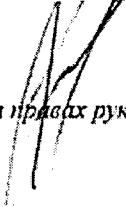


4842663



На правах рукописи

Кичигин Александр Александрович

**МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В КОНТЕКСТЕ ПРЕОДОЛЕНИЯ  
ПОСЛЕДСТВИЙ ГЛОБАЛЬНОГО КРИЗИСА**

Специальность 22.00.04 — социальная структура,  
социальные институты и процессы

Автореферат  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата социологических наук

20 ЯНВ 2011

Москва – 2010

Диссертация выполнена на кафедре социологии социальной работы  
ГОУ ВПО «Российский государственный социальный университет»

**Научный руководитель:** доктор социологических наук, профессор  
**Осадчая Галина Ивановна**

**Официальные оппоненты:** доктор социологических наук, профессор  
**Фетисов Эдуард Николаевич**  
кандидат социологических наук  
**Петрова Елена Владимировна**

**Ведущая организация:** ГОУ ВПО «Белгородский государственный  
университет

Защита состоится 15 декабря 2010 года в 14 часов на заседании  
диссертационного совета Д.212.341.01 по социологическим и философским  
наукам при Российском государственном социальном университете, по адресу:  
129226, Москва, ул. Вильгельма Пика, д. 4, корпус 2, зал диссертационного  
советов.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Российского  
государственного социального университета (по адресу: 129226, г. Москва,  
ул. Вильгельма Пика, д. 4, корпус 3).

Автореферат размещён на сайте Российского государственного  
социального университета <http://www.rgsu.net>

Автореферат разослан 12 ноября 2010 года

Ученый секретарь  
диссертационного совета

И.В. Долгорукова

## **ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ**

**Актуальность темы исследования.** Интерес к изучению предпринимательства в России, обращение к его социологическому анализу предопределины важностью и необходимостью осознания той роли, которую предпринимательство играет в трансформации современного общества, в становлении социально-ориентированного рыночного хозяйства и в целом в формировании демократического общества в России.

Малый бизнес, особенно в условиях мирового экономического кризиса, чрезвычайно эффективен как форма предпринимательской деятельности во многих секторах экономики, обеспечивающих занятость населения и требующих эффективного управления, быстрого реагирования на изменения рыночной конъюнктуры, энергичного внедрения современных технологий. Вместе с тем, предприятия малого бизнеса в условиях финансово-экономического кризиса являются не только универсальной формой реализации занятости по сравнению с другими структурами, но и основой для формирования социального слоя, заинтересованного в политической стабильности и повышении качества человеческого капитала.

Мировой опыт государств с рыночной экономикой показывает, что в странах, где есть большие предприятия и корпорации, значительная часть валового продукта создается большим количеством малых предприятий. Они являются не только гарантами гибкости и динамики экономики, мощным средством постоянной корректировки и сохранения структуры производства, которое удовлетворяет потребности населения в работе, заработной плате, социальных услугах, но и той сферой, которая дает возможность государству разрешать социальные проблемы, а гражданам — самореализоваться на личностном уровне.

Малое предпринимательство, являясь самой массовой формой предпринимательской деятельности, призвано эффективно воздействовать на решение актуальных задач глобального общественного значения. К таким задачам относятся: 1) вовлечение в активную экономическую деятельность все большего числа людей и тем самым сокращение числа безработных; 2) использование мобильной природы малого предпринимательства и заполнение им открытых ниш в производствах дефицитных товаров и услуг; 3) расширение конкурентной среды и ослабление монопольных тенденций; 4) формирование широкого слоя мелких собственников и обеспечение на их основе условий для создания среднего класса как гаранта не только экономической, но и социальной стабильности в обществе.

Становление и развитие малого предпринимательства является сложным социально-экономическим явлением и обусловливается происходящими глубокими изменениями в сфере социокультурных отношений, поскольку трансформация последних взаимодействует со всеми основными стороны-

ми социальной жизнедеятельности людей: этическими и моральными нормами, материальными и духовными ценностями, нормами экономического и социального поведения, менталитетом, обычаями, психологией. Поэтому актуальной представляется попытка рассмотрения процесса развития малого предпринимательства в контексте преодоления последствий глобального экономического кризиса, что и определяет выбор темы настоящего докторской диссертационного исследования.

**Степень научной разработанности проблемы.** Интерес к феномену предпринимательства возник в отечественной литературе с началом рыночных реформ. Поставленные перед страной социально-экономические задачи объективно сосредоточили первоначальное внимание ученых на теоретических и методологических аспектах исследования предпринимательства, выявлении его роли и места в преобразовании российского общества. Это направление было исследовано в фундаментальных работах В.С. Автомонова, А.И. Агеева, А.В. Безгодова, А.В. Бусыгина, Н.Н. Зарубиной, Т.И. Заславской, А.И. Кравченко, Н.Я. Павлюка, В.В. Радаева, С.Н. Рохмистрова, Р.В. Рывкиной, Э.Н. Фетисова, Ф.И. Шамхалова, О.Н. Шкарата и других. Здесь ученые опирались, прежде всего, на классические работы М. Вебера, В. Зомбарта, П. Друкера, И. Кирцнера, Ф. Найта, Т. Парсонса, Ж.-Б. Сэя, А. Смита, Ф. Хайека, Й. Шумпетера, а равно как и на имеющийся национальный опыт развития предпринимательства, накопленный в России до 1917 года. Все это способствовало разработке в сравнительно короткие сроки теоретических оснований современной организации российского делового хозяйствования.

Объектом пристального внимания многих ученых стало также и малое предпринимательство. Важный вклад в его изучение внесли Ю.П. Анискин, А.О. Блинов, А.В. Виленский, В.Я. Горфинкель, М.Г. Лапуста, А. Орлов, В.А. Рубе, С.А. Смирнов, Ю.Л. Старостин, Э.А. Уткин, А.Ю. Чепуренко, В.А. Швандар и другие. Они обосновали определяющее значение малого предпринимательства в развитии социального рыночного хозяйства.

Социальные факторы становления малого и среднего предпринимательства рассматриваются в работах А.К. Казанцева, М.Г. Лапусты, В.В. Радаева, А.Ю. Чепуренко, Е.Г. Ясины, Ю.В. Зиньковского, М.В. Кочановского.

