**Социальная структура малого предпринимательства: индивидуальной предпринимательской деятельности (на примере малого предпринимательства г.** Ульяновска)

С. Г. Красильников / М. Г. Светуньков

Актуальность изучения социальной структуры малого предпринимательства базируется на предположении о том, что она детерминирует предпринимательскую деятельность малых предпринимателей, а значит, по результатам эмпирического исследования социальной структуры малого предпринимательства можно построить прогностическую модель индивидуальной предпринимательской деятельности [3; 4; 5; 6; 7]. Эта гипотеза верифицировалась в ходе социологического исследования малого предпринимательства города Ульяновска в ноябре - декабре 2005 года.

Объектом исследования являлась социальная структура малого предпринимательства, то есть совокупность относительно устойчивых отношений малых предпринимателей, сформированная в результате социальной дифференциации, социальной интеграции и социальной идентификации малого предпринимательства [5].

Предметом исследования было изучение влияния социальной структуры малого предпринимательства на индивидуальную предпринимательскую деятельность, то есть при помощи корреляционного анализа определялся характер (качественный аспект) влияния, а при помощи факторного анализа выявлялась степень (количественный аспект) влияния социальной структуры малого предпринимательства на индивидуальную предпринимательскую деятельность.

Субъектами исследования являлись индивидуальные предприниматели, физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица [4].

Цель исследования - изучение характера и степени взаимосвязи социальной структуры малого предпринимательства и индивидуальной предпринимательской деятельности.

В исследовании использовался метод анкетного опроса, применялись методики неоконченных предложений, модифицированный вопросник Куна - Макпартленда для изучения социальной идентификации малого пред-принимательства, а также "мягкая" методика изучения ценностных ориентаций малого предпринимательства. Выборочная совокупность формировалась случайным бесповторным отбором, объем выборки составил более 130 индивидуальных предпринимателей.

Результаты эмпирического исследования социальной структуры малого предпринимательства могут быть полезны при разработке оптимальных и адекватных мер по поддержке и развитию малого бизнеса, а также при разработке и в ходе реализации бизнес-стратегий предпринимателями разно-го уровня и вида деятельности [3].

Результаты эмпирического исследования социальной структуры малого предпринимательства свидетельствуют о том, что гендерная идентичность малых предпринимателей коррелирует с тем, как давно они занимаются предпринимательской деятельностью (коэффициент корреляции r = -0,282). Отрицательный коэффициент корреляции говорит о том, что продол-жительность занятия индивидуальной предпринимательской деятельностью у мужчин - малых предпринимателей в среднем больше, чем у женщин - малых предпринимателей. Так большинство мужчин занимаются индивидуальной предпринимательской деятельностью от 5 до 10 лет, а большинство женщин менее года [2].

Всего же в исследуемой выборочной совокупности малых предпринимателей доля мужчин составляет 60,2%, а доля женщин - 39,8%. Подобную гендерную асимметрию можно объяснить наличием традиционных гендерных норм, предписывающих иные приоритетные для женщин сферы деятельности.

Общие сведения о продолжительности индивидуальной предпри-нимательской деятельностью таковы: менее года занимаются малым бизнесом 20,1% респондентов; от года до 2 лет - 11,1% респондентов; от 2 до 3 лет - 11,9% респондентов; от 3 до 4 лет - 10,2% респондентов; от 5 до 10 лет - 25 % респондентов; от 10 до 15 лет - 8,6% респондентов; более 15 лет занимаются малым бизнесом 1,2% респондентов. Представленные данные характеризуют в целом динамику малого предпринимательства во временной перспективе: прослеживается 3-5-летний цикл развития малого бизнеса, при этом начало и конец (первый и последний годы) цикла характеризуются со-кращением вдвое числа индивидуальных предпринимателей (что соответствует политико-деловому циклу).

И мужчины, и женщины - индивидуальные предприниматели до того, как заняться предпринимательской деятельностью в большинстве своем (27,9% респондентов) работали в частном бизнес-секторе, по найму; 7,8% респондентов состояли на государственной службе; 23,8 % респондентов работали на крупном промышленном предприятии; 16 % респондентов учились, получали образование и лишь 4% респондентов до этого не занимались трудовой деятельностью. Представленные данные говорят о том, что опыт работы в частном бизнес-секторе является одним из социальных ресурсов, позволяющих начать индивидуальную предпринимательскую деятельность.

Среди мотивов занятия индивидуальной предпринимательской деятельностью у мужчин - малых предпринимателей доминирует желание попробовать свои силы в новом деле, реализовать себя; а у женщин - малых предпринимателей преобладает желание зарабатывать больше денег, обеспечивать себя и семью. Основные мотивы занятия индивидуальной предпринимательской деятельностью таковы: 19,3% респондентов ответили, что остались без работы и были вынуждены заняться индивидуальной предпринимательской деятельностью; 11,5% респондентов хотели работать только на себя; 3,7% респондентов заявили, что продолжают семейное дело, семейный бизнес; и лишь 0,8% респондентов ответили, что обладают особыми качествами характера, особым талантом для занятия бизнесом.

Гендерная идентичность малых предпринимателей коррелирует с тем, совмещают ли они предпринимательскую деятельность с какой-либо еще работой (коэффициент корреляции r = 0,268). 82,4% респондентов не совмещают предпринимательскую деятельность с какой-либо еще работой; женщины - малые предприниматели, как правило, совмещают индивидуальную предпринимательскую деятельность с получением дополнительного образования, а мужчины - малые предприниматели совмещают индивидуальную предпринимательскую деятельность с работой на госслужбе или в коммерческой организации по найму, то есть диапазон дополнительных сфер деятельности у мужчин - малых предпринимателей шире, чем у женщин - малых предпринимателей.

Наблюдается также зависимость между гендерной идентичностью малых предпринимателей и самооценкой собственного материального положения, а также со среднемесячным доходом (коэффициенты корреляции r = - 0,241; и r = - 0,141 соответственно). Разница среднемесячных доходов женщин и мужчин - малых предпринимателей около 5 тысяч рублей в пользу последних.

Существует зависимость между гендерной идентичