

**Социальная политика.  
Социальная структура**

**З.Т. ГОЛЕНКОВА, Е.Д. ИГИТХАНИЯ  
РОССИЙСКИЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ:  
НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ СОВРЕМЕННОЙ ЖИЗНИ**

---

*ГОЛЕНКОВА Зинаида Тихоновна - доктор философских наук, профессор, зам. директора Института социологии РАН. ИГИТХАНИЯ Елена Давыдовна - кандидат философских наук, ведущий научный сотрудник.*

---

Экономические преобразования в России выдвинули на первый план сложнейшие проблемы глубинных социально-структурных процессов, динамика которых детерминирована прежде всего качественными изменениями в отношениях собственности, власти, в уровне доходов различных слоев и групп населения. Социальная дифференциация охватывает широкую гамму "базисных" и "надстроечных" отношений, отражая меняющиеся принципы социального расслоения общества. Произошел глубокий общественный переворот и преобразование основ и регуляторов, которые формируют социальную структуру. Изменилась природа ее компонентов, появились новые слои и социоструктурные образования. Речь прежде всего идет о наемных работниках и работающих не по найму (91,4 % и 8,6% соответственно в структуре занятого населения). Среди последних выделяются работодатели, самостоятельно занятые, члены производственных кооперативов на семейном предприятии [1]. Есть необходимость детально остановиться на этой дифференциации: объектом нашего анализа является группа занятого населения, выполняющая работу в собственном деле единолично или с одним, а то и несколькими партнерами, привлекая для работы наемных работников. Данная социальная группа, по определению Федеральной службы государственной статистики, называется "работодателями", на языке научном - предпринимателями, владельцами предприятий. Таким образом, речь идет о достаточно четком понятии - о социальной группе, интерпретируемой на эмпирическом уровне, обладающей количественными параметрами. В 2005 г. эта группа составляла 894 тыс. человек, 1,3% всего занятого населения по статусу на основной работе (не считая вторичной занятости). За последние два года она выросла на 83 тыс. человек (0,1%) [2]. Сама эта группа достаточно дифференцирована - по видам экономической деятельности, количеству занятых работников на том или ином предприятии (мелкие, средние, крупные владельцы капиталов), по финансовому обороту и некоторым другим показателям.

Условия, в которых осуществляется предпринимательство, особенно в трансформирующихся обществах, стремительно изменяются. Важную роль играют инициатива

---

*Статья подготовлена при поддержке РГНФ (грант 05-03-03385а).*

и творческая энергия различных социальных групп. Предпринимательство активно развивается во всех отраслях и представляет собой различные формы незапрещенной законом негосударственной хозяйственной активности. И. Шумпетер характеризовал предпринимателя как новатора, реформирующего производство путем использования инновационных технологий или путем внедрения различных изобретений. В трансформирующихся обществах предпринимателем стали называть любого делового человека, занятого хозяйственной деятельностью в негосударственном секторе экономики.

Информационной базой нашего анализа служат: (а) данные Росстата; (б) материалы социологического исследования, проведенного в 2005 г. РОМИР - мониторинг (проект 240910) среди городского и сельского населения Российской Федерации в возрасте от 18 лет и старше<sup>1</sup>. Объем выборочной совокупности занятого населения составил 8422 человека; анализируемая группа - работодатели-предприниматели - представлена 413 ед. наблюдения [3]. Для большего акцентирования некоторых характеристик изучаемой категории мы выделили группу сравнения, куда вошли незанятые предпринимательской деятельностью - наемные работники (7813 человек).

Итак, кто становится предпринимателем?

### **Половозрастные особенности**

По данным исследования, доля мужчин здесь преобладает почти в 2 раза. Среди возрастных когорт наиболее представительны 25-45-летние; их в общей совокупности 63,7%. Наименее представительна группа старшего возраста, особенно после 60-ти лет. Таким образом, в предприниматели "идут" прежде всего зрелые люди, наиболее активные, профессионально подготовленные, имеющие среднее специальное, незаконченное высшее и высшее образование специалисты: таких оказалось 63,5%. Среди работающих по найму образованных людей этого возраста меньше - 57%. Предприниматели также и профессионально более мобильны. Значительная доля ориентирована на получение в ближайшее время высшего образования, хотя пока учится с целью получения дополнительного профессионального образования лишь немногим более 5% опрошенных (среди наемных работников - 4,6%).