В последние годы активизировались исследования в области изучения широкого спектра проблем культуры предпринимательства. Здесь следует отметить серьезные публикации А.И. Агеева, Р.Г. Апресяна, В.И. Бакштановского, И.Н. Макашова, В.Г. Макеевой, Ю.Ю. Петрунина и В.К. Борисова, Ю.В. Согомонова, В.В. Томилова, П.Н. Шихирова. Большой интерес представляют работы, посвященные рассмотрению психологической и социокультурной характеристики предпринимательства (авторы Н.Н. Зарубина, Т.З. Козлова, А.И. Кравченко).

В связи с происходящими кардинальными изменениями социально-экономического фундамента общества важное значение приобрел детальный

анализ процессов социального структурирования. Появились работы, в которых предпринимательство рассматривается как элемент социальной структуры. Среди них следует назвать монографические исследования и многочисленные статьи З.Т. Голенковой, Т.И. Заславской, В.И. Ильина, Ю.Л. Качанова, В.В. Радаева, Р.В. Рывкиной, О.Н. Шкарата и других. Процесс возникновения новой социальной группы российских предпринимателей отражён в работах Л. Бабаевой и Л. Нельсон, А.В. Виленского, В. Гимпельсона, О.В. Крыштановской, Н.И. Лапина, Р.В. Рывкиной, Н. Шматко и других.

Следует отметить, что, несмотря на большое количество появившихся научных публикаций по рассматриваемым проблемам, многие актуальные вопросы сферы предпринимательской деятельности продолжают оставаться недостаточно раскрытыми. Особенно это относится к той группе вопросов, которые связаны с освещением роли и места малого предпринимательства в процессах осуществления социокультурной динамики. Утверждение, что предпринимательство является движущей силой социально-экономических изменений, стало азбучной истиной в российском обществе. Однако круг рассматриваемых вопросов при этом связывается, как правило, с обоснованием лишь экономической активности и инновационного потенциала предпринимательства. Между тем путь, по которому пошли российские реформы, актуализировал и другие стороны этой проблемы. Трудности и замедление темпов социально-экономического реформирования заставили ученых обратить внимание на институциональные аспекты развития предпринимательства. В этом плане первостепенное значение, по мнению автора, приобретает всестороннее исследование процессов функционирования малого предпринимательства в связи с преобразующейся системой отношений в социокультурной среде России, что позволяет глубже понять феномен предпринимательства и осуществить ускорение проводимых в стране реформ.

Целью диссертационного исследования является обоснование и разработка концептуальных положений и научно-практических рекомендаций, направленных на повышение экономической жизнеспособности развития малого бизнеса в контексте глобального экономического кризиса. Реализация данной цели предполагает решение следующих основных задач:

- разработать концептуальные основы анализа ключевых аспектов предпринимательства в регионе;
- выделить основные социокультурные факторы формирования отечественного предпринимательства в контексте преодоления последствий глобального кризиса;
- выявить особенности внешней социокультурной среды региона и исследовать ее влияние на развитие малого предпринимательства;
- охарактеризовать современное состояние малого предпринимательства в Курском регионе;

- определить основные направления совершенствования предпринимательских отношений в условиях российского региона.

**Объектом исследования** является малое предпринимательство в российском обществе.

**Предмет исследования** — особенности развития малого предпринимательства в условиях российского региона в контексте преодоления последствий глобального кризиса.

**Теоретико-методологической основой** диссертационного исследования стали работы отечественных и зарубежных ученых: экономистов, социологов, философов, изучавших процессы экономической деятельности в условиях социокультурных изменений. Прежде всего, это труды М. Вебера, Т. Парсонса, П.А. Сорокина, В.В. Радаева и других.

В определении сущности предпринимательства мы опирались на известные подходы А.И. Агеева, М. Вебера, В.В. Радаева, Й. Шумпетера. Характеристика малого предпринимательства нами дана на основании работ М. Блауга, А.О. Блинова, В.Я. Горфинкеля и В.А. Швандара, М.Г. Лапусты и Ю.Л. Страстиона, В.А. Рубе, С.А. Смирнова, Х. Олдрича, Р. Хизрича и М. Питерса.

Диссертационное исследование базируется на методах системного, сравнительного, статистического анализа.

Эмпирическую базу исследования образуют результаты социологического исследования, проведённого под руководством автора в Курской области в 2009 году на 96 предприятиях малого бизнеса, в котором приняло участие 112 предпринимателей (владельцы и менеджеры предприятий малого бизнеса) и 520 сотрудников данных предприятий. Выбор предприятий осуществлялся по квотному принципу согласно представительству в отраслевой структуре. В выборку вошли малые предприятия промышленности (14 предприятий, или 14,3 %), строительства (15 предприятий, или 15,3 %), торговли и общественного питания (60 предприятий, или 61,2 %), социальной сферы (5 предприятий, или 5,1 %), науки и образования (4 предприятия, или 4,1 %). На предприятиях проводился сплошной опрос. Обработка данных производилась в операционной среде Windows XP с применением аналитической программы Statistica 5.0.

Информационную базу исследования также составили: нормативно-правовые акты высших органов государственной власти РФ, в которых содержатся нормы, регулирующие деятельность в сфере малого бизнеса; статистические данные региональных и федеральных представительств госкомстата; другие фактологические данные, содержащиеся в отечественной и зарубежной научной литературе и периодической печати.

**Научная новизна диссертации** заключается в следующем:

- разработаны концептуальные основы социологического анализа ключевых аспектов предпринимательства в регионе;

- выделены социокультурные факторы формирования отечественного предпринимательства в контексте преодоления последствий глобального кризиса;
- выявлены особенности внешней социокультурной среды региона и исследовано ее влияние на развитие малого предпринимательства;
- дана характеристика современного состояния малого предпринимательства в Курском регионе;
- определены основные направления совершенствования предпринимательских отношений в условиях российского региона.

