

На правах рукописи

Булова Екатерина Фанилевна

**СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ
СУБЪЕКТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА РОССИИ И ГЕРМАНИИ**

Специальность 22 00 03 – экономическая социология и демография

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and flourishes, positioned to the right of the barcode.

Уфа 2007

Работа выполнена на кафедре менеджмента и маркетинга
Уфимского государственного авиационного технического университета

Научный руководитель доктор социологических наук, профессор
Голиков Владимир Дмитриевич

Официальные оппоненты доктор социологических наук, профессор
Курлов Алексей Борисович

кандидат социологических наук, доцент
Махов Алексей Алексеевич

Ведущая организация Волгоградский государственный университет

Защита состоится 12 ноября 2007 года в 10 00 часов на заседании
диссертационного совета Д 212 288 01 при Уфимском государственном
авиационном техническом университете по адресу г Уфа, ул К Маркса, 12

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Уфимского
государственного авиационного технического университета

Автореферат разослан 10 октября 2007 г

Ученый секретарь
диссертационного совета
доктор социологических наук,
профессор



Моисеева Т П

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Стремительное повышение значения предпринимательства, и в особенности малого и среднего бизнеса, для развития российской экономики требует переоценки традиционно сложившегося подхода к его роли и месту в системе хозяйствования. Возможности активизации деятельности предпринимательства в России могут быть реализованы, в частности, посредством использования опыта передовых в экономическом и социальном отношении европейских стран. С каждым годом доля малого и среднего предпринимательства в России увеличивается значительными темпами, а принимаемые программы их поддержки, разрабатываемые органами власти, остаются часто просто декларируемыми лозунгами, не принося эффективной пользы данному сектору экономики. Таким образом, в условиях расширения и совершенствования рыночных отношений приобретают важнейшее теоретическое и практическое значение проблемы стимулирования предпринимательской активности, в особенности, малого и среднего бизнеса.

Предпринимательство играет важную роль в активизации рынка труда, в широком использовании технико-технологических инноваций в экономике страны. В связи с этим исследование проблем экономического поведения малого и среднего предпринимательства приобретает особую актуальность в деле поддержки социальной сферы, обеспечения населения дополнительными рабочими местами, в развитии предпринимательской инициативы у граждан страны.

Российское предпринимательство в силу специфических культурно-исторических и социально-политических причин вынуждено искать свои собственные пути становления и функционирования. Важное значение для успешного развития предпринимательства в России имеет опыт высокоразвитых западных стран. Особое место среди них занимает Германия в связи с бурно развивающимся сотрудничеством наших стран в экономических и социально-культурных областях.

Актуальность работы обусловлена необходимостью общетеоретической разработки темы исследования. Вопросы теории и практики малого и среднего предпринимательства в России еще не получили адекватной научной проработки, поэтому исследование данной проблематики является важным условием принятия своевременных и обоснованных решений по дальнейшему функционированию и развитию этого сектора в стране.

2

Несмотря на наличие отдельных исследований в основном в области малого предпринимательства, необходимо отметить, что Россия почти не принимает участие в кросскультурных международных исследованиях, которые ценны тем, что носят сравнительный характер. Так, например, международные исследования по предпринимательству GEM (Global Entrepreneurship Monitor) дают кросскультурную оценку предпринимательской активности по 35 странам мира. В рамках данного исследования измеряются уровни предпринимательской активности в различных странах, анализируются факторы, которые детерминируют предпринимательскую активность, а также определяется политика, которая может способствовать повышению предпринимательской активности в исследуемых странах. Но в данном исследовании не участвует Россия, также как и долгое время была в стороне от таких исследовательских проектов, как Евробарометр, Мировое исследование ценностей (World Values Survey), и т. д.

Таким образом, приходится констатировать отсутствие исследований российского предпринимательства, носящих сравнительный характер, а недостаточная разработанность вопросов развития малого и среднего предпринимательства с учетом передового опыта западных стран создает дополнительное препятствие не только для дальнейших научных исследований, но и для создания теоретических основ оптимизации предпринимательской активности в России.

Степень разработанности проблемы. Экономическое поведение как специфичный вид человеческой деятельности издавна вызывает интерес экономистов, социологов, психологов. Как феномен, тесно связанный с проблемой предпринимательской инициативы и формирования рыночных отношений, оно традиционно находится в предметном поле экономической науки. Классики экономической мысли, начиная с А. Смита, не обращаясь к использованию самого термина, фактически обосновали и разработали исторически первую модель экономического поведения в концепции *homo economicus* как абсолютно рационального, ориентированного только на получение максимальной выгоды существа, и именно эта модель легла в основу не только классических, но и современных представлений.