Если говорить о категории предпринимателей, попавших в выборку (субъекты малого, среднего и крупного бизнеса), то следует отметить, что, исходя из критерия численности занятых на предприятиях, речь идет преимущественно о представителях малого бизнеса, то есть о коммерческих организациях с численностью занятых в них до ста человек. В исследовании таких предприятий оказалось более 90%, в основном из сферы торговли (около 40%), бытового обслуживания (12%), транспорта (11%) и некоторых других - распределения, достаточно характерные для группы мелких собственников. По данным Росстата, в 2005 г. абсолютное большинство малых предприятий было сосредоточено в оптовой и розничной торговле, ремонте автотранспортных средств, бытовых изделий, предметов личного пользования (46,0%); на транспорте и связи (4,5%), в операциях с недвижимым имуществом (15,6%). В остальных видах экономической деятельности - незначительная доля [4].

### **Предприниматель и его социальное окружение**

Начнем с отношения респондентов к институциональной политике, к местным органам власти, осуществляющим поддержку малого бизнеса. Иначе говоря, помогает

---

<sup>1</sup> В исследовании применялась многоступенчатая территориальная стратифицированная случайная выборка на основе квотного отбора.

или мешает региональная власть их успешной экономической деятельности? На вопрос об условиях для развития малого бизнеса, мнения разделились примерно поровну: об "условиях хороших и скорее хороших" сказали 47,0%; о "плохих и скорее плохих" -48,4% предпринимателей. Более неприглядную картину являет отношение государственных чиновников к частному предпринимательству: только 26,9% ответивших предпринимателей сказали, что им "помогают"; 62,5% ответили - "мешают". Подобное отношение местной власти к малому бизнесу отнюдь не способствует ни количественному, ни качественному его развитию.

Социальное окружение - это не только институциональная среда, взаимосвязь с властью, социальными институтами, но и внутрикорпоративное общение - с людьми, поставленными в те же жизненные обстоятельства, оценка их успеха/неуспеха в предпринимательской деятельности. Лишь 4,8% опрошенных отметили, что у них нет друзей и знакомых, занимающихся аналогичной деятельностью. Тем не менее, круг их общения с коллегами достаточно широк, и выводы, которые ими сделаны, основаны на интенсивном включении в предпринимательскую среду. Успешен опыт у 53,2% предпринимателей, удовлетворителен - у 31,0%, неуспешен - у 8,0%. Как итог, большинство из них (73,4%) приспособилось к новым рыночным условиям. Отношение опрошенных к своим коллегам из мелкого и среднего бизнеса также весьма позитивно - почти 100% одобряют бизнес как вид экономического действия. Весьма показателен тот факт, что среди опрошенных-непредпринимателей лишь 10% негативно воспринимают бизнес. Остальные - "хорошо" и "скорее хорошо". Таким образом, представления, традиции, нормы поведения и ценности, бытовавшие у людей в недалеком социалистическом прошлом, постепенно уходят вместе с распространенными стереотипами о предпринимателях, как о "торгашах", "спекулянтах". Несколько иное отношение сохраняется к крупным предпринимателям, владельцам компаний, предприятий, банкирам. Рыночный успех крупного бизнеса, миллионные состояния, нажитые не всегда законным путем, ассоциируются в сознании людей как деяния не во всем праведные. С недоверием к ним относятся почти 45% опрошенных. На вопрос: " Как Вы думаете, кому сегодня в России принадлежит власть?" 44,1% предпринимателей и столько же наемных работников ответили: "крупному капиталу". Для сравнения: соответственно свое мнение по отношению к президенту выразили 18,2 и 18,6%; к чиновникам - 11,0 и 8,5%; к народу - 1,0 и 0,9%. То, что "естественным врагом" малого бизнеса является бизнес крупный, отмечают многие исследователи. Причин здесь немало: вторжение представителей последних в поле хозяйственной деятельности малого бизнеса, возможность крупных предпринимателей влиять на федеральные и региональные власти в собственных интересах и т.д. [5].

