0
4	Способ достижения целей более высокого уровня	43,5
5	Обеспечение досуга (предпринимательство как хобби, увлечение)	31,0
6	Способ общения	19,5
7	Прочее	1

Обращает на себя внимание тот факт, что доминирующие мотивы предпринимательской деятельности обусловлены стремлением удовлетворить потребности высшего уровня, если описывать их в терминах «пирамиды» потребностей А. Маслоу

Не менее важной для определения социального портрета предпринимателя является оценка его уровня образования. Данные по уровню образования респондентов представлены в таблице 3. Как видно из таблицы 3, большинство опрошенных предпринимателей имеет высшее юридическое образование (38,5 %). До сих пор является существенным контингент предпринимателей, не имеющих высшего образования, доля которых в общем количестве опрошенных составляет 25 %. Чрезвычайно мал удельный вес бизнесменов со специализированным высшим образованием (6 %), которое среди опрошенных не нашло применения в профессиональной деятельности.

Таблица 3

Распределение московских представителей малого предпринимательства по уровню образования

Образование	Всего		Мужчины			Женщины		
	Чел	%	Чел	%	% к итогу	Чел	%	% к итогу
Всего	200	100	133	100	66,5	67	100	33,5
Высшее юридическое	77	38,5	52	39,1	26	25	37,3	12,5
Высшее экономическое	61	30,5	37	27,8	18,5	24	35,8	12,0
Прочее высшее	12	6,0	8	6,0	4	4	6,0	2,0
Среднее специальное	50	25,0	36	27,1	18	14	20,9	7,0

Описание социального портрета представителей малого предпринимательства возможно также через их субъективную оценку своих знаний с выделением пробелов, которые не позволяют им в полной мере реализовать свой потенциал. В этой связи необходимо выявление достаточности имеющихся у предпринимателей знаний и навыков, необходимых для ведения соответствующего бизнеса. Так, среди представителей торговли преобладает мнение о том, что их знания и навыки достаточны для осуществления предпринимательской деятельности в этой сфере. Данный факт во многом обусловлен наличием у респондентов большого опыта работы в торговле. Более подробно информация об оценке респондентами достаточности своей подготовки представлена на рис. 1.

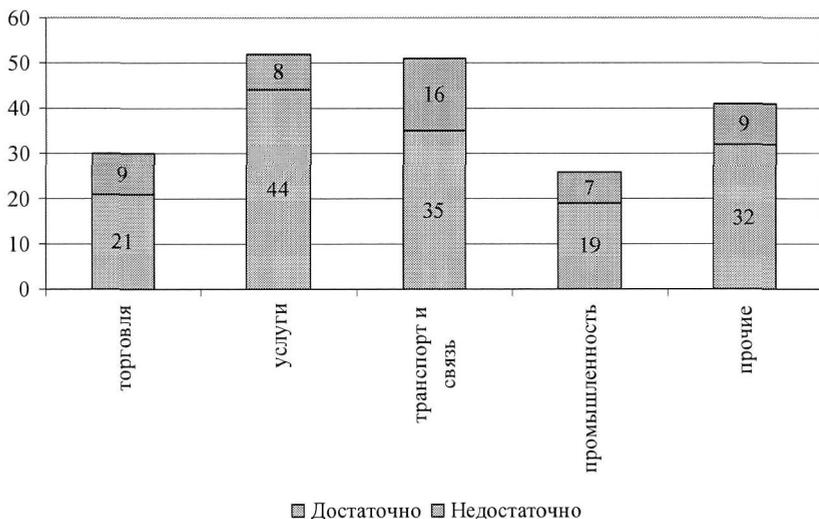


Рис. 1. Распределение ответов предпринимателей на вопрос «Считаете ли Вы свои знания и профессиональную подготовку достаточными для осуществления предпринимательской деятельности в данной сфере?»

Несколько иначе представляется ситуация с ответом на вопрос «Считаете ли Вы свои знания и профессиональную подготовку достаточными для того, чтобы диверсифицировать деятельность Вашего предприятия / уйти в другую сферу деятельности?». В отношении данного вопроса лишь 54,5% опрошенных предпринимателей (109 чел.) считают себя готовыми к тому, чтобы расширить или поменять профиль деятельности без специальной подготовки и переподготовки.