Положения, выносимые на защиту:

1. Концептуальной основой авторского понимания предпринимательства явились теории М. Вебера, В. Зомбартса, Й. Шумпетера, Т. Парсонса, позволившие выделить исторические и социальные корни предпринимательства, инновацию как определяющую черту и функцию предпринимательской деятельности, дать институциональную и социокультурную интерпретацию экономического действия как подсистемы действия социального. Исходя из этих методологических предпосылок, предпринимательство в диссертации рассматривается как тип хозяйственного поведения, ставящий своей целью получение прибыли, связанный с риском, неопределенностью, креативностью, самореализацией личности, осуществляемый во взаимодействии с экономическими, политическими, социальными и культурными институтами в рамках общепринятых в конкретной культурно-исторической ситуации норм ведения бизнеса, формирующий определенную модель личности и субкультуры.
2. Становление предпринимательского слоя в России обусловлено комплексом социокультурных факторов (религиозных, политических, демографических и других), в результате влияния которых формируются ценностно-смысловые составляющие культуры зрелого производительного предпринимательства. Значительное влияние на формирование определенных национальных черт предпринимательства, индивидуального поведения предпринимателя оказывают формы государственного и хозяйственного строя, особенности социально-экономического генезиса, национального характера, хозяйственного менталитета, религиозные ценности.
3. Характеристики внешней социокультурной среды малого предпринимательства региона свидетельствуют о ее высокой динамике и вариативности происходящих в ней изменений. На основе анализа состояния сложившейся социокультурной среды раскрыты причины, тормозящие развитие малого предпринимательства в регионе. К их числу относятся: невысокий уровень экономической культуры, слабая правовая защищенность предпринимателей; высокие процентные ставки в банках; низкий уровень организационно-экономических и правовых знаний предприни-

мателей; непроработанность организационных и правовых основ развития предпринимательства на региональном уровне; слабость действия механизмов государственной поддержки малого предпринимательства.

4. На основе проведённого социологического анализа показано, что в региональной экономике происходят активные процессы формирования оптимальной структуры малого предпринимательства, определение его предпочтений в сфере норм и ценностей, формирование его как нового класса. Причинами низкой эффективности функционирования малого предпринимательства в регионе, как и в целом по России, является не только и не столько низкий уровень развития его инфраструктуры, сколько общее состояние государственно-административной поддержки, внешней и внутренней институциональной среды.
5. Основные направления совершенствования предпринимательских отношений в регионе включают в себя следующий диапазон мер: совершенствование нормативно-правовой и методологической базы, способствующей повышению предпринимательской активности населения области; комплексное обеспечение потребностей малого и среднего бизнеса через расширение форм поддержки; максимальное удовлетворение потребности малого и среднего бизнеса в комплексных консультационных услугах по всем аспектам предпринимательской деятельности путем развития и совершенствования инфраструктуры поддержки предпринимательства; обеспечение устойчивого развития малых и средних предприятий через всенародное повышение качества и конкурентоспособности производимой ими продукции и оказываемых услуг; содействие в продвижении продукции субъектов малого и среднего предпринимательства области на межрегиональные и зарубежные рынки с использованием современных форм и методов информационной, маркетинговой и иной поддержки; пропаганда идей развития малого и среднего бизнеса, формирование среди населения положительного имиджа предпринимательства; организация взаимодействия органов власти и бизнес-сообщества в целях развития регионального предпринимательства и решения его проблем.

#### **Теоретическая и практическая значимость исследования.**

Концептуальные положения и выводы, разработанные автором, позволяют обновить и расширить существующие теоретические представления о феномене предпринимательства, определить перспективные для российских условий основные направления его развития. Полученные результаты могут послужить дальнейшим основанием научных разработок, найти применение в преподавании гуманитарных дисциплин в высших учебных заведениях по таким курсам, как «Общая социология», «Экономическая социология», «Экономика и социология труда», «Основы предпринимательства», «История предпринимательства» и других.

Практическое значение результатов заключается в том, что выводы и рекомендации работы могут быть использованы государственными и общественными организациями для формирования государственной политики развития предпринимательства, программ поддержки и лоббирования интересов предпринимателей. Некоторые обобщения имеют прикладное значение как специфические рекомендации по совершенствованию реального механизма повышения эффективности производственно-коммерческой деятельности в условиях современной экономики. Они применимы в работе предпринимательских структур и органов государственного управления, могут быть использованы в аналитических разработках, планировании и прогнозировании.

**Апробация работы.** Материалы исследования были апробированы автором в выступлениях на Всероссийской научно-практической конференции «Теоретические и практические проблемы социально-правовых, медико-биологических, технико-экономических сфер жизни общества» (Курск, апрель 2009 г.), на Всероссийской научно-практической конференции «Человек в социокультурном пространстве современности» (Курск, сентябрь 2010 г.). Основные положения и выводы по теме диссертационного исследования отражены в 9 публикациях автора общим объёмом 4,67 п.л., в том числе в 2 статьях, опубликованных в центральных периодических изданиях.

Диссертация обсуждена и рекомендована к защите на заседании кафедры социологии социальной работы Российской государственной социальной университета.

**Структура работы.** Диссертация состоит из введения, двух глав, включающих пять параграфов, заключения, библиографии и приложения.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

**Во введении** обосновывается актуальность выбранной темы, характеризуется степень ее научной разработанности, формулируются объект, предмет и гипотеза исследования, определяются его цель и задачи, раскрываются теоретико-методологические основы и эмпирическая база, излагается новизна полученных результатов, раскрывается теоретическая и практическая значимость полученных результатов.

В первой главе «**Теоретические предпосылки исследования предпринимательства в контексте преодоления последствий глобального кризиса**» представлена развёрнутая постановка проблемы формирования категориально-понятийного аппарата исследования малого предпринимательства в контексте социологической науки, выявлена специфика этого социально-го феномена, представлен опыт социокультурной и историко-социологической интерпретации российского малого предпринимательства.

В первом параграфе «**Концептуальные основы социологического анализа ключевых аспектов малого предпринимательства**» уточняется по-

нятый аппарат, конкретизируется предметная область исследования, излагаются важнейшие теоретические и методологические идеи, послужившие основанием для анализа малого предпринимательства.

