Министерство образования Российской Федерации

Курганский государственный университет

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

по социологии

студентки 3 курса заочного отделения

экономического факультета

Шапошниковой Елены Владимировны

Курган

Задание 1

Вариант 8

Реферат

«Новые русские»: социальные проблемы становления класса собственников

**План**

Введение………………………………………………………………………С.4

1. Становление класса собственников в России………………………………………………………С.5
   1. Определение предпринимательства………………………………С.5
   2. Состав класса собственников……………………...С.6
2. Социальные проблемы становления класса собственников………………………………………………С.9
   1. Условия развития предпринимательства в России …………………………………………………………С.9
   2. Причины преобладания торгово-посреднических предприятий ……………………………………….С.10
   3. Условия развития класса собственников………..С.12

Заключение…………………………………………………………………С.14

Литература…………………………………………………………………С.15

**ВВЕДЕНИЕ**

Глубочайшие изменения социальной структуры, которые происходят в российском обществе в последнее десятилетие, стали предметом пристального изучения ведущих отечественных социологов. Тема эта уже обрела достаточно обширную литературу, в которой обращается внимание на происходящие изменения социальной картины, появление новых социальных страт и исчезновение старых, изменение социальной роли тех или иных слоев российского общества. В частности, рассматривается вопрос о формировании и становлении в России среднего класса, класса собственников, предпринимателей, или, как принято говорить в обиходе, «новых русских».

Состояние среднего класса — один из индикаторов уровня развития, экономики и характера политической системы. Значительная доля этого слоя в обществе свидетельствует об относительном благополучии страны. Не случайно формирование массового среднего класса на всех этапах реформ в России декларируется как одна из целей преобразований. Но достичь ее, по признанию самих реформаторов, в частности А. Чубайса, так и не удалось[[1]](#footnote-1). Еще недавно исполнительная власть с уверенностью говорила о достижении данной цели в краткосрочной перспективе. Правда, уже иными путями. Если в начале реформ провозглашалось, что массовый средний класс возникнет как широкий слой частных собственников в результате непосредственной передачи бывшей государственной собственности раскрепощенным для частной инициативы российским гражданам, то теперь вывод о скором формировании массового среднего класса обосновывается, во-первых, неизбежностью возникновения у крупных собственников острой нужды в услугах специалистов и управленцев и мультипликативным эффектом от этого для других рынков[[2]](#footnote-2);   
во-вторых, макроэкономической стабилизацией, создающей условия для внешних и внутренних инвестиций.[[3]](#footnote-3)

1. **Становление класса собственников в России**

**1.1. Определение предпринимательства**

При Иване Силаеве одну из дверей российского Совмина украшала роскошная табличка " Михаил Ходорковский ". 27-летний президент мощнейшей уже тогда финансовой группы "Менатеп" не был, пожалуй, первым, кто начал лоббировать в правительстве интересы предпринимателей.

Деформация бывших классов, маргинализация населения как результат распада общественных отношений, порождают новые социальные силы. К ним относится достаточно устойчивый, автономный слой предпринимателей. Впервые понятие "предприниматель" ввел в экономическую теорию Р. Котильон. По его мнению, предприниматель - это человек с непостоянными доходами: крестьянин, ремесленник, торговец, разбойник, нищий и т.д. Ж. Б. Сэй уже определял предпринимателя как "лицо", которое берется за свой счет и риск и в свою пользу произвести какой-либо продукт. Й. Шумпетер называл предпринимателями хозяйственных субъектов, которые способны на новые комбинации с основными факторами производства. Автор учебника "Основы маркетинга"[[4]](#footnote-4) определяет "предпринимателя" как личность, которая "осуществляет бизнес, затевая новое дело, реализуя некоторое нововведение, вкладывая собственные средства в новое предприятие и принимая на себя личный риск. Предпринимательство, по его мнению, это частный случай бизнеса, т.е. деятельности, направленной на получение прибыли путем создания и реализации определенной продукции или услуг.