Являясь предметом психологических и социально-психологических исследований, поведение человека и возможность направленного воздействия на него, представлены в трудах физиологов – Г. М. Бехтерева, Н. П. Бехтеревой, психологов – Д. Аткинсона, Л. Выготского, Ю. Кагана, И. Кона, Л. Курта, Л. Леонтьева, А. Маслоу, Б. Скиннера, Д. Узнадзе, Д. Уотсона и др. Исследование экономического поведения не может не опираться на общенаучные представления о психофизиологических основах человеческих

поведенческих реакций, в силу чего работы указанных авторов сохраняют свою значимость и при обращении к нашей конкретной теме

Роль социокультурных и, в первую очередь, религиозных факторов в формировании определенного типа экономического поведения была впервые выявлена и обоснована М Вебером в знаменитой работе «Протестантская этика и дух капитализма» Серьезный вклад в разработку методологических оснований социологического изучения экономического поведения внесли П Бергер, Т Парсонс, исследователи бихевиористского направления в социологии, в частности, Дж Хоманс Большой эвристичностью обладает направление экономической психологии, представленное Дж Катона, Д Канеманом А Тверски, В Смитом, П Луитом и др В новом ракурсе проблемы генезиса и направленности экономического поведения рассматриваются в рамках неоинституционализма, в частности, в трудах Д Норта

В постперестроечное время понятие экономического поведения вошло и в отечественный общественно-научный дискурс Среди современных российских исследователей этой проблематики следует выделить Э Афанасьева, Ю Бородаю, В Верховина Ю Давыдова, Е Гайдара, А Глаголева, Г Гловели, М Гуревичева, А Ионову, А Леусского, Е Майминаса, С Марсева, В Костецкого, Н Зарубину, А Радыгина, Д Формана, Ф Шамхалова, Н Шамшурина В Шаповалова.

Этносоциальные особенности экономического поведения россиян анализируются такими авторами как Н Горин, Л Горичева, В Марьяновский, Ю Ольсевич, Ю Осипов, Ю Яковец, Н Зарубина, К Павлов, А Соболевская и др Его социокультурная специфика и обусловленность ценностными ориентациями, характер мотиваций и динамика их изменения, устойчивые поведенческие модели и стереотипы исследуются в работах Л Абалкина, Р Апресяна, В Ганжина, В Давыденко, В Дементьева, Т Долгопятовой, Н Дряхлова, Л Дунаевского, Л Душацкого, С Кирдиной А Кравцовой, А Кравченко, О Крыштановского, М Лапуста, Ю Левады, М Левитана, Е Малинина, М Мацковского, С Ползиков А Поршнева, А Пригожина, Л Скамая, Ю Старостина, В Фальцмана, К Фотеевой, И Юрченко, В Ядова

Переходя к обзору трудов непосредственно посвященных экономическому поведению, необходимо учитывать, что традиционный интерес социологов и экономистов вызывает в первую очередь поведение предпринимателя Особенности и параметры предпринимательского поведения как вида экономического поведения исследовались и описывались В Зомбартом, Т Вебленом, а позднее Г Беккером, Я Корнай, Х Лампертом, П Самуэльсоном, Р Франком Ф Хайеком Р Хайлбронером, Л Харрисом,

П Хейне, И Шумпетером, К Эрроу, А Этциони

В последнее время в изучении малого бизнеса возобладали новые тенденции Во-первых, современные исследователи пытаются рассмотреть развитие малого бизнеса в макроэкономическом контексте модернизации и глобализации Во-вторых, при изучении собственно функционирования малого предпринимательства в экономике тех или иных стран, преимущество отдается исследованию вопросов инновационного развития Вопросы государственного регулирования малого предпринимательства в России раскрываются в работах А Блинова, Е Бухвальда, А Буянкиной, А Виленского, П Мягкого, А Орлова, Г Семенцовой, Е Фесенко, А Чепуренко

В связи с необходимостью обращения в диссертации к анализу теневых составляющих экономического поведения в условиях современного российского общества следует отметить научную значимость разработок Л Косалса, Р Рывкиной, В Радаева, В Верховина, Т Заславской, Л Тимофеева, Г Силласте

Несмотря на обилие имеющихся в отечественной научной литературе разработок по различным аспектам экономического поведения, в исследовании этой темы все еще существуют определенные пробелы, среди которых главными, на наш взгляд, являются недостаточная изученность особенностей экономического поведения российских предпринимателей, а также теневое поведение российских предпринимателей в экономике Несомненная актуальность этой темы для современного российского общества определяет необходимость нашего обращении к исследованию экономического поведения в социологическом аспекте, в связи с глубокими социально-экономическими изменениями, происходящими в современной России

Объектом диссертационного исследования являются субъекты предпринимательской деятельности России и Германии

Предмет исследования – социокультурные факторы экономического поведения предпринимателей России и Германии

Цель диссертационной работы – провести сравнительный анализ социокультурных факторов экономического поведения субъектов предпринимательства России и Германии и определить возможности использования западного опыта для развития сферы отечественных социально-экономических отношений

Для достижения цели диссертационного исследования были поставлены следующие задачи