Автором отмечается, что история формирования теоретических представлений о предпринимательстве насчитывает более двух столетий и тесно связана с социальными, экономическими и политическими процессами, происходящими в обществе. Теории предпринимательства, которые формировались в период становления индустриального общества, имеют монофункциональный и дескриптивный характер. При анализе феномена предпринимательства здесь уделялось внимание, прежде всего, экономическим чертам, а социальные характеристики считались вторичными. Большинство теорий только объясняли явление предпринимательства, не затрагивая вопрос социального управления предпринимательством, технологии успешной деятельности предпринимателя. Представление о личности предпринимателя сводились к его функционально-ролевой позиции в производственном процессе.

В постиндустриальный период развития экономики происходит всплеск исследовательского интереса к проблеме предпринимательства. Личность предпринимателя и его деятельность предстают как одна из центральных в обществе, которая связана с самореализацией, инновационными процессами, получением прибыли. Теории предпринимательства индустриального периода не могли дать исчерпывающего объяснения функционирования данного феномена в обществе. Современные теории базируются на классических теориях предпринимательства М. Вебера, В. Зомбарта, Й. Шумпетера, в которых рассматриваются социокультурные аспекты предпринимательства, существенно расширяя представления о данном феномене.

В диссертации выделяются и анализируются направления исследований, которые отражают специфику формирования теорий предпринимательства и подчёркивают полифункциональность данного феномена: предпринимательство и социально-рыночная экономика, предпринимательство и политика, предпринимательство и риск, социально-психологические и организационно-управленческие аспекты предпринимательства.

Автор подчёркивает, что предпринимательство как особый вид деятельности и социально-экономическое явление имеет также внезаводской характер. Предпринимательская деятельность — явление не только материальной, но и духовной жизни. Предпринимательство связано с определённой системой ценностей, социальными ориентациями, поведением, самореализацией личности, выполняет определённые социальные функции в обществе. Именно поэтому определение сущности современного предпринимательства, его специфики в конкретных условиях социума невозможно без применения социокультурного подхода, базирующегося на сочетании социальных и культурных характеристик. Именно данный подход рассматривается в диссертации.

ции как наиболее оптимальный, как в теории, так и в практике эмпирического исследования малого предпринимательства.

Применение социокультурного подхода позволило автору дать следующее определение: предпринимательство — это тип хозяйственного поведения, ставящий своей целью получение прибыли, связанный с риском, неопределенностью, креативностью, самореализацией личности, осуществляемый во взаимодействии с экономическими, политическими, социальными и культурными институтами в рамках общепринятых в конкретной культурно-исторической ситуации норм ведения бизнеса, формирует определенную модель личности и субкультуры.

*Во втором параграфе «Социокультурные факторы формирования отечественного предпринимательства в контексте преодоления последствий глобального кризиса» на основе обобщающего анализа теоретического и эмпирического опыта исследований социокультурных факторов предпринимательства осуществлен анализ историко-культурных предпосылок предпринимательства на территории России.*

Анализ предпринимательства как типа хозяйственного поведения, характеризующегося мотивами и целями, требует осмыслиения воздействия социокультурных факторов на его становление. Под социокультурными факторами автором понимается вся совокупность причин, условий и связей, влияющая на формирование отечественного малого предпринимательства.

Автор подчеркивает, что предпринимательство представляет собой целостную социально-экономическую систему, эволюционирующую под воздействием не только материальных факторов, но и факторов нематериальной природы. Неформальные институты, образуя внешнюю среду предпринимательства, опосредуют психологию и формируют стереотип предпринимательского поведения. Предприниматель, находясь в зоне риска и ответственности, чутко реагирует на общественную оценку своей деятельности.

В диссертации отмечается, что на состояния малого предпринимательства в стране оказывают влияние такие функциональные факторы, как политическая стабильность, рост экономики страны, устойчивость социального климата, культура и ценности населения. Предпринимательские ценности, как и хозяйственная культура вообще, формировались на протяжении многовековой истории России. Автор подчеркивает, что становление российского предпринимательства происходило, прежде всего, под влиянием эндогенных причин: как традиционных ментальных социокультурных ценностей, так и изменяющихся социально-экономических условий. При этом базовыми ценностями предпринимательства оставались ценности, свойственные национально-психологическому характеру россиян. Поэтому институты российского предпринимательства несут на себе отпечаток эволюции социально-экономических и политических структур, природно-географической среды и особенностей ее освоения, а также исторических событий. В связи с этим диссертант останав-

ливаются на тех объективных социокультурных условиях, которые определяли специфику формирования социального слоя российских предпринимателей и помогают сегодня объяснить особый путь России в мировом экономическом пространстве.

Во-первых, это специфический тип хозяйствования, обусловленный наличием огромных неосвоенных пространств и потому доминировавший экспансивный тип хозяйствования, требовавший объединения значительного количества занятых в производстве.

Во-вторых, общинный характер организации общества и хозяйствования. Россия по своей истории и социально-психологическим основам — общинная социокультурная система. Недостатком общинной психологии было препятствование попыткам проникновения в культуру индивидуальной инициативы и возможного имущественного неравенства.

В-третьих, специфическая роль органов власти и модели управления. В России исторически сложилось так, что в представительных органах власти ведущую роль играл класс имущих, но ничего не производящих (до революции 1917 г. — дворянство, аристократия, после нее — номенклатура). В модели управления наблюдается ориентация на внутренние проблемы, вера в силу групповых решений.

В-четвертых, приоритет государственных начал. Сильное развитие духа державности вело к подчинению личностных интересов интересам государства.

В-пятых, особый тип социально-психологических отношений: превалирование неформальных и семейно-родовых отношений. Мгновенный переход к типу чисто денежных гражданских отношений был неадекватен отечественным культурным устоям, и в этом кроется одна из причин неудач многократных либеральных экономических реформ в стране.

Наконец, в-шестых, одно из важнейших условий, неразрывно связанное с хозяйственной этикой (в том числе и этикой предпринимательства) — религия. Как известно, богатство в православии не имеет самостоятельной ценности, в связи с этим в России никогда не было «культа миллионера». Одной из ценностей жизнедеятельности человека, провозглашённой христианством, выступает труд. Поэтому в России он всегда уважался, почитался как первейшая нравственная добродетель.

Анализируя процесс становления предпринимательства в конце XX века в постперестроечной России, автор выделяет аномию как один из главных факторов, оказавший существенное влияние на формирование особенностей отечественного малого предпринимательства.

В классических теоретических построениях (Э. Дюркгейм, Р. Мертон) аномия, мыслимая и как нарушение моральной регуляции в силу изобилия противоречивых социальных норм, и как расплывчатость, условность, относительность оценок асоциальных актов, и как несоответствие провозглашаемых социумом

целей поведенческим установкам людей, предстает в качестве такого феномена, который сопутствует обществу на различных стадиях его развития.

Автор показывает, что воздействие аномии на состояние малого предпринимательства проявляется через следующие основные обстоятельства:

1. Общее обострение криминальной ситуации, в результате которой криминальная инфраструктура теневой экономики нашла себе новое поле деятельности после появления предпринимательских структур в малом бизнесе. Соответственно, предпринимательская деятельность стала развиваться в зоне криминального воздействия, подчиняясь «правилам игры», принятым в этой среде, что, в свою очередь, неизбежно приводило к криминализации самого малого бизнеса.
2. Неспособность государства выполнять свои обязательства по защите жизни и имущества граждан вынуждала частное предпринимательство обеспечивать условия своей деятельности, опираясь на негосударственные структуры, которые в таких случаях неизбежно принимали криминальный характер.
3. Обстановка экономического хаоса в результате развала сложившихся организационно-экономических и производственных связей и структур, а также финансовой системы страны выступила своеобразным стимулятором криминального экономического поведения.
4. Непредсказуемость экономической политики государства, стимулировавшей «уход» капитала из зоны государственного воздействия (будь оно экономическим или административным).

В настоящее время российское общество сосредоточено на стабилизации социально-экономического положения в стране, однако государство так и не смогло сделать экономические институты в полной мере эффективными. Например, малый бизнес на протяжении всего периода реформ не только не стал полноправным субъектом рынка, но и жестко привязывался к региональным властям, от которых реально зависело его существование. Тем самым было запущено «теневое право» — теневые нормы и правила, которые стали действовать сильнее легального права. В сложившейся ситуации анализ социокультурных факторов развития малого предпринимательства с позиции концепции аномии весьма актуален и в нынешних условиях России. В частности, он помогает объяснить, почему периодические попытки очистить политику и бизнес от коррупционеров оказываются безрезультатными. Действует основная теорема Р. Мертона: любая попытка уничтожить существующую социальную структуру без создания адекватной альтернативной структуры для выполнения функций, ранее выполнявшихся уничтоженной организацией, обречена на неудачу. Если политические реформы ограничиваются задачей изгнания мошенников, то они вырождаются в пустые декларации. На самом же деле реформы призваны создать альтернативные структуры, которые способны будут удовлетворить настоящие экономические потребности предпринимателей.

Таким образом, аномия стала важнейшим фактором, обусловившим криминализацию и теневизацию культуры предпринимательства, в экономической сфере общества и порождённым процессом ее структурного реформирования. Наличие ценностной дезорганизации в предпринимательской культуре — синоним неэффективности как на общегосударственном уровне, так и на уровне конкретных предприятий, преодоление которой возможно только при целенаправленном формировании культуры предпринимательства.

Во второй главе «Развитие малого предпринимательства региона в контексте преодоления последствий глобального кризиса» рассматривается процесс формирования малого предпринимательства в региональном аспекте; дается социальный портрет предпринимателя как субъекта рыночных отношений; выявляются основные тенденции развития социально-экономических отношений в малом предпринимательстве.

*В первом параграфе «Влияние социокультурной среды региона на развитие малого предпринимательства»* дается характеристика внешней социокультурной среды и ее влияния на особенности развития малого предпринимательства в Курском регионе.

Автор отмечает, что развитие и функционирование малого предпринимательства подвержено прямому воздействию определённой нормативной, институциональной, культурной системы. Факторы внешней среды, как и другие внешние обстоятельства, по мнению П. Сорокина, могут замедлить или ускорить внутрисистемные процессы, но не в состоянии изменить программу развития, заложенную в систему. По мнению ученого, влияние внешних сил необходимо учитывать, но их воздействие не в состоянии изменить последовательность фаз развития системы.

В этой связи в диссертационном исследовании отмечается, что на процесс формирования региональной среды развития малого предпринимательства существенное влияние оказывает совокупность факторов, проявившихся в результате формализации условий, элементов, взаимосвязей и иных параметров экономической, социальной, институциональной и политической реальности. К их воздействию малое предпринимательство, развивающееся в структуре регионального производственного комплекса, вынуждено приспособливаться и создавать собственную систему непосредственного окружения, органично встраиваемую в контуры регионального рынка.

Необходимым условием для эффективного функционирования малого предпринимательства, по мнению диссертанта, является институциональная среда, представляющая совокупность основополагающих политических, социальных и юридических правил, которые образуют базис для производства, обмена и распределения. Институциональная среда рассматривается диссертантом как набор взаимосвязанных формальных правил и неформальных ограничений, определяющих структуру стимулов для экономических агентов. К системе формальных правил можно отнести законы страны, нормативные

акты, которые формируют правовое поле для малого бизнеса и устанавливают «правила игры» на нем. Они обеспечивают желающим возможность заниматься бизнесом (экономическая свобода, права, гарантии), а также определяют их ответственность перед государством, партнерами и потребителями. Создание благоприятной среды, а именно простота оформления и регистрация фирм, отсутствие сложностей в учете, отчётности и ведении бухгалтерских документов, налоговые льготы и государственная поддержка, способствуют развитию структур малого предпринимательства и дают возможность развивать их конкурентные преимущества. Динамика появления новых независимых предприятий показывает, насколько внешняя среда благоприятна для развития бизнеса в данный отрезок времени. Из множества факторов в диссертации выделяются наиболее сильно влияющие на региональную среду малого предпринимательства.