Таким образом, автор приходит к заключению, что осознание бизнесменами недостатка в знаниях и навыках подчеркивает их стремление к совершенствованию, в том числе посредством образования.

Не менее важным положением в формировании социального портрета предпринимателя является оценка отношения бизнесменов к законам, прави-

лам и обычаям делового оборота. Так, результаты проведенного опроса свидетельствуют о том, что 57,8 % респондентов считают необходимым строго соблюдать законодательство и следовать правилам – действовать в рамках дозволенного законом и установленного порядка, 23,1 % опрошенных отмечают, что «дух и букву закона надо соблюдать» - действовать в рамках не запрещенного законом с соблюдением установленного порядка, а для 16,1 % главным является следование духу закона – деятельность в рамках дозволенного законом с отклонениями от установленного порядка. Таким образом, характерной особенностью предпринимателей является уважение закона и послушание ему. По мнению диссертанта, бизнесмены – это личности, уважающие закон, стремящиеся к удовлетворению потребностей высшего уровня и к самосовершенствованию посредством образования.

Автор приходит к заключению о том, что гипотеза о существовании особого набора характеристик, присущих предпринимателям, подтверждается также результатами опроса жителей Москвы, не занимающихся предпринимательством. Опрос проводился по случайной выборке методом интервью, что позволило обеспечить высокую репрезентативность данных. Всего было опрошено 618 человек.

На основе проведенного исследования автором был построен следующий социальный портрет предпринимателя – это профессиональный и компетентный во всех аспектах своей деятельности, порядочный мужчина в возрасте 25-35 лет, имеющий высшее образование, выделяющий из всех ценностей собственное здоровье и осуществляющий предпринимательскую деятельность с целью получения стабильного и достаточного дохода.

Третья группа проблем связана с социально-экономическими факторами повышения активности предпринимательской деятельности.

Многими учеными разрабатывались подходы к анализу активности предпринимательской деятельности, но, на сегодняшний день не существует единой универсальной теории. Ввиду того, что предпринимательство - это сложный феномен, включающий в себя систему социальных, культурных и

экономических аспектов, некоторые исследователи ставят под сомнение возможность «измерения» этого феномена в рамках сравнительного анализа

Ранее проводившиеся исследования рассматривают в качестве факторов повышения активности предпринимательской деятельности объективные характеристики социально-экономической системы: уровень располагаемых доходов, безработицы, темпы инфляции, налоговое и гражданское законодательство, активность на рынке материальных факторов производства и капиталов, другие не менее значимые параметры. Общим недостатком названных исследований отметим отказ от рассмотрения субъективной стороны предпринимательства, то есть совокупности факторов, которые побуждают человека к осуществлению предпринимательской деятельности.

Другая часть исследований, напротив, делает акцент на изучении причин, подталкивающих индивидов к занятию предпринимательством. Сторонники теории личностных качеств рассматривают те внутриличностные факторы, преобладание которых является более предпочтительным для человека, ведущего предпринимательскую деятельность.

Складывается ситуация, что глубоких и подробных исследований, посвященных вопросам влияния системы факторов, обобщенных в подобие портрета, на активность предпринимателя практически не существует.

В научных кругах нет единого мнения по поводу приемлемого способа измерения предпринимательской активности, равно как и способа формализации социального портрета. Это обусловило отсутствие исследований взаимосвязи между двумя названными категориями.

В основу настоящего исследования положена авторская модель, основанная на четырех составляющих активности предпринимательской деятельности. Ключевое положение заключается в том, что в отдельно взятый момент времени предпринимательская активность малого бизнеса характеризуется склонностью к концентрации на каком-либо одном ее разрезе. То есть в любое время выделяется доминирующая составляющая, например, иннова-

ционная активность, которая определяет все функционирование предприятия и активизирует определенные черты социального портрета предпринимателя

Ядро рассматриваемой модели составляют базовые допущения и предположения. Такие «глубинные» слои предпринимательской деятельности, с трудом поддаются измерению и обобщению. Однако, данные допущения и убеждения реализуются в конкретной практической деятельности, которая легко прослеживается и может быть представлена в разрезе четырех измерений модели: производственная, инновационная, сбытовая и финансовая активность. Их совокупность и взаимосвязь представлена на рис 2.