**1.2. Состав класса собственников**

Предпринимательство, однако, не просто некоторый частный случай бизнеса. Оно исторически и логически является начальной исходной точкой любого бизнеса и в целом рыночного хозяйства. Предпринимательство, поставленное историей в центр капиталистического производства, заметно влияет на динамику общественного развития. Кто же у нас войдет в этот слой? Достанет ли у него трудолюбия, чувства социальной ответственности?

Статистические данные о численности нынешних предпринимателей отсутствуют, представление об этом можно составить лишь по косвенным данным. Так, в конце 1992 г. в России было зарегистрировано около 950 тыс. новых хозяйственных формирований. В этих структурах было занято около 16 млн. человек. В промышленности на условиях аренды работало 3,5 тыс. предприятий. В частной собственности находилось около 6% промышленных предприятий.

Кто же у нас вышел в класс собственников?

**Во-первых**, теневики всех мастей. Перестроечный курс позволил легализоваться тем, кто делал "бизнес в подполье" и обеспечил условия выхода из тени на свет "протобизнесменов" брежневской эпохи. В одних случаях это была простая регистрация собственности с уплатой налогов, в других - "отмывание" денег, полученных криминальными путями.

**Во-вторых**, те, кто использовал служебное положение для дополнительных заработков, проявляя завидную энергию в недрах социалистической экономики.

**В-третьих**, директора и руководители госпредприятий и учреждений. Постоянные неувязки в народном хозяйстве заставляли их поддерживать производство подчас с истинно предпринимательскими усилиями и бешенной энергией. Хозяйственная элита заняла ныне очень выгодные позиции. На их стороне ряд преимуществ: практический опыт управление производством, разветвленные социальные связи и фактическая близость к приватизируемому имуществу. Конечно, директорский корпус неоднороден и предпринимателем не может стать каждый, но в основном это люди не исчерпали себя и набирают темпы деловой активности.

**В-четвертых**, предприниматели новой волны. Типичные представители ее - грамотные специалисты, которым смертельно надоела косная государственная система научно-исследовательских институтов, государственных предприятий и министерств. Эти люди хотели и умели думать своей головой и делать дело своими руками. Особенно много их оказалось среди физиков, математиков, инженеров высокой квалификации: средний возраст 30-40 лет, многие имеют ученые степени. На этот источник предпринимательства уже обратили свое внимание исследователи.

Настоящей кузницей кадров нового Российского предпринимательства стали военно-промышленный комплекс, обладавший колоссальным человеческим потенциалом, и Академия наук. Умение логически мыслить, отсутствие идеологических шор, хорошее образование, общая эрудиция и готовность к разумному риску позволили им быстро добиться успеха. От составления компьютерных программ через торговлю компьютерами к созданию банков, бирж, холдингов - таков типичный путь многих предпринимателей этого потока.

**В-пятых**, партийно-государственная номенклатура. Старт в предпринимательство этим потоком был взят в 1989-1990 гг. Переход власти из одних рук в другие, никем не контролируемый, новые формы собственности и доступ к ресурсам обусловили их появление. Начался активный переход номенклатуры в бизнес с прихваченными партийными, комсомольскими и государственными ресурсами. Целый ряд банков, холдингов, концернов, ассоциаций, занимающих ключевые позиции, создан именно номенклатурой. Это стало возможным потому, что на начальном этапе партийно-комсомольские органы и министерства имели наибольшую свободу в создании новых коммерческих организаций: они принимали решения о новых формах собственности. Часть представителей этого потока позднее была отнесена, но многие хорошо укоренились.

**В-шестых**, люди, пришедшие из специфического советского предпринимательства - сезонных, строительных бригад, старательских артелей, комсомольских центров технического творчества молодежи, студенческих стройотрядов и др. Все эти объединения быстро переросли в посреднические коммерческие структуры.