*Нормативно-правовой фактор* характеризует среду с точки зрения деятельности федеральных, муниципальных и областных администраций в области экономического и финансового законодательства по отношению к субъектам малого предпринимательства. Базовым законом поддержки малого бизнеса в Российской Федерации до последнего времени был Федеральный закон от 12.05.95 г. № 88-ФЗ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации», который требовал серьёзной переработки в связи с произошедшими изменениями как в законодательстве, так и в реалиях практической жизни в стране. В июне 2007 г. был принят новый Закон ФЗ № 209 «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ», вступивший в силу с 1.01.2008 года.

Что касается Курской области, то в регионе принята новая областная целевая программа «Развитие малого и среднего предпринимательства в Курской области на 2009–2011 годы». Ее основные мероприятия включают такие важные направления, как законодательное обеспечение субъектов малого бизнеса, результатом которого является разработка предложений по совершенствованию действующего законодательства путем выявления юридических норм, содержащих развитие малого предпринимательства; создание условий, обеспечивающих доступность кредитных ресурсов; устранение противоречий и норм продекларированных, но не имеющих механизма реализации; введение моратория на ухудшение налоговых условий для субъектов малого бизнеса; создание оптимальных условий для инвесторов, за счет чего планируется развитие экономики региона и другие необходимые направления реализации государственной политики в сфере поддержки и развития малого предпринимательства в Курской области.

*Трансакционно-инфраструктурный фактор* характеризует региональную среду с точки зрения издержек, которые бизнес несет при взаимодействии с регуляторами рынка, это такие издержки, как процедура регистрации, лицензирование в сфере производства и услуг, распространённость взяток чиновникам, ликвидность бизнеса, частота нарушений в ходе проверок, процедура

взаимодействия с налоговыми и таможенными органами, распространённость «откатов». Снижение трансакционных издержек предприятий повышает рентабельность бизнеса, что, помимо получения дохода предприятия и возможности увеличения инвестиций в основной капитал для расширения деятельности, влечет за собой создание рабочих мест и как следствие — увеличение налоговой базы, являющейся одной из главных статей дохода бюджета.

В регионе два года действует специальная правительенная комиссия по поддержке производственных малых предприятий, которые непосредственно производят продукцию и оказывают бытовые услуги населению.

*Фактор административных преференций* характеризует региональную среду малого предпринимательства с точки зрения равенства возможностей по доступу к тортам и тендераам, кредитованию, возможности арендовать и выкупать производственные и офисные площади, а также землю.

Сложность доступа к производственным и офисным площадям также ведет к росту трансакционных издержек и потерю времени, что затрудняет развитие малого бизнеса. В Курской области проблема с арендой или приобретением помещений для производственных нужд малого бизнеса является наиболее болезненной, потому что такая возможность сопряжена с необходимостью преодолевать разного рода административные барьеры. «Собственное помещение есть только у 15 % малых предприятий, работающих менее 3-х лет, и у 32 % — более 3-х лет»

*Формирование финансовых ресурсов предприятий малого предпринимательства* — один из наиболее значимых факторов, необходимых для их развития. Отсутствие благоприятных условий для развития малого бизнеса существенно влияет на оценку собственного финансового положения. Так, из числа опрошенных руководителей малых предприятий в Курской области считают свое финансовое состояние хорошим — 24,5 %, удовлетворительным — 41,5 %, плохим — 24,4 %, самодостаточным для поддержания бизнеса — 64,0 %, неустойчивым — 13,2 %, ухудшающимся с каждым днем — 7,5 %.

В 2009 году в Курской области консолидированные бюджетные средства направляются на софинансирование расходов субъектов малого и среднего предпринимательства, связанных с кредитованием (субсидирование процентной ставки по кредитам); поддержкой начинающих собственное дело; развитием производства конкурентоспособной экспортноориентированной продукции; участием бизнеса в межрегиональных и международных выставках-ярмарках; присоединением к сетям инженерной инфраструктуры; внедрением проектов энергосбережения; патентованием и регистрацией авторских прав; обучением, подготовкой и переподготовкой кадров рабочих специальностей; содействием кредитованию через созданный фонд поручительства по кредиту.

*Информационный фактор* характеризует региональную среду развития малого бизнеса с точки зрения наличия и доступности информации. Постоянные изменения условий деятельности требуют качественного и своевременно-

го информационного обеспечения, которое формирует информационное пространство, необходимое для принятия эффективных решений.

В этой связи важную роль в информационном обеспечении в Курской области играют региональная общественная организация «Союз предпринимателей», Курское областное отделение «ОПОРА России» и некоммерческое партнерство «Областной центр поддержки малого предпринимательства».

Анализ социокультурной среды региона позволил автору сделать вывод, что, несмотря на положительную динамику развития малого предпринимательства в регионе, рост экономических показателей его состояния, их вклад в экономику области в достаточной мере не отражает его потенциала. Поэтому внешняя среда малого предпринимательства в регионе требует дальнейшего совершенствования для создания наиболее благоприятного климата его развития. Для этого, по мнению автора, необходимо осознание того, что предприятие малого бизнеса как экономический субъект нуждается в свободе рыночной деятельности, которая не будет полноценной без признания необходимой комплексной, целенаправленной поддержки со стороны региональных и муниципальных органов власти.

*Во втором параграфе «Современное состояние малого предпринимательства в регионе как субъекта рыночных отношений»* анализируется современное состояние малого предпринимательства в Курском регионе, выявляются его основные проблемы в связи с глобальным финансовым кризисом.

В диссертации отмечается, что кризисная ситуация в экономике страны неизбежно сказалась на тенденциях развития малого предпринимательства в регионе.

В настоящее время в области действует около 45 тысяч малых и средних хозяйствующих субъектов: малых и средних предприятий — 8249, в том числе 4133 микропредприятий, 358 микропредприятий-сельхозорганизаций и 36011 — индивидуальных предпринимателей.

Вклад малого и среднего предпринимательства в регион в 2009 году характеризовался следующими показателями: почти пятая часть внутреннего регионального продукта; каждый третий, занятый в экономике (155 тыс. человек); каждый десятый рубль налоговых отчислений только от применения специальных режимов налогообложения.