1 Определить теоретико-методологические основания исследования экономического поведения субъектов предпринимательской деятельности, а именно раскрыть и проанализировать основные определения экономического

поведения в границах социологического и экономического дискурсов

2 Проанализировать общественное мнение и отношение российского населения к предпринимательству, а также определить социальный статус предпринимателей в современном обществе

3 Рассмотреть в ракурсе сравнительного анализа экономическое поведение российских и немецких предпринимателей, выявить факторы развития предпринимательства, специфические особенности его функционирования в российском и немецком обществах

4 Выявить источники развития предпринимательства, его движущие силы, а также факторы, детерминирующие экономическое поведение субъектов предпринимательства и оказывающие формирующее воздействие на становление и развитие предпринимательской деятельности

5 Проанализировать взаимодействие предпринимательства с другими секторами общества локальными органами власти и управления, а также с некоммерческими организациями. Выявить проблемы, с которыми сталкиваются предприниматели в процессе своей деятельности

6 Исследовать мотивы и социокультурную обусловленность экономического поведения предпринимателей, этнические и аксиологические особенности российской хозяйственной ментальности

Методологическую основу исследования составили системный и социо-культурный подходы, имеющие общеметодологическое значение и ставшие ориентирами к изучению и пониманию сущности экономического поведения субъектов предпринимательства

Выполнение задач, поставленных в работе, осуществлялось с использованием методов научной абстракции, прямых и косвенных сравнений, экспертных оценок, структурно-функционального подхода и социо-культурного анализа

Эмпирической базой исследования явились следующие источники: документы официальных организаций; нормативные акты (законы, указы, постановления, инструкции государственных органов), а также материалы Госкомстата Российской Федерации, органов по статистике Федеративной Республики Германия и Республики Башкортостан. Также при написании работы диссертантом использовались материалы научных изданий и периодической печати, информационные ресурсы системы Интернет, результаты социально-экономических исследований населения России и Германии, немецкие и российские исследования в области малого и среднего предпринимательства, а также результаты социологических исследований, проведенных автором в Республике Башкортостан и Федеративной Республике Германия

Германия в нашем диссертационном исследовании рассматривается

как характерный тип общества западной культуры с высоким уровнем развития предпринимательства, результаты вклада которого в экономику страны значительны. Предпринимательский сектор Германии обеспечивает стране экономическое и социальное развитие на уровне передовых стран мира. Для нашего исследования немецкое предпринимательство выполняет роль своеобразного «идеального типа», позволяющий нам увидеть и оценить российское предпринимательство в корректном сравнении. Сравнительное исследование с Германией во многом определило оригинальность и научную ценность полученных результатов.

К защите представляется совокупность результатов, составляющих **научную новизну диссертационного исследования**

- Выявлено, что российское предпринимательство, в отличие от немецкого, в значительно большей степени мотивировано стремлением субъектов данного вида деятельности к самовыражению в творческой предпринимательской инициативе – мотив создания предпринимательского дела исходя из стремления выразить себя у российских предпринимателей (39%) выше, чем у немецких (34%). Это обусловлено тем, что мотив «вынужденной необходимости» оказывает сильное, но все же *не решающее* воздействие на российских предпринимателей, как ожидалось, так как, очевидно, что они в большей степени, нежели немецкие предприниматели, должны быть склонны начинать свой бизнес под определяющим влиянием материальных стимулов.
- Раскрыты факторы обостренной потребности субъектов российского предпринимательства выразить себя в экономической деятельности (1) в советский период российской истории в отношении экономического поведения граждан реализовывалась политика искоренения из сознания предпринимательского интереса, а государственные задачи ставились выше личных, что привело к подавлению стремлений индивидов реализовать в практической жизни собственную предпринимательскую инициативу, (2) эмпирическое исследование выявило, что у российских предпринимателей наблюдается в качестве устойчивой черты психологии и отношения к реальности заниженная оценка своей значимости как субъектов важнейшей экономической деятельности общества, а также своего социального статуса и требований к удовлетворенности жизнью, (3) анализ значимости различных сфер жизни для немецких и российских предпринимателей позволил раскрыть низкий престиж некоммерческой деятельности и социальной работы для российских предпринимателей, который приводит к отсутствию взаимовыгодного взаимодействия с некоммерческими организациями и профессиональными объединениями,

к непониманию своей роли в социальной ответственности бизнеса в стране и равнодушию к реализации некоммерческих проектов. В отличие от немецких, российские предприниматели не осознают, что некоммерческие виды деятельности, оказываемые во благо обществу, создают благоприятные условия для более полной реализации личности и активизации человеческого фактора в экономике и социальной жизни общества.