При всей разнородности социальных источников, стартовых позиций и используемых ресурсов представители перечисленных потоков имеют немало общего. Прежде всего, это разрыв со старой системой. Общими были и высокий потенциал активности, и склонности к действию, и наличие возможностей для действия. Далее. Все они в той или иной степени и форме действовали и прежде, находя для себя ниши в социалистическом хозяйстве, что требовало от них известной изворотливости. Сейчас же появился законный канал для реализации накопленного потенциала в открытые предпринимательские действия. Их объединяет отличительная особенность российского предпринимательства. В сложившемся рыночном обществе предприниматель, как бы ни были его действия новыми, воспроизводит доминирующие социальные отношения. В России собственно-производственная функция предпринимателя сопровождается социальными действиями, которые направлены на изменение социальных отношений, на создание новых (приватизация, формирование независимых субъектов гражданского общества и др.).

Итак, появилась новая социальная сила. Предпринимательский слой только начинается формироваться и его влияние на политику пока невелико.

**2.0. Социальные проблемы становления класса собственников**

**2.1. Условия развития предпринимательства в России**

Какие же условия необходимы для развития предпринимательства в нашей стране?

Конечно же, наивно предполагать, что для страны таки масштабов малый и средний бизнес может стать основой экономики: в наших условиях он может стать лишь связующим звеном, которое обеспечило бы бесперебойную работу крупных промышленных предприятий. Поэтому для начала следует определить те отрасли и сферы экономики, в которых предприятия малого и среднего бизнеса играют решающую роль.

**Во-первых**, это вся сфера услуг, в том числе технические услуги, включая ремонт и техническое обслуживание машин и оборудования; консультационные услуги; бытовое обслуживание населения.

**Во-вторых,** это торгово-закупочные операции, а также посредническая деятельность.

Поэтому одним из решающих условий углубления проводимых в России экономических реформ, способных вывести страну из кризиса, обеспечить ослабление монополизма, добиться эффективного функционирования производства и сферы услуг, является развитие малого и среднего предпринимательства. Этот сектор экономики создает необходимую атмосферу конкуренции, способен быстро реагировать на любые изменения рыночной конъюнктуры, заполнять образующиеся ниши в потребительской сфере, создает дополнительные рабочие места, является основным источником формирования среднего класса, то есть расширяет социальную базу проводимых реформ.

Следует заметить, что наблюдавшийся до 1992 года бурный рост малых предприятий в 1993 году резко замедлился, а сейчас снова возобновился. Тем не менее, сейчас у нас в малом и среднем частном бизнесе около 1,5 млн.чел.

В условиях инфляции, налоговой нестабильности, отсутствия рынка сырья и материалов начинающие предприниматели, почувствовав вкус "легких денег", быстро перекочевали в сферу улично-палаточной торговли, спекуляции, ушли в другие коммерческие структуры. Источниками товаров для торговли стали импортные закупки, челночные рейсы в развивающиеся страны, а также товары из государственной торговли, включая продукты питания. Уходя от налогообложения, не вкладывая каких-либо средств в помещения, оборудование, культуру торговли, многие бизнесмены получили благоприятные возможности для обогащения.

Поэтому и не изживается в массовом сознании представление о предпринимательстве как о чем-то плохом, неприязненном, а о предпринимателе - как о спекулянте.

Потеря административного управления, экономический хаос и законодательная неразбериха привели к тому, что законопослушные предприниматели, организующие бизнес в производственной сфере, оказались в чрезвычайно трудном положении, неся большие затраты, выплачивая высокие налоги и подвергаясь государственному и негосударственному рэкету. Отсутствие четкого механизма реализации государственных мер по поддержке малого и среднего бизнеса, затруднения в получении кредитов, производственных помещений и материальных ресурсов поставили малые и средние предприятия в неравное положение с крупными. Это привело к сокращению их роста и к ориентации преимущественно на торгово-закупочную и посредническую деятельность.

* 1. **Причины преобладания торгово-посреднических предприятий**

Анализ развития предпринимательства показывает, что доля предприятий, работающих в сфере торговли и посреднических услуг, занимает доминирующее положение. Кроме того, существует большое количество предприятий, зарегистрированных как производственные или многоцелевые (выпуск товаров народного потребления, оказания различных услуг), но тем не менее занимающихся торгово-посреднической деятельностью как основной.