Несмотря на положительные изменения в сфере поддержки и развития малого и среднего предпринимательства, остаются проблемы, препятствующие развитию этого сектора экономики области. Результаты анкетирования и опроса предпринимателей показали, что основным фактором, сдерживающим развитие бизнеса в регионе, является несовершенство и нестабильность законодательства: налогового, административного, бюджетного (данный факт отметили 68 % предпринимателей).

Среди проблем, являющихся в настоящий момент наиболее значимыми, предприниматели выделяют в первую очередь финансовую проблему. Ее отметили

57,7 % предпринимателей практически всех возрастных групп, кроме самой старшей (12,9 %). Не менее важной по значимости для предпринимателей является проблема взаимоотношений с властными структурами. Эта проблема обладает удивительной устойчивостью. Не претендуя на статус особо острых, она стабильно осложняла жизнь 17,3 % предпринимателей. Третья по значимости — проблема с партнерами по бизнесу (14,4 %).

Среди внешних факторов, вносящих особые осложнения в деятельность предпринимательской структуры, доминирующей является существующая система налогообложения. Ее выделили 80,4 % предпринимателей. Следующий фактор, осложняющий деятельность предпринимательской структуры — неудовлетворительная государственная политика в области содействия предпринимательству. Её отметили 74,8 % респондентов. Хотя предпринимательство все больше набирает силу, тем не менее, оно сталкивается с немалыми трудностями и нуждается в поддержке со стороны органов власти и управления.

Актуальной остается проблема нехватки нежилых помещений и отсутствия доступной информации об имеющемся имуществе. Поддержка в подборе арендуемых или приобретаемых в собственность помещений востребована практически более чем 60 % опрошенных курских предпринимателей. С проблемой дефицита собственных финансовых ресурсов и сложностью получения кредитов в кредитных организациях сталкивается каждый второй предприниматель. Решение вопросов, связанных с преодолением разного рода административных барьеров, волнует более 70 % хозяйствующих субъектов малого и среднего бизнеса. Результаты исследования показали, что рыночные отношения испытывают воздействие административного ресурса: более 60 % опрошенных отметили, что в регионе имеются отрасли, доступ в которые искусственно затруднён; 80 % — что представители региональных и местных администраций используют свое служебное положение для создания благоприятных условий отдельным фирмам; более 60 % сталкиваются с произволом со стороны представителей администраций, сотрудников контрольно-надзорных и правоохранительных органов опрошенных.

Предприниматели указали также на следующие проблемы, в решении которых они рассчитывают на помощь со стороны органов власти: поддержка в правовых вопросах, содействие в установлении связей с партнерами, сложность и высокая стоимость присоединения объектов предпринимательской деятельности к инженерной инфраструктуре, содействие в подготовке профессиональных кадров, организация информационно-методического обеспечения предпринимательской деятельности.

Исследование показало, что на региональном уровне доступ малых предприятий на рынок государственных и муниципальных закупок практически закрыт, так как законодательство, регламентирующее эту сферу отношений государства и бизнеса, не предусматривает обязательного порядка привлечения к госзаказу малого бизнеса — непосредственно или через субконтракты.

Промышленная кооперация малого предпринимательства с крупными конкурентоспособными производителями, в том числе и с зарубежными, от которой зависит успех малого и среднего предпринимательства в производственной и инновационной сферах, ограничена чрезвычайно высокими входными барьерами при заключении договора на поставку комплектующих для крупного контрактора.

Анализируя ответные реакции субъектов малого предпринимательства на кризис, автор диссертационного исследования не выявил в нем интеграционных стратегий. Это означает, что предприниматели не видят в консолидации возможности для развития и выхода на новый уровень, между тем как увеличение проблем считают вполне реальным. Стратегии специализации и сокращения издержек явно преобладают над стратегиями диверсификации и интеграции. Это означает, что нынешний кризис пока ведет лишь к упрощению предпринимательской среды. Популярный тезис о том, что кризис — это еще и возможность модернизировать и диверсифицировать национальную экономику, на региональном уровне не нашёл своего воплощения в жизни.

Эмпирическое исследование позволило выявить структуру мотивов экономического поведения людей, утвердившихся в предпринимательстве в ходе отечественного реформирования. Лидирующее положение в структуре мотивов экономической деятельности предпринимателя занимает его желание удовлетворить свои материальные потребности. Менее значимым для предпринимателя оказался мотив достижения посредством этой деятельности более высокого социального статуса. И лишь на третьей позиции стоит желание выразить себя в этой деятельности. Меньше всего оказалось респондентов, которые склонны к удовлетворению своих гедонистических потребностей. При этом эмпирические данные показали, что большая часть усилий отечественного предпринимателя затрачивается на стабилизацию достигнутого уровня материального достатка, а не на креативную активность. Другим важным результатом эмпирического исследования явился факт выявления глубинного желания предпринимателя заниматься производством, хотя при этом им признается, что он вынужден тратить свои усилия на посредническую деятельность. Это также указывает на скрытую тенденцию предпринимательства к сфере, которая для экономики страны имеет важнейшее значение.

В процессе исследования была также выявлена зависимость между положением дел на предприятии и принадлежностью последнего к определённой сфере деятельности. Опросы показали, что предприятия производственной сферы находятся в худшем положении, чем предприятия торговли и сферы услуг. Более того, по оценке руководителей производственных предприятий, последние вообще имеют тенденцию к прекращению своей деятельности. Эта тенденция объясняет стремление 30,4 % опрошенных производственников осуществить смену своей отраслевой деятельности против 6,8 % руководителей торговых предприятий и 6,6 % руководителей предприятий сферы услуг.

Все это свидетельствует о том, что в региональной экономике продолжают происходить активные процессы формирования оптимальной структуры предпринимательства.

*В третьем параграфе «Основные направления совершенствования предпринимательских отношений в условиях российского региона»* представлены основные направления, обеспечивающие совершенствование предпринимательских отношений в регионе.

Совершенствование процесса развития предпринимательских отношений предполагает поиск и нахождение наиболее приемлемых и целесообразных направлений, путей, способов, механизмов его развития.