В начале XXI в., когда в России предпринимательство постепенно начинает занимать свою социальную нишу, формируются не только деловые, но и нравственные ориентиры граждан, материализующиеся в практических действиях анализируемой категории. Одной из примет этого, в частности, является осознание необходимости участия в благотворительной деятельности. Почти 60% предпринимателей ответили, что они участвуют в благотворительстве (хотя и понимают ее недостаточность), вносят определенную лепту в школьное образование, строительство жилья, здравоохранение. Это важная сторона социальных связей и, с нашей точки зрения, существенный показатель утверждения в российской действительности нового социального слоя.

Одним из параметров социальных связей является социально-политическая активность изучаемой категории. Следует отметить, что пока, как показывает исследование, она невелика: треть предпринимателей и почти четверть наемных работников вообще не ходили на последние (2003 г.) выборы в Государственную Думу, а 10% первых и 12,3% вторых не помнят, участвовали они или нет. Более того, только 4% первых и 2,5% вторых видят необходимость своего участия в различных общественных движениях (общественных организациях, объединениях и т.д.) и возможность участия — со-

ответственно: 20,3% и 19,3%. Отрицают необходимость и возможность 29% предпринимателей и более трети наемных работников. Основная масса опрошенных к этой идее просто безразлична. Однако личную судьбу, собственный бизнес респонденты прочно связывают со своей страной, с непосредственным местом жизни и деятельности. Дело не в том, что для переезда, скажем, в другой город или даже страну нет реальных возможностей: ими движет эмоциональный выбор, соответствующий внутреннему морально-психологическому настрою, определяющему поведенческую линию. Что же касается политических пристрастий опрошенных, то следует отметить, что по сравнению с серединой 1990-х гг., когда их политические симпатии были сконцентрированы вокруг ядра партий демократической ориентации (явное предпочтение было отдано "Яблоку" [6]), теперь почти треть переместилась в Центр ("Единая Россия"), а многие другие - левее - КПРФ и др.

Говоря о социальных связях, нельзя не отметить внутрисемейные отношения - "Я и моя семья". Прежде всего - кто Я? Обычный потребитель, такой же партнер по обеспечению семьи, как и другие ее члены? 72,4% опрошенных предпринимателей ответили, что основной доход приносят они сами. На вопрос: "Хотели бы Вы, чтобы Ваши дети имели собственный бизнес?" почти 70% ответили утвердительно. Для многих это достаточно разрешимая проблема, ибо 65% уверены, что смогут дать детям платное образование, причем, "без проблем" - почти 20%. Среди наемных работников таких оказалось 44% ("без проблем" - 5,4%). Таким образом, можно утверждать, что следующее поколение предпринимателей - дети нынешних - в начале своего бизнеса окажутся в более комфортных условиях, ибо семейные узы и семейные традиции - существенный социальный капитал, позитивно влияющий не только на возможность, но и на вероятность стать успешными. Итак, анализируя социальные связи и взаимоотношения респондентов-предпринимателей, можно сделать следующие выводы. Речь идет в основном о состоявшихся, в значительной степени адаптированных представителях, социальной группы, своего социального сообщества - предпринимателях. Медленно, но неуклонно, постепенно формируется социальное пространство для индивидуального и корпоративного действия, несмотря на встречающиеся конфликты с институциональными структурами - местной региональной властью.

### **Предприниматель и его работа**

Здесь мы прежде всего хотим ответить на вопрос, что первично для него - предпринимательство как жизненная необходимость или как личностная потребность. Надо отметить, что означенная тема одна из наиболее принципиальных при решении генезиса предпринимательства - кто и зачем начинает заниматься этим видом деятельности? Мы попытались ответить на эти вопросы, анализируя оценки опрошенных относительно основных приоритетов трудовой деятельности. "Работа как средство реализации способностей, условие достижения успехов в будущем, интересная и творческая" - все эти качества своего труда оценили 44,2% предпринимателей (среди наемных работников - 22,0%). Данный показатель выше стремления хорошо зарабатывать - 40%; а тех, у кого не оказалось возможности получить другую работу, оказалось 5,0% (среди наемных работников - 15,8%, более чем в 3 раза). Ценят свою работу за престижность и значимость свыше 50% (среди наемных работников - 36%). В перспективности собственной работы уверено значительное большинство опрошенных. Уверенность респондентов в своем труде, его необходимости, престижности, личностной значимости позволяет сделать вывод о достаточном уровне трудовой адаптации предпринимателей в общественной среде. Тезис о том, что их деятельность начинает получать соответствующее признание в обществе, безусловно, имеет место. А вот сделала ли она их богатыми людьми?