В Москве, например, где раньше преобладали научно-технические кооперативы, теперь, по официальным данным, один такой кооператив приходится на несколько десятков торгово-закупочных.

Высокие налоги, всевозрастающая арендная плата за помещение и оборудование, отсутствие фондового рискового капитала - все это затрудняет продолжение эффективной деятельности и вынуждает направлять основные усилия не на расширение производства, а на борьбу за выживание.

Но главная причина сокращения числа малых предприятий низкий уровень финансовой обеспеченности большинства малых предприятий вследствие трудностей с первоначальным накоплением капитала, невозможность получения кредитов на приемлемых условиях, неэффективность налоговой системы. Негативное воздействие на развитие малого бизнеса в сфере материального производства оказывают неразвитость производственной инфраструктуры, нехватка специализированного оборудования, слабость информационной базы.

Еще один очень важный фактор негативного воздействия на малый бизнес - непрекращающийся глубокий спад производства.

Все это приводит к тому, что только часть зарегистрированных предприятий малого бизнеса оказывается в не состоянии приступить к реальному производству продукции.

* 1. **Условия успеха развития класса собственников**

Как показывает изучение зарубежного опыта, непременным условием успеха в развитии малого и среднего бизнеса является положение о том, что малые и средние предприятия, а также малое и среднее предпринимательство нуждаются во всесторонней и стабильной государственной поддержке. Она осуществляется в различных формах, в первую очередь путем стимулирования производства наиболее приоритетных видов продукции, предоставления налоговых льгот, дотаций льготного банковского кредитования, создания информационно-консультативных и научно-технических центров, развития системы страхования, организации материально-технического снабжения. Важную роль играют принятие и исполнение законодательства, разработка и реализация конкретных комплексных программ.

Весьма остра проблема формирования финансовой базы становления и развития малого и среднего бизнеса. Для этого ему должны быть предоставлены определенные льготы. Это могут быть *льготы по налогообложению*. Но проводимая в нашей стране налоговая политика не только не эффективна, но экономически опасна. Она идет вразрез с установленной в мире практикой и современными мировыми тенденциями развития экономики. Неоправданно высокое налогообложение "убивает" в России малое и среднее предпринимательство (многочисленные налоги и поборы нередко оставляют предприятию лишь 5-10% полученной прибыли). Общее направление совершенствования налоговой системы - усиление стимулирующей роли налогов в развитии производства. Надо освободить малые предприятия от налогов на инвестиции, ввозимые технологии. И, конечно, нужны налоговые льготы на период становления предприятия. Совершенно очевидна необходимость дифференцированного налогового подхода к предприятиям разного профиля деятельности. Более низкие ставки налогов должны применяться для наиболее важных, приоритетных отраслей.

К настоящему времени сделаны только самые первые шаги в правовом и организационном обеспечении формирования малого предпринимательства в качестве особого сектора экономики России. Действенной системы стимулирования образования малых предприятий не существует, как нет и хозяйственного механизма их поддержки. Не разработана государственная программа развития малых и средних предприятий.

По моему мнению, комплекс первоочередных мер по развитию малого предпринимательства в РФ, должен осуществляться в следующих направлениях:

- нормативно-правовое;

- финансово-кредитное;

- информационно-техническое;

- организационное;

- кадровое и консультационное обеспечение;

- внешнеэкономическая деятельность.

Также в государственной программе должны быть отражены механизмы денежно-кредитной, налоговой, бюджетной, и ценовой политики, материально-технического снабжения, системы официальных гарантий, которые обеспечивали бы создание равных стартовых условий в развитии предпринимательской деятельности.