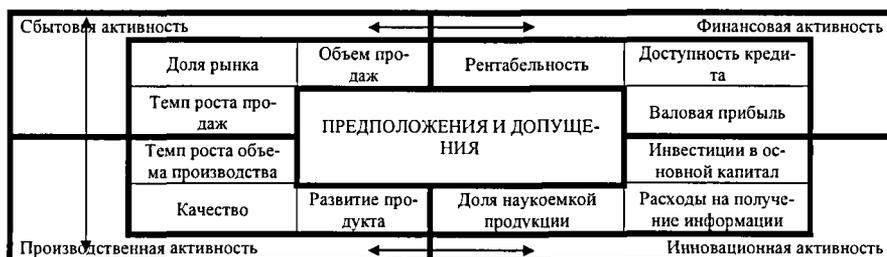


Рис 2 Модель формирования предпринимательской активности

Особенность исследования автора заключается в использовании рассматриваемой модели в российском контексте. Модель становится основой для проверки предположения о влиянии параметров социального портрета предпринимателя на активность предпринимательской деятельности. В отличие от традиционного подхода, в рамках которого качественный анализ предваряет количественное тестирование модели, в данной работе качественный и количественный анализ проводятся параллельно.

В исследовании основные вопросы касались оценки предпринимателями степени воздействия каждого параметра социального портрета на отдельный показатель активности предпринимательской деятельности. Респонден-

там предлагалось дать оценку взаимосвязи параметров социального портрета предпринимателя с показателями предпринимательской активности по шкале от 1 до 10 баллов (чем сильнее взаимосвязь, тем выше балл)

По результатам анализа, можно сделать вывод о том, что в наибольшей степени совокупную предпринимательскую активность определяют деловые качества предпринимателя, индекс влияния которых составил 7,5. В наименьшей степени активность предпринимательства зависит от возраста предпринимателя, индекс которого составил 2,9.

Таблица 4

Итоговые результаты опроса представителей субъектов малого предпринимательства г. Москвы

Характеристики социального портрета	Составляющие предпринимательской активности				Индекс предпринимательской активности
	Сбытовая	Финансовая	Производственная	Инновационная	
Возраст	3,4	1,1	2,9	4,1	2,9
Мотивация	6,8	7,3	5,4	6,1	6,4
Профессиональная подготовка	4	6,4	5,5	5,4	5,3
Деловые качества	8	7	7,6	7,5	7,5
Социально-психологические качества	4,2	6,5	6,8	4,2	5,5
Личностные качества	3,8	5,5	7	1,9	4,6
Ценностные ориентации	5,4	7,2	6,2	5,8	6,1

Из таблицы 4 видно, что все составляющие социального портрета предпринимателя определяют различные черты предпринимательской активности. Так, например, возраст предпринимателя в наибольшей степени воздействует на инновационную составляющую, мотивация, профессиональная подготовка, личностные качества и ценностные ориентации – на финансовую составляющую, деловые качества – на сбытовую, а социально-психологические – на производственную.

Интегральная же оценка воздействия социального портрета предпринимателя как совокупности характерных черт и особенностей осуществления им предпринимательской деятельности представляется возможной в результате расчета совокупного воздействия характеристик социального портрета на индекс предпринимательской активности, как представлено на рис. 3.