- Выявлено – несмотря на то, что в России происходит реформирование идеологии универсального уравнительного благосостояния, а в социальных процессах активизировались мотивы личностной инициативы и повышения способности индивида к социальной самозащите, не наблюдается ослабление и снятие государством с себя социальной нагрузки. Это, во-первых, обусловлено необходимостью усиления централизующей и регулирующей функции государства, которое попало в обстоятельства опасности распада целостности Российской Федерации вслед за СССР, во-вторых, обусловлено не развитостью институтов гражданского общества, которые могли бы безболезненно взять на себя выполнение социальных функций, возлагавшихся прежде целиком на государственный сектор. Принципиально иная ситуация наблюдается в Германии, где потенциал гражданской инициативы широко используется не только в социальной жизни, но и в предпринимательстве, а идея консолидации и народные социальные движения объединения абсолютно преобладают над возможными процессами дезинтеграции.
- Обосновано, что различие в культурно-историческом и социально-политическом полях различных стран, своеобразие сложившегося социально-психологического уклада жизни населения и окружающей среды, исторические особенности и традиции не являются препятствием для формирования социально ориентированной экономики, что является достаточным основанием для принятия такой стратегии Россией.

Теоретическая и практическая значимость диссертации заключается в том, что ее основные научные положения и выводы могут использоваться для дальнейшего изучения содержания особенностей управления процессами развития и стимулирования экономического поведения субъектов предпринимательства, в частности в Башкортостане. Теоретические положения могут быть использованы в преподавании социологии, курсов «Экономическая социология», «Социология управления», «Экономика предпринимательства» для студентов социологических специальностей.

Основные результаты и выводы диссертационного исследования могут использоваться в деятельности по разработке программ поддержки малого и

среднего предпринимательства в Республике Башкортостан, в частности могут использоваться ассоциациями и организациями поддержки предпринимательства на местах

Апробация результатов исследования. Основные положения диссертации обсуждены в ходе выступлений автора на международных, региональных и республиканских научно-практических конференциях по проблемам развития предпринимательства «Конференция молодых ученых» (Уфа, 2002), «Становление информационного общества в России философские, политические и социокультурные проблемы» (Москва, 2003), «Энергия молодых - экономике России» (Томск, 2004), «Закономерности и перспективы трансформации общества» (Санкт-Петербург, 2004), «Механизмы внедрения новых направлений науки и технологий в системе образования» (Москва, 2004), «Актуальные проблемы современной науки» (Самара, 2005) Также автором опубликованы статьи в аттестованных ВАК рецензируемых журналах «Вестник Башкирского университета» и «Социально-гуманитарные знания»

По теме исследования автором опубликовано 13 трудов общим объемом 2 п л

Структура работы. Диссертационная работа состоит из введения, двух глав, пяти параграфов, заключения, списка использованной литературы (180 ист) и приложений Объем диссертации - 154 страницы

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении дано обоснование актуальности темы исследования, показана степень ее разработанности, сформулированы цели, задачи, объект и предмет исследования, раскрыта научная новизна работы, ее теоретическая и практическая значимость

В первой главе **«Теоретико-методологические основы исследования экономического поведения субъектов предпринимательской деятельности»** раскрыто содержание основных теоретических подходов к изучению экономического поведения субъектов предпринимательства, проанализированы базовые понятия, связанные с исследованием предпринимательской деятельности

В первом параграфе первой главы «Социологическая концептуализация экономического поведения предпринимателей» автором проанализированы основные аспекты содержания категории экономического поведения, сопоставлены возможности и границы применения ее в рамках социально-экономического знания, а также раскрыты различные подходы западных и отечественных исследователей к

выявлению сущности данного понятия. В экономической науке и социологии в рамках различных научных подходов понятие «экономическое поведение» наделяется различным смыслом. Так, *экономический подход* предполагает максимизирующий характер экономического поведения, когда экономический субъект (предприятие, семья, фирма или правительственное учреждение) максимально использует функцию полезности или богатства, но не учитывает влияния неэкономических факторов. *Экономико-социологический подход* признает, что мотивация хозяйственных агентов не может сводиться к изолированному экономическому интересу, а экономическое поведение рассматривается как вид социального поведения и как продукт культурно-исторической детерминации. *Социологический подход* предполагает, что экономическое поведение имеет социальное происхождение и смысл, проистекающий из существования социальных структур и культурных контекстов, которые определяют внутреннее содержание экономических целей. Более того, культурно наполненные смыслы помогают обосновать и оправдать те или иные формы экономического поведения в глазах других агентов.

Автор считает, что экономическое поведение необходимо анализировать с помощью социологического подхода, который, исходя из концепции целостности социального объекта, позволяет исследовать его более полно, с учетом национально-культурных особенностей того или иного типа экономического поведения в разных цивилизациях.

Развивая содержание понятия экономического поведения, автор проанализировал понятия «предпринимательство» и «предпринимательское поведение», раскрыв между ними общие и особенные признаки. Далее в первом параграфе рассмотрена взаимосвязь экономической культуры и экономического поведения. Автором сделан вывод о том, что экономическая культура как совокупность социальных норм и ценностей, являющихся регуляторами экономического поведения, выполняет функцию отбора, сохранения и накопления экономического опыта с последующей его передачей последующим поколениям и формирования новых форм экономической культуры и принципов хозяйствования.