В программе необходимо предусмотреть формирование эффективных институтов рыночной инфраструктуры, товарного рынка и рынка ценных бумаг, инвестиционного и венчурного предпринимательства, информационной, консультационной и аудиторской деятельности, а также создание комплексной государственно-общественной системы поддержки малого предпринимательства, включая подготовку и переподготовку предпринимательских кадров, привлечение к этой сфере социально активных слоев населения. Следует также определить меры, обеспечивающие поддержку внешнеэкономической деятельности и привлечение иностранных инвестиций к развитию предпринимательства.

Для реализации данных программ должны быть привлечены не столько средства государственного бюджета, сколько возможности частного - отечественного, а при необходимости и иностранного капитала. Основным же направлением использования государственных ресурсов должно стать не выделение прямых инвестиций, а страхование и предоставление гарантий под кредит.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Динамизм, развитие и диверсификация форм малого и среднего бизнеса дают основания предполагать, что в обозримом будущем этот сектор хозяйствования в странах Запада будет развиваться.

Хотелось бы надеяться, что в ближайшее время и наша страна, учитывая обширный зарубежный опыт, пойдет по пути адаптации предприятий малого и среднего бизнеса к сегодняшним экономическим условиям хозяйствования в России. Тем более, что имеющий глубокие корни в экономической истории нашей страны малый и средний бизнес не используется в полной мере как в увеличении объемов производства, так и в повышении его эффективности и сбалансированности. Развитие предпринимательства ведет к оздоровлению экономики в целом, что наглядно видно из данной работы. Следовательно, лучшим выходом из создавшейся в России кризисной ситуации была бы государственная политика правительства, направленная на расширение и развитие предприятий малого и среднего предпринимательства в нашей стране, на поддержку становления класса собственников.

Хотелось бы заметить, что несомненная перспективность сектора малого и среднего предпринимательства в современной экономике и, следовательно, большой интерес к нему не следует рассматривать лишь как очередную компанию в системе антикризисных мер, но и как долговременное направление структурной политики, естественным образом обеспечивающей органическую смычку воспроизводственных и рыночных процессов в российском хозяйстве, реализацию современной стратегии экономического роста в течение долговременного перехода. Ибо, именно средний класс, особенно в случае удовлетворительной разработки новой государственной политики в области малого предпринимательства, может стать основой рыночных структур во многих отраслях, обеспечить перелив инвестиций в сферы наиболее эффективного приложения ресурсов и тем самым соединить процессы структурной политики и формирование всероссийского рынка.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Андреев С. Структура власти и задачи общества. // Нева, 1989, № 1.
2. Афанасьев В. Малый бизнес: проблемы становления // Российский экономический журнал, 1993, № 12.
3. Блинова А. Направления финансовой поддержки малого и среднего бизнеса. // Российский экономический журнал. 1994, № 1.
4. Гимпельсон В. Новое российское предпринимательство: Источники формирования и стратегия социального действия. // МэиМО, 1993, № 6.
5. Лапина Н. Предпринимательство в политическом пространстве. // МэиМО, 1993, № 6.
6. Мягков П., Фесенко Е. Малое предпринимательство: государственная поддержка обязательна // Российский экономический журнал, 1993, № 12.
7. Носов В. Предприятие и государство: механизм взаимодействия. // Проблемы теории и практики управления 1993, № 6;
8. Оноприенко В.И. Малые предприятия: Опыт, проблемы. - М.: Профиздат, 1991.
9. Певзнер А.Г. Новое о малых предприятиях. - М.: АО "Факт", выпуск 2, 1990.
10. Разумнова И. Мелкие предприятия в промышленности США // Проблемы теории и практики управления, 1990.
11. Серегин А.С. Эффективность малого бизнеса. - М.: Экономика, 1990.
12. Симонян Р. Предпринимательство и власть. // Диалог, 1993, № 5-6.
13. Шахмалов Ф. Малое предпринимательство в системе рыночных реформ: проблемы роста или выживания // Вопросы экономики, 1993.
14. Шулятьева Н.А. Малый бизнес в условиях рынка // Деньги и кредит, 1992, N1.

**Задание 2**

Тест на знание понятийно-категориального аппарата.