Распределение предпринимателей и наемных работников  
по социально-доходным группам (в % от числа ответивших)

| Социально-доходные группы | Предприниматели | Наемные работники |
|---------------------------|-----------------|-------------------|
| Очень бедные              | 13,8            | 30,1              |
| Бедные                    | 38,3            | 47                |
| Среднеобеспеченные        | 27,7            | 16,3              |
| Состоятельные             | 13,1            | 3,3               |
| Богатые                   | 3,4             | 0,3               |
| Затрудняюсь ответить      | 3,7             | 2,8               |

### Предприниматель и его материальное положение

В исследовании выделено несколько групп, опрошенных по их материально-доходному статусу: очень бедные - доходы позволяют приобретать только необходимые продукты питания; бедные - возможность приобретать необходимые продукты и одежду; среднеобеспеченные - доходы позволяют приобретать продукты питания, одежду, бытовую технику; состоятельные - могут приобретать все, кроме дачи, квартиры; богатые - не испытывают никаких финансовых затруднений (см. табл.).

Данные таблицы свидетельствуют, во-первых, о достаточно низком уровне материального достатка обеих анализируемых групп; во-вторых, о том, что предприниматели по сравнению с наемными работниками все же богаче. В то же время более половины первых и свыше двух третей вторых идентифицируют себя с бедными и очень бедными; средние слои представлены незначительной совокупностью опрошенных, а состоятельные и богатые не превышают 16,5 и 3,6%. Такова реальность сегодняшнего дня. А какова динамика материального положения? Что было вчера? "Улучшилось" (с различными вариациями - значительно/незначительно) у 47,4% (у наемных работников - 33,5%); "осталось без изменения" - 35,8% (45,0%); "ухудшилось" 14 - 14,3% (19,4%). Что будет завтра? "Улучшится" у 43,3% (29,9%); "останется без изменения" - 31,5% (41,0%); "ухудшится" 33% (10,7%). Таким образом, вопрос остается открытым. С одной стороны, безусловно, "нет", ибо более половины относят себя к слоям бедным, очень и не очень. С другой - может быть "да", потому что на общем статистическом фоне предприниматели все же выглядят более пристойно; налицо положительная динамика - от худшего к лучшему, пусть и не семимильными шагами. Вероятно, бедность и богатство по-российски - явления исторически достаточно уникальные. Тем не менее при всем стремлении преодолеть сопротивление социальной среды, сложившиеся традиции, ценности и, в определенной степени, их преодолевая, предприниматель достаточно противоречив в оценке далекой и не очень далекой перспективы. На вопрос о том, когда наступит достойная жизнь у россиян, 23% опрошенных ответили "никогда" (24% - наемные работники); лишь 2% полагают "уже наступила", остальные колеблются в своих прогнозах - от 20 и более лет. Иначе говоря, даже самые позитивные изменения, которые улучшат собственное положение и его семьи, не смогут привести к новому качеству жизни. Во всяком случае таково мнение абсолютного большинства как предпринимателей, так и наемных работников. На наш взгляд, это неверие объясняется тем, что понимание "достойная жизнь" не сводится у представителей всех социальных групп лишь к материальному достатку, понимается более широко, комплексно. Это и борьба с преступностью, с терроризмом (почти треть опрошенных об этом заявляет), и решение многих социальных проблем (бедность, коррупция, образование, духовность). Только в этом случае можно говорить действительно о жизни достойной. В чем еще проявляются различия между предпринимателями и наемными работниками в экономическом и культурном ресурсах, включающих такие показатели, как характеристики имуществен-

ного положения (жилье, машина, дача, электробытовая техника и т.д.), досугового поведения и культурных потребностей [7].

У предпринимателей, безусловно, лучше качество жилья: их квартиры более благоустроены (в домах "улучшенной планировки"): живет в 1,5 раза больше в собственном доме за городом; свыше 10% имеют еще одну квартиру в городе (5% среди наемных работников); собираются переехать в новую квартиру, в дом в ближайшие три года 16,7% (по сравнению с 8,1% наемников). Что касается других атрибутов зажиточной жизни, то предприниматели значительно чаще имеют персональный компьютер, автомобиль 1997-2004 г.г. выпуска; лишь 6,8% опрошенных ответили, что из предложенного перечня ничего не имеют (24,5 % среди наемных работников). Таким образом, можно утверждать, что уровень дохода первых более высок и финансовое положение прочнее, но это касается "экономического ресурса".