Во втором параграфе первой главы «Факторы состояния и развития предпринимательства в России и Германии. общее и особенное» рассмотрен вопрос о критериях определения предприятий малого и среднего предпринимательства в Германии, Евросоюзе и России в сравнительном аспекте.

В диссертации отмечается, что большинство исследователей в области предпринимательства так или иначе сталкиваются с проблемой определения критериев отнесения предприятий к сектору малого или среднего бизнеса.

Анализ критериев, применяемых в Германии, Евросоюзе и России, позволяет выделить сегменты опрошенных предприятий и определить сектора микро-, малого и среднего бизнеса. Учитывая проблемы унификации определений малых и средних предприятий в Евросоюзе и отсутствие определения среднего бизнеса в России, автором устанавливается собственный критерий определения среднего бизнеса по числу занятых до пятисот человек.

Проанализировав структуру сектора малого и среднего бизнеса, автор приходит к выводу, что размеры этого сектора в России вполне сопоставимы с его размерами в Германии, хотя надо учитывать, что именно средние предприятия и индивидуальные предприниматели составляют в России наиболее многочисленный субъект экономической деятельности. В Германии же более трех четвертей предприятий малого и среднего бизнеса относятся к микропредприятиям с числом занятых до пяти человек.

Далее автор указывает на отличительные особенности отраслевой принадлежности предприятий и структуры занятости в секторе российского предпринимательства в сравнении с немецким. Немецкая отраслевая структура характеризуется преобладанием сектора услуг, а российская характеризуется большей, чем в Германии долей предпринимателей, занятых в производственной сфере, а именно, промышленности и строительстве. Также необходимо отметить, что немецкие малые и средние бизнес-предприятия играют большую роль в обеспечении занятости населения, в сравнении с Россией. Хотя российская структура занятости постепенно смещается (в соответствии с объективной тенденцией развития) в сторону соответствия ее параметрам рыночных экономик передовых западных стран.

Проведение сравнительного анализа малого и среднего предпринимательства, численности, отраслевой специфики и занятости в этом секторе экономики в итоге позволило выявить специфику предпринимательства в России и Германии.

Во второй главе «Предпринимательская деятельность в России и Германии. факторы социальной детерминации» рассмотрены и проанализированы факторы внешней среды, а также внутренние факторы, оказывающие влияние на экономическое поведение российских и немецких предпринимателей.

В первом параграфе второй главы «Внешние факторы предпринимательской деятельности в России и Германии» были проанализированы внешние факторы, детерминирующие предпринимательское поведение. К таковым факторам, по мнению автора, следует относить социальный климат, который формирует общественное мнение и отношение к предпринимательству, социальный статус предпринимателей в обществе и уровень социальной престижности.

предпринимательства, возможности для развития бизнеса в обществе с точки зрения самих предпринимателей, проблемы, с которыми сталкивается предприниматель в своей каждодневной деятельности

Проанализировав результаты предварительного опроса с целью выявления отношения населения Республики Башкортостан к предпринимательству, автор пришел к выводу, что социальный потенциал среды функционирования и развития данного сектора экономики в республике в целом можно охарактеризовать как положительный и благоприятный, но на фоне достаточно высокой степени безразличия к предпринимательству со стороны населения. Оно не готово еще видеть в российских предпринимателях ту активную часть социума, которая не только перед своей семьей, но и перед всем обществом способна нести ответственность. Только 46,2% респондентов ответили, что развитие бизнеса способствует укреплению российского общества. Находясь под воздействием общественного мнения, российские предприниматели вынуждены оценивать свой социальный статус ниже, чем немецкие, не чувствуя в полной мере, что они принадлежат к наиболее активной и значимой части общества, не чувствуя ответственности перед ним и совсем не ощущая способности хоть как-то повлиять на экономику страны, также как и способности обеспечить общество новыми рабочими местами.

Дальнейшая оценка в сравнительной ретроспективе внешних факторов, оказывающих влияние на предпринимательскую деятельность в России и Германии, показывает, насколько уровень и серьезность проблем, с которыми сталкиваются российские предприниматели выше, чем у немецких предпринимателей. Российскими предпринимателями были названы пять самых значимых для них проблем: несовершенная налоговая система, высокий уровень бюрократии, высокие процентные ставки и трудности в получении кредита, значительная степень зависимости от складывающейся экономической и рыночной ситуации, а также риск инфляции. Для немецких предпринимателей самыми важными являются следующие проблемы: высокий уровень бюрократии, большая доля отчислений на социальное страхование в зарплате служащих, высокая степень зависимости от рыночной ситуации и не гибкая налоговая система.