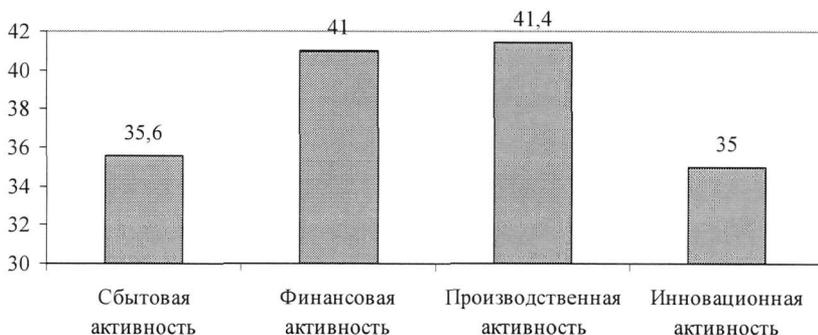


Рис. 3. Совокупное воздействие характеристик социального портрета предпринимателя на предпринимательскую активность

Полученные данные могут быть интерпретированы следующим образом: предпринимательская активность в части производственной активности на 41, 4 % зависит от совокупности характеристик социального портрета. Чуть меньшая зависимость выделена в части финансовой активности. Таким образом, воздействуя на предпринимателя по направлению совершенствования характеристик его социального портрета можно добиться повышения его активности в производственной и финансовой сфере, которые в большей степени способны к саморегуляции. Последний вывод позволяет обосновать необходимость смещения ориентиров прямой государственной поддержки с производственной и финансовой сферы в сферу сбыта и инноваций – развитие рыночной инфраструктуры.

Учитывая тот факт, что все составляющие предпринимательской активности находятся в существенной зависимости от совокупности характеристик социального портрета (более 1/3), можно констатировать, что набор

личностных качеств предпринимателя наряду с его профессиональной подготовленностью является значимым социально-экономическим фактором повышения предпринимательской активности

Выводы и рекомендации

Путем интеграции разных подходов к определению функций предпринимательства, их переосмысления и дополнения, представления их через взаимосвязь с его ролью в социально-экономической системе, автором сформирована классификация ролей-функций предпринимательства, в рамках которой выделены инновационная социальная, экономическая и политическая роли-функции. При этом автор обосновывает главенство социальной роли, обуславливающая удовлетворение потребностей общества во благах и рост уровня жизни, обеспечение социальной стабильности, преодоление социальной напряженности и расслоения общества.

Автор приходит к заключению о существовании особого набора характеристик, присущих предпринимателям. По мнению диссертанта, бизнесмены – это личности, уважающие закон, стремящиеся к удовлетворению потребностей высшего уровня и к самосовершенствованию посредством образования.

В работе автор отмечает, что индивид, осознанно выбирающий направление своей деятельности, рассматривается как член общества, перед которым он несет социальную ответственность. При этом он стремится к реализации собственных потребностей высшего порядка, а также к удовлетворению этих потребностей остальных членов общества, то есть к углублению процесса собственной социализации.

Набор личностных качеств предпринимателя наряду с его профессиональной подготовленностью является значимым социально-экономическим фактором повышения предпринимательской активности.

Все основные заключения работы прошли практическую апробацию в рамках проведенных диссертантом семинаров на Социологическом факультете МГУ им М В Ломоносова. Выводы, заключения и практические рекомендации диссертации нашли отражение в Отчете о научно-исследовательской работе в Счетной палате Российской Федерации «Исследование особенностей развития информационного рынка в России и за рубежом в сфере государственного и муниципального управления» за 2006 г, Отчете о научно-исследовательской работе в Счетной палате Российской Федерации «Анализ состояния и перспектив развития межрегионального и приграничного сотрудничества государств-участников Содружества Независимых Государств» в части установления геоэкономических различий приграничных субъектов Российской Федерации за 2006г, а также используются Правительством Москвы, Московской и Ивановской областей в формировании концепции развития малого предпринимательства региона в среднесрочной перспективе

Основные положения диссертации нашли отражение в следующих публикациях:

- 1 Вавилов О О Функции предпринимательства социологический аспект/Регионология Научно-публицистический журнал № 2 2007 -М изд ГУП РМ, 2007 (с 187-191)
- 2 Вавилов О О Предпринимательство как социальный институт/Регионология Научно-публицистический журнал № 3 2007 -М изд ГУП РМ, 2007 (с 190-196)