Теперь рассмотрим структуру "культурного ресурса". Здесь положение несколько иное. Книг (художественных, научных, популярных, профессиональных) предприниматели читают меньше: почти 40% отметили, что за последние три месяца не прочитали ни одной (32,5% среди наемников). В кинотеатрах, театрах, на выставках, в музеях за этот период побывало примерно одинаковое количество опрошенных в обеих группах, хотя ответ "ни разу" впечатляет - 80% и более. Правда, спортом предприниматели занимаются чаще, примерно в 2 раза (если судить по количеству раз в неделю). Иначе говоря, предприниматели более физически активны и, вероятно, более здоровы, хотя, еще раз повторим, что культурные различия между анализируемыми группами в целом не прослеживаются.

Достигнув более зажиточной жизни, ощущают ли они себя успешными в жизни? Каков их эмоциональный ресурс?

### **Предприниматель и его социально-психологическая адаптация**

Респондентам было предложено оценить свое душевное состояние. Как "хорошее" (превосходное, очень хорошее и хорошее) оценили 64,2% предпринимателей (работники по найму - 41,7%); "посредственное" соответственно 28,3 и 38,5%; "плохое" (плохое, очень плохое, крайне тяжелое) 6,5 и 9,7%. Таким образом, состояние психологической комфортности/некомфортности говорит о достаточно высоком уровне адаптации к социальным условиям. Непосредственно с этим фактором связана специфика социальной самоидентификации анализируемой группы. Переход к качественно новым социально-экономическим и политическим устоям в обществе ведет неизбежно к изменениям в осознании личностью своей социальной позиции, месте в идентификационной иерархии. Хотя к "высшему слою" отнесли себя лишь 2,2% предпринимателей (0,6% наемников), позиция "выше среднего" оказалась заполнена на 6,5%, что в 4 раза превышает соответствующий показатель у работников по найму. Самая популярная идентификационная позиция - "средний слой" - 65,4% и 61,9%. "Ниже среднего", "низкий" - 14,2% и "самый низкий" у первых и 31,2% у вторых. Таким образом, социально-слоевая структура опрошенных свидетельствует о том, что субъективная оценка общественного положения непосредственно зависит от статусной позиции опрошенных. Предприниматели, как агенты инновационного экономического развития чувствуют себя более комфортно, чем наемники. Более того, можно сделать вывод, что первые адекватнее и стабильнее вписываются в социально-экономическую структуру, пусть не всегда и не во всем декларируя свое позитивное отношение к общественным явлениям. Прослеживается тенденция взаимосвязи "рыночного успеха" и иерархической статусной позиции.

В то же время, как показали данные исследования, проведенного ИКСИ РАН в 2003-2004 гг., отношение россиян к предпринимателям и предпринимательству носит неоднозначный и во многом противоречивый характер. С одной стороны, в ряду поло-

жительных характеристик представителей этой социальной группы на первом месте энергичность, инициативность, с другой - на последнем - профессиональная компетентность. Это - явное свидетельство того, что в представлении многих россиян серьезный экономический успех совсем не обязательно связан с высоким уровнем квалификации и профессионализма [8].

Что представляет собой фигура предпринимателя с точки зрения личностных, психологических качеств, какие именно черты доминируют в поведении, в мироощущении, в ожиданиях?

### **Структура личностно-психологического ресурса предпринимателя**

Обычно работники по найму в числе основных причин, мешающих заняться бизнесом, помимо отсутствия первоначального капитала, называют прежде всего, боязнь неудач в бизнесе, затем рэкет, вымогательства. Одним словом, нежелание рисковать здесь фактически доминирует. Именно поэтому более 50% на вопрос "Хотели бы Вы иметь собственный бизнес?" ответили отрицательно. Предприниматель - это уже иная фигура, так или иначе вошедшая в иную социальную среду. Материалы исследования позволяют выявить следующие конституирующие черты анализируемой группы.