В результате, автор приходит к заключению, что высокий уровень значимости проблем для российских предпринимателей обусловлен нестабильной экономической ситуацией в России, отсутствием поддержки предпринимательства со стороны государства и общественности. Это заключение подтвердили ответы предпринимателей на открытый вопрос анкеты, где российскими предпринимателями дополнительно были указаны волнующие их проблемы: нестабильность в государстве, порождающая

неуверенность в завтрашнем дне, юридическая незащищенность интересов малого и среднего бизнеса, высокий уровень налогообложения, бюрократизм чиновников, произвол властей на местах, взяточничество и коррупция, острая конкуренция, отсутствие передовой материально-технической базы, сложности при получении кредитов и слишком высокие процентные ставки по ним

Далее автором была выдвинута гипотеза о том, что для предпринимателя, также как и для любого другого человека в обществе, различные сферы жизни социума имеют разное значение. Неудивительно, что если какая-то сфера имеет очень низкую значимость для предпринимателя, то от этого страдают обе сферы общества. Именно это было выявлено в нашем исследовании. Так некоммерческий сектор имеет низкую значимость для предпринимателей, что обусловило появление проблемы развития в их среде чувства социальной ответственности. Российские предприниматели не просто не поддерживают некоммерческие проекты, но у них даже желания это делать, они просто не понимают значения социальной ответственности бизнеса. На самом деле, как показывает практика взаимодействия некоммерческого сектора с бизнесом в Германии это сотрудничество не просто оказывается во благо обществу, так как создает благоприятные условия для более полной реализации личности и развития ее социально-значимых качеств, но является взаимовыгодным.

Кардинальная разница в отношении к деятельности некоммерческих организаций получила подтверждение в результатах нашего исследования среди российских предпринимателей только 25,9% опрошенных доверяют деятельности некоммерческих организаций, в то время как среди немецких респондентов их значительно больше – 70,6%. Более того, российские предприниматели еще не достаточно понимают важность различных профессиональных некоммерческих объединений, таких например, как ассоциации предпринимательства по различным сферам деятельности. В деятельности этих объединений они не видят социального института, способного представлять и защищать их интересы.

Во втором параграфе второй главы «Культурно-ценностная детерминация экономического поведения субъектов российского и немецкого предпринимательства» проведен анализ экономического поведения российского и западного предпринимателя с точки зрения влияния на него факторов культурно-ценностной детерминации.

Опираясь на сравнительный анализ внутренних факторов, детерминирующих предпринимательскую деятельность в России и Германии, автор делает вывод об иррациональном характере экономического поведения в России, а также о преобладании в нем таких характеристик, как непредсказуемость, неопределенность, значительная

зависимость от государства, нетерпимость к отклонениям от принятых норм экономического поведения, неразвитость правосознания, недоверие к закону В то же время отмечается, что для экономического поведения немецкого предпринимателя характерен рационализм экономического поведения, индивидуализм, чувство собственника, личная хозяйственная самостоятельность, инициатива, прагматизм, гибкость, адаптивность, готовность действовать в условиях конкуренции

Автором обосновывается вывод о том, что анализ внешних факторов не позволяет раскрыть во всей полноте экономическое поведение российских предпринимателей, поэтому он был дополнен глубоким анализом внутренних факторов При этом особое внимание уделяется отличительным особенностям западного и российского экономического сознания, подчеркивается основополагающее влияние таких социокультурных факторов как экономическое мышление нации, ее ценности, религиозная этика, особенности менталитета, влияющих на экономическое поведение субъектов предпринимательства Автором отмечается, что в мировой практической социологии проводятся многолетние кросскультурные исследования, охватывающие различные страны, для определения уровней предпринимательской активности и поиска путей совершенствования предпринимательской деятельности В ходе этого обосновывается положение о том, что сравнительное исследование с Германией, проведенное автором диссертации, выполнялось не для того чтобы просто копировать опыт успешного функционирования немецкого предпринимательства, а для того, чтобы, изучив опыт Германии, как страны с высокой предпринимательской активностью, прийти самостоятельно к определению путей развития и стимулирования отечественного предпринимательства, учитывая особенности национальной российской экономической культуры, экономического мышления и господствующих в обществе ценностей

В параграфе третьем главы второй «Духовные детерминанты предпринимательской деятельности в России и Германии» были проанализированы духовные факторы, детерминирующие предпринимательское поведение К таковым факторам автором отнесены мотивы, подталкивающие человека заниматься предпринимательской деятельностью, его внутренние качества, религиозная принадлежность, которая оказывает влияние на экономическое поведение и на уровень доверия к различным организациям, менталитет и ценности

Изучая мотивы предпринимательской деятельности, автор исследовал различные типологизации мотивов организации предпринимательского дела Для решения задач данного диссертационного исследования автор обратился к

данным мирового мониторинга предпринимательства (GEM), согласно которому в Германии наблюдается тенденция увеличения числа организаций собственного бизнеса под воздействием мотивов «вынужденной необходимости», порожденных неблагоприятными факторами жизни, такими, например, как безработица. Учитывая, что Россия не является участником данного международного исследования, автором было проведено собственное исследование российского предпринимательства с целью раскрытия мотивов создания предпринимателями собственного бизнеса.