Анализ основных противоречий в сфере малого бизнеса позволил диссертанту выделить следующие *перспективные направления совершенствования предпринимательских отношений в регионе:*

- 1) правовое обеспечение деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства, предусматривающее совершенствование регионального и федерального законодательства с целью формирования благоприятной внешней среды, развития механизмов софинансирования, повышения эффективности государственной поддержки и развития инфраструктуры предпринимательства;
- 2) развитие системы предоставления финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства, предусматривающее:
  - предоставление субсидий на софинансирование проектов субъектов малого и среднего предпринимательства, в том числе направленных на стимулирование расширения внешнеэкономической деятельности хозяйствующих субъектов, сертификацию по Международной системе ИСО 9000;
  - предоставление субсидий на поддержку начинающих собственное дело, в том числе по проектам, осуществляемым молодыми гражданами;
  - обеспечение доступа к финансово-кредитным ресурсам субъектов, не имеющих достаточного залогового обеспечения, путем расширения деятельности фонда поручительств;
  - предоставление субсидий местным бюджетам на реализацию муниципальных целевых программ;
  - предоставление субсидий на развитие ремесленничества;
  - проведение мониторинга эффективности применения мер государственной поддержки малого и среднего предпринимательства;
- 3) расширение применения мер имущественной поддержки, предусматривающее разработку нормативно-правового акта, определение государственного имущества, предназначенного для передачи субъектам малого и среднего предпринимательства и организациям инфраструктуры, и формирование реестра, а также предоставление нежилых помещений для организации и ведения бизнеса;

- 4) сокращение административных барьеров, предусматривающее проведение аналитической работы по выявлению проблем, содержащих развитие предпринимательства, выработку решений, обеспечивающих сочетание интересов бизнеса и государства, а также расширение информационной работы с предпринимателями с использованием потенциала общественных бизнес-структур;
- 5) поддержка по приоритетным направлениям, определённым Минэкономразвития России, в том числе субъектов малого и среднего предпринимательства, действующих в сфере инноваций и промышленного производства, в форме субсидирования затрат, связанных с государственной регистрацией результатов интеллектуальной деятельности, внедрением энергосберегающих программ, подготовкой кадров по рабочим специальностям, а также путем привлечения к участию в конкурсе на финансирование проектов развития предприятий в научно-технической сфере за счет внебюджетных источников;
- 6) обобщение и распространение опыта создания общественных организаций предпринимателей, формирование благоприятных условий развития инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства, оказание финансовой поддержки организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства;
- 7) информационно-методическое обеспечение и пропаганда идей развития бизнеса, предусматривающее доступность информационных ресурсов для малого, среднего предпринимательства, повышение общественной активности деловых кругов и привлечение к участию в региональных бизнес-форумах, распространение опыта ведущих предприятий по созданию собственного дела, формирование идеологии развития предпринимательства как одного из существенных факторов социально-экономической жизни и основы создания среднего класса;
- 8) организационно-методическое обеспечение, предусматривающее постоянное взаимодействие с федеральными структурами по вопросам поддержки и привлечения дополнительных финансовых ресурсов на развитие предпринимательства, проведение мониторинга деятельности малого и среднего бизнеса области и представление его достижений на межрегиональных и всероссийских форумах.

В заключении формулируются основные выводы, полученные в ходе исследования, обозначаются направления решения поднятых в работе проблем, обосновывается практическая значимость полученных результатов.

**Основное содержание диссертации изложено в следующих публикациях автора:**

**Статьи в журналах из списка ВАК РФ:**

1. Кичигин А.А. Региональные особенности развития малого предпринимательства // Ученые записки РГСУ. — 2010. — № 2. — С. 130–133 (0,38 п.л.).
2. Кичигин А.А. Развитие малого предпринимательства в условиях региона // Социальная политика и социология. — 2010. — № 4. — С. 129–136 (0,5 п.л.).

**Публикации в других научных изданиях:**

3. Кичигин А.А. Факторы развития малого бизнеса // Россия. Духовная ситуация времени. — 2007. — № 1. — С. 121–126 (0,35 п.л.).
4. Кичигин А.А. Формирование организационной культуры в малом предпринимательстве // Россия. Духовная ситуация времени. — 2007. — № 2. — С. 143–155 (0,79 п.л.).
5. Кичигин А.А. Социокультурные аспекты рынка труда // Россия. Духовная ситуация времени. — 2008. — № 1–2. — С. 159–172 (0,88 п.л.).
6. Кичигин А.А. Предпринимательство в России: условия развития // Теоретические и практические проблемы социально-правовых, медико-биологических, технико-экономических сфер жизни общества: материалы междунар. науч.-практ. конф. (г. Курск 27–27 мар. 2009 г.) В 3 ч. Ч. 2. — Курск: ООО «Учитель», 2009. — 275 с. (С. 240–244) (0,25 п.л.)
7. Кичигин А.А. Малый бизнес в условиях кризиса // Россия. Духовная ситуация времени. — 2009. — № 1–2. — С. 275–282 (0,47 п.л.)
8. Кичигин А.А. Предпринимательство как инновационная деятельность // Россия. Духовная ситуация времени. — 2010. — № 1–2. — С. 191–194 (0,25 п.л.)
9. Кичигин А.А. Социокультурные факторы формирования предпринимательства в России // Человек в социокультурном пространстве современности: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (Курск, сентябрь 2010 г.). — Курск: ООО «Мечта». — С. 166–178 (0,8 п.л.).

**КИЧИГИН Александр Александрович**

**МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В КОНТЕКСТЕ ПРЕОДОЛЕНИЯ  
ПОСЛЕДСТВИЙ ГЛОБАЛЬНОГО КРИЗИСА**

**Специальность 22.00.04 — социальная структура,  
социальные институты и процессы**

Изд. лиц. ЛР № 020658 от 25.02.98, подписано в печать 10.11.2010.  
Формат бумаги 60x84 1/16 Гарнитура «Таймс». Усл. печ. л. 1,3. Тираж 150 экз.

107150, г. Москва, ул. Лосиноостровская, вл. 24  
Издательство Российского государственного социального университета  
Издательско-полиграфический комплекс РГСУ, тел. 169-48-02  
107150, г. Москва, ул. Лосиноостровская, вл. 24

Отпечатано с оригинал-макета  
в МУП «Курская городская типография»,  
305004, г. Курск, ул. Ленина, 77.