Выпишите номера тех из приведенных понятий, которые относятся к социологии.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. Обычаи | 62. Банк социологических данных | 117. Неравенство |
| 7. Толпа | 64. Аффект | 118. Касты |
| 9. Фрустрация | 65. Коллектив | 119. Флегматик |
| 13. Средние слои | 66. Социализация | 120. Стресс |
| 16. Меланхолик | 73. Поколение | 121. Сублимация |
| 18. Капитал | 74. Сословие | 123. Община |
| 20. Банкрот | 75. Бюрократия | 124. Миграция |
| 22. Мафия | 76. Приватизация | 127. Товар |
| 23. Роль социальная | 78. Потребность | 128. Традиции |
| 29. Суггестия | 79. Память | 129. Бедность |
| 30. Бонус | 81. Производство | 132. Спрос платежеспособный |
| 31. Производительность труда | 82. Субкультура | 136. Нация |
| 32. Позиция социальная | 85. Психика | 139. Воля |
| 39. Общество | 87. Анкета | 142. Девиация |
| 42. Депрессия | 89. Культура | 143. Самоуправление |
| 44. Ценности | 90. Респондент | 144. Аномия |
| 46. Урбанизация | 96. Валюта | 148. Поставки |
| 47.Класс | 97. Статус | 149. Опрос |
| 48. Образ жизни | 99. Чувство | 151. Репрезентативность |
| 51. Биржа | 100. Рынок | 154. Санкция |
| 54. Престиж | 101. Стереотип | 155.Интервью |
| 56. Внушаемость | 106. Эмоции | 156. Наблюдение |
| 57. Рейтинг | 108. Интересы | 159. Когорта |
| 59. Индексация | 110. Мобильность | 160. Маркетинг |
| 60. Экстравертный | 111. Власть |  |
| 61. Клан | 116. Характер и содержание труда |  |

**Задание 3**

Вариант 7

1. Социализация – совокупность традиций и норм, передаваемых от поколения к поколению.- Да
2. Статусы связаны между собой социальными функциями, которые проявляются через социальные отношения. - Да
3. Первый закон Макиавелли гласит, что нашими действиями правят честолюбие и мотив власти. – Да.
4. Вся мировая социология формировалась как противостояние марксизму. – Да.
5. Чем выше факторы случайности в отборе респондентов, тем выше точность и надежность результатов опроса. – Да.
6. Латентные функции социальных институтов вредны. – Нет.
7. Отличительная черта общества – суверенность. - Нет
8. Скачкообразный вид социального прогресса называют реформой. – Нет, не совсем так. (Реформа – преобразование, изменение, переустройство какой-либо стороны общественной жизни (порядков, учреждений) при сохранении существующего социального строя).
9. Близость – первичные отношения. – Нет.
10. Любое взаимодействие есть обмен. – Нет
11. Социализация – коммулятивный процесс накопления социальных навыков. - Да
12. Агенты социализации – учреждения, влияющие на процесс социализации. - Нет
13. Делинквентное поведение – преступное поведение. – Да (лат. Delictum – проступок, правонарушение).
14. К социальным группам правильнее относить только территориальные группы. – Нет
15. Малую группу называют вторичной группой. – Нет.
16. В Индии существуют шесть основных и тысячи неосновных каст. – Да.
17. Сущность социального неравенства в том, что меньшинство владеет большей частью национального богатства. - Да
18. Заработная плата характеризует все слои населения. – Да.
19. Перемена религии – пример нисходящей мобильности. – Нет.
20. Социальные революции – причина групповой мобильности. – Да.

1. Чубайс не читатель, Чубайс - писатель // Коммерсантъ-daily. 1997. 28 октября. [↑](#footnote-ref-1)
2. Замечен из-за прилавка // Эсперт. 1997. № 23. [↑](#footnote-ref-2)
3. Надо развести власть с капиталом - считает начинающий вице-премьер // Общая газета. 1997. 11-17 сентября. [↑](#footnote-ref-3)
4. Котлер Ф. Основы маркетинга. –М, 1990. [↑](#footnote-ref-4)