Во время проведения опроса российских предпринимателей была выдвинута гипотеза о том, что в России должно быть значительное число предпринимателей, которые организовали свой бизнес по мотивам «вынужденной необходимости» из-за безработицы, по причине социальной незащищенности, от чувства безысходности, из-за низкого уровня заработной платы на государственных предприятиях, из-за выплат зарплат «в конвертах». Сравнительное исследование мотивов выбора предпринимательской деятельности российскими и немецкими предпринимателями показало, что мотивы «вынужденной необходимости» оказывают очень сильное, но все же не решающее воздействие на российских предпринимателей. Хотя очевидно, что российские предприниматели больше склонны начинать свой бизнес под влиянием неблагоприятных материальных условий жизни, чем немецкие.

Наше исследование выявило своеобразную форму влияния религии на экономическое поведение предпринимателей и на его девиантные формы. В результатах проведенного исследования получило отражение и подтверждение положение, принятое в культурологическом и историческом научном сообществах, в которых религиозные монотеистические системы католичества, православия и ислама, оценены как высоко иерархичные, накладывающие своей этикой жесткие и бескомпромиссные ограничения на любые виды человеческой деятельности, в частности, на свободную творческую инициативу личности. Это различие в религиозной принадлежности субъектов предпринимательской деятельности отразилось на их отношении к уходу от налогов. Российские предприниматели, верующие в религиозные ценности православия и ислама, также как немецкие предприниматели, верующие в религиозные ценности католичества, не оправдывают ни при каких условиях уход от налогов, а представители протестантизма в Германии, воспитанные со времени Реформации в духе поощрения предпринимательской инициативы и оправданности обогащения заработанного самостоятельным трудом, допускают уход от налогов, но не в форме обмана государственной власти, а в форме поиска легитимных путей выбора таких налоговых норм, которые

выгодны самому предпринимателю. В качестве официального пути сокращения налогового бремени (в нашей терминологии это равносильно выражению «уход от налога»), например, немецкий предприниматель-протестант оказывает финансовую поддержку некоммерческим фондам, что поощряется государством в виде предоставления налоговых льгот. Негибкость религиозной этики католичества, православия и ислама проистекает от страха верующего предпринимателя нарушить ее нормы, в чем мы и видим жесткость и строгую иерархичность этих религиозных конфессий, которые отражаются на хозяйственной деятельности предпринимателей. Более того, выводы к которым мы пришли в ходе нашего исследования подтверждаются исследованиями, проведенными группой ученых из Всемирного банка, которые измеряли взаимосвязь между религией и уровнем коррупции в тридцати трех странах мира. Они показали, что страны с высоко иерархическими религиозными системами (католичество, православие, ислам) гораздо сильнее подвержены коррупции, чем страны с менее иерархичными религиями (протестантизм)¹. В дальнейшем эти результаты были подтверждены на выборке из более ста государств.

В заключении подводятся итоги, обобщаются основные результаты и формулируются выводы:

- Социально ориентированная система рыночного хозяйства, как показывает практика многих европейских стран, обеспечивает развитие предпринимательства, максимальную занятость трудоспособного населения, распределение общественного богатства, на основе социальных гарантий и социальной справедливости. Данная ориентация предполагает не только формирование рыночного механизма, но и учет социальных и культурных факторов развития предпринимательства, а также национальных особенностей менталитета России в целом и ее регионов.
- Социальное рыночное хозяйство как один из наиболее эффективных рыночных механизмов общества, исторически оправдавший себя в Германии, есть специфический тип рыночной экономики. Он актуален и близок для России как уникальный опыт трансформации централизованной экономики Германии 40-х годов в высокоразвитую рыночную систему, а также как уникальный опыт перехода от бывшей

¹ La Porta R. Lopez-de-Silanes F. Shleifer A. Vishny R. W. Trust in Large Organizations// The American Economic Review, 1997. № 2. P. 333-338.

социалистической экономики к рынку, осуществленный на новых федеративных землях - территории бывшей ГДР