1. Предприниматель - человек, для которого жизнь - непрерывная борьба за существование, стремление всеми силами преодолеть сопротивление и противодействие окружающей среды: коррупцию, бюрократический произвол, рэкет. Это - социально деятельная фигура, для которой основной смысл жизни - утверждение собственного "Я" во всех жизненных аспектах; 2. Предприниматель - рискованная натура, для которой риск - не просто "благородное дело", но элементарная необходимость. По сравнению с наемными работниками доля готовых идти на риск в 2 раза больше; 3. Предприниматель - человек неудовлетворенный своей жизнью и потому возлюбивший богатство. Более трети опрошенных заявили об этом (среди непредпринимателей таких оказалось менее 19%). Причем альтруизм ("стать богатым, чтобы помогать другим") имеет место, но незначительно, в основном, богатство - это условие жить так, "как хочется"; 4. Предприниматель - самостоятельный человек - лишь 1,5% заявили, что они чувствуют свою зависимость от государства (среди наемников таких в 3 раза больше), а уверенных в том, что они сами должны заботиться о себе около 20% (в рядах непредпринимателей - 11%); 5. Предприниматель - сомневающийся человек. Сомнения носят вполне конкретный характер. Они касаются не столько собственного будущего, сколько будущего своих детей. Непредсказуемость экономической и социально-политической ситуации делает порой призрачной перспективу существования, а свобода и автономность, самостоятельность и личная ответственность не всегда выступают гарантами необходимого жизнеобеспечения людей, поставленных в самые различные по своему социальному статусу позиции. И в этой связи: что понимает под "свободой" объект нашего анализа?

### **Предприниматель и свобода**

В ряду альтернатив, предложенных респондентам, свобода понимается, как (а) экономическая - возможность заниматься избранной деятельностью или не работать вообще; (б) доходная - возможность разбогатеть; (в) духовно-культурная - возможность получить желаемое образование, любую информацию, свободное исповедывание религии; (г) социально-политическая - свободно выбирать власть на всех уровнях (города, региона, страны), принимать активное участие в политической жизни или не принимать, открыто выражать собственное мнение; (д) территориально-мобильная - возможность выезжать за границу.

Экономическая свобода - наиболее приоритетный аспект, причем 46% отдали предпочтение работе и лишь 2% - отдыху. Возможность стать богатым - 30%; социально-культурная - 6%; социально-политическая - 7%; свобода передвижения - 2%. Как видно, главное для предпринимателей (впрочем так же, как и для непредпринимателей) быть свободным экономически и поэтому богатым. Все остальное - образованность, культура, активное участие в политической жизни, возможность путешествовать и т.д. - значительно проигрывает в представлениях опрошенных.

Отношение к "свободе", как к определенной ценности, непосредственно связано и с пониманием "общественной справедливости" и с "социальным равенством", прежде всего потому, что эпоха "политических и социальных свобод", с одной стороны сформировала категорию людей, находящихся на различных уровнях адаптации к своеобразной жизненной ситуации. Предприниматели, при всей предрасположенности к избранной деятельности, до конца не уверены в реальностях и гарантиях выживания не просто физического, но и статусного, поэтому готовы принять действия и поддержку государства, законов в этом отношении. С другой стороны, особенно в последнее время все большее значение приобретают такие социальные аспекты проводимых реформ, как борьба с коррупцией, утверждение власти законов, элементов гражданского общества и другие.

### **Предприниматель и социальная справедливость**

Респондентам было предложено оценить значимость различных показателей понятия "социальная справедливость", исходя из следующей иерархии: равенство всех перед законом - 50% предприниматели, 52% работающих по найму; личная свобода - 18% и 12% соответственно; сильная и справедливая власть - 14 и 15,8%; справедливое распределение материальных благ - 7,5% и 12%; подлинное народовластие - 3% и 2,4%; свобода религии - 0% и 1%. Таким образом, различий между предпринимателями и непредпринимателями фактически не наблюдается, и те, и другие ратуют за утверждение справедливой власти, законных прав всех и каждого. Показательно, что патерналистские настроения, столь характерные для периода начала экономических реформ, уходят даже не на второй, а на более дальний план. Россияне твердо приходят к пониманию необходимости "опоры на собственные силы", естественно, что социальная группа предпринимателей поняла это раньше; доля полагающих, что материальные блага должны "распределяться", а не "зарабатываться", меньше по сравнению с наемными работниками почти в 2 раза. Главное для всех опрошенных - принятие нормальных государственных актов как для функционирования успешного бизнеса, так и для достойной, справедливой жизни. Эта тенденция достаточно универсальна: в упомянутом нами исследовании ИКСИ РАН (2003-2004 гг.) также содержится вывод о том, что понимание демократии у большинства россиян прежде всего ассоциируется с равенством всех граждан перед законом.