- Одним из направлений политики в нашей стране, переходящей от этакратической к частнособственнической системе, является государственно регулируемое формирование класса собственников-предпринимателей. Именно они должны стать опорным каркасом постиндустриальной экономики. Вместе с этой новой социальной группой начинается формироваться и распространяться в обществе новая мораль, когда ответственность за собственные действия, доходы и расходы несет сам человек, а не безответственный чиновник.
- Переход России к рынку обязывает к изучению не только общих экономических закономерностей, но и неэкономических факторов. Неэкономические факторы реализации рыночного пути развития в России и Германии имеют свою специфику, они по-разному воздействуют на общественные процессы. Игнорирование особенностей российского пути рыночного развития и навязывания стране некоего «западного» или «восточного» варианта выглядят с практической точки зрения как пренебрежение уроками современной истории, а с теоретической точки зрения – как оперирование абстрактными конструкциями, внедряемыми в живую ткань общества, которая их отторгает, несмотря на их обоснованную и доказанную теоретиками, значимость.
- Эмпирическое исследование показало, что российские предприниматели склонны оценивать свой социальный статус ниже, чем немецкие, не чувствуя в полной мере, что принадлежат к активной части общества, не испытывая ответственности перед социумом и не ощущая способности существенного влияния на экономику страны, как и способности обеспечения населения новыми рабочими местами. Несмотря на исторически закрепленную приверженность россиян к коллективистскому методу решения производственных и социальных вопросов, большинство россиян все более стремятся непосредственно влиять на принятие решений в государственной сфере, все более желают учета индивидуальных особенностей их интересов и потребностей.
- Происходящие преобразования социально-экономических институтов России через переходный период, если они в действительности будут иметь конечной целью построение и развитие социально ориентированной модели рыночного хозяйства как в Германии, должны

будут обеспечивать посредством сознательной целенаправленной политики не только материальную сторону жизнедеятельности человека, но и добиваться высокого качества духовной, культурной и личностной жизни граждан

В приложениях представлены образцы анкет социологического опроса населения, а также социологического опроса российских и немецких предпринимателей, а также относящиеся к теме исследования статистические и социологические таблицы

Основные выводы и результаты диссертационного исследования получили отражение в следующих публикациях автора:

- 1 Булова, Е Ф Детерминация экономического поведения российских и немецких предпринимателей сравнительный анализ / Е Ф Булова // Социально-гуманитарные знания – № 8, 2007 – С 195-208
- 2 Булова, Е Ф Некоторые черты портрета германского предпринимателя / Е Ф Булова // Вестник Башгосуниверситета – Уфа – №3, 2007 – С 131-134
- 3 Булова, Е Ф Факторы, влияющие на деятельность предпринимателей сравнительный анализ Германии и России / Е Ф Булова // Актуальные проблемы современной науки материалы международной научно-практической конференции – Самара, 2005 – С 176-178
- 4 Булова, Е Ф Конкурентоспособное малое предпринимательство сравнительный анализ Германии и России / Е Ф Булова // Фундаментальные исследования – № 7, 2005 – С 67-68
- 5 Булова, Е Ф Внедрение новых методик исследования потребительского поведения в преподавании дисциплины маркетинг и в образовательную систему ВУЗа в целях дальнейшей интеграции образования, науки и производства / Е Ф Булова // Механизмы внедрения новых направлений науки и технологий в системы образования материалы международной научно-практической конференции – Москва, 2004 – С 87-88
- 6 Булова, Е Ф Экономическое сознание в условиях социально-экономической трансформации общества / Е Ф Булова // Закономерности и перспективы трансформации общества материалы международной Кондратьевской конференции – Санкт-Петербург, 2004 – С 234-235
- 7 Булова, Е Ф Анализ и изучение ценностных ориентаций потребителей / Е Ф Булова // Успехи современного естествознания – № 7, 2004 - С 145-146
- 8 Булова, Е Ф Доход и уровень субъективного благополучия сделают ли нас деньги счастливее? / Е Ф Булова // Актуальные проблемы современной

науки материалы Международной многопрофильной конференции молодых ученых – Самара, 2004 – С 56-57

9 Булова, Е Ф Рассмотрение проблемы потребления сквозь призму идей постмодернизма в процессе перехода к информационному обществу / Е Ф Булова // Энергия молодых – экономике России материалы пятой Всероссийской научно-практической конференции -Томск, 2004 - С 193-194

10 Булова, Е Ф Анализ рынка как средство планирования и разработки стратегии социальной коммуникации на рынке химической продукции / Е Ф Булова // Материалы V Межвузовской конференции молодых ученых – Череповец, 2004 – С 235-236

11 Булова, Е Ф Маркетинговое изучение потребителей в условиях перехода к информационному обществу / Е Ф Булова // Становление информационного общества в России философские политические и социокультурные проблемы материалы международной научной конференции – Москва, 2003 – С 58-60

12 Булова, Е Ф Личность и ее ценности в условиях социально-экономической трансформации общества / Е Ф Булова // Актуальные проблемы трудоустройства и адаптации к рынку труда выпускников учреждений профессионального образования материалы межрегиональной научно-практической конференции – Уфа, 2003 – С 83-86

13 Булова, Е Ф Роль новой политической культуры в трансформации социально-экономических отношений в России / Е Ф Булова // Трансформация социально-экономических отношений в современных экономических условиях материалы международной научно-практической конференции – Пенза, 2002 – С 34-36

Булова Екатерина Фанилевна

**СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ
СУБЪЕКТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА РОССИИ И ГЕРМАНИИ**

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Отпечатано на оборудовании
типографии РНТИК «Баштехинформ»
тираж 100 экз

450077, РБ, г Уфа, ул Кирова, 15,
тел (347) 272-10-37 272-41-20