Выводы. Исследование, данные которого легли в основу нашего анализа, проведено в начале XXI века. Это время, когда уже можно подводить некоторые итоги трансформационных преобразований, базирующихся на макроэкономическом регулировании, их социальных последствий, - конструктивных и деструктивных. Динамизм предпринимательства, безусловно, имеет решающее значение для успешного экономического развития: высвободилась энергия социального действия, сформировалась невиданная ранее структура экономической деятельности, возникли институты, определяющие развитие предпринимательства. Чтобы продвигаться в познании действительной социальной структуры общества, ее состава, необходим анализ различных субъектов производственных отношений, в том числе и такой социальной группы, как предприниматели, изучение их коллективного портрета, связей, личных характеристик, установок, ориентаций, мотивов деятельности.



Одним из основных факторов, влияющих на формирование предпринимательства, приобщение его к новому социальному действию, является отношение к среде, в которой он живет и функционирует. Реакция и оценки со стороны предпринимательского корпуса к позициям региональных органов власти однозначны - они скорее мешают, чем поддерживают малый бизнес и его права. Таким образом, социальное партнерство - предприниматель-бюрократия - понятие пока еще ирреальное; предприниматель так же, как и любой другой гражданин, не застрахован от непредсказуемого развития политических событий, от последствий социально-экономических решений. В то же время предпринимательство начинает обретать черты социальной группы, играющей существенную роль в общественном потенциале: участвует в благотворительной деятельности, формирует свою собственную корпоративную среду, в целом начинает адаптироваться к новым рыночным условиям. Об этом свидетельствует отношение предпринимателей к своему труду - ориентация на его престижность, возможность самореализации, рост профессионализма, а также постепенное утверждение в сознании и жизнедеятельности понимания того, что их труд - базовая ценность, и лишь трудовая активность, ориентация на успех - залог достойной жизни собственной и своих близких. Вместе с тем вполне реально ощущение того, что существующие в настоящее время государственные гарантии законов, институциональной поддержки, социального и экономического партнерства порождают в среде предпринимателей чувство неуверенности в завтрашнем дне.

Поэтому состояние душевного комфорта/дискомфорта, его неустойчивое равновесие отражает те объективные экономические и социальные процессы, которые происходят в стране в целом, в среде малого бизнеса, в частности. Индивидуально-психологические установки предпринимателя, с одной стороны, направлены на стремление к личному успеху, "опора на собственные силы", готовность рисковать, с другой - формирует неизбежные в данной ситуации чувство неудовлетворенности материальным положением и понимание того, что успех или неудача зависят не только и не столько от него. И в этом малоэффективность экономических реформ, ибо пока не налажен прочный тандем "предприниматель - государственная власть", когда предпринимательство в первую очередь зависит от своей среды и от личных контактов - цивилизованный бизнес будет оставаться лишь отдаленной перспективой. Для более полного развития потенциала социального слоя предпринимателей необходимо на уровне государства создать экономико-правовые условия, способствующие органическому сочетанию предпринимателей с интересами общества в целом.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. См. Обследование населения по проблемам занятости. М., 2005. Май. С. 19.
2. Там же. С. 76-77 (расчет).
3. Данные исследования любезно предоставлены М. Тарусиным авторскому коллективу отдела социальной структуры Института социологии РАН. руководитель Голенкова З.Т.
4. См.: Федеральный Закон "О государственной поддержке малых предприятий в РФ" от 14 июля 1995 г. / Социально-экономическое положение России. М. Январь-ноябрь 2005. XI. С. 294.
5. См., например, Виленский А.В. Российские объединения малых предпринимателей как институт гражданского общества // Общественные науки и современность. 2005. № 1. С. 61.
6. Бабаева Л.В.- Лапина Г.П. Малый бизнес в России в эпоху экономических реформ. М.: Институт социологии РАН. 1997. С. 151.
7. См. Тихонова Н.Е. Новые капиталисты: кто они? // Общественные науки и современность. 2005. № 2. С. 29-40.
8. См. Российская идентичность в условиях трансформации. Опыт социологического анализа. М.: Наука. 2005. С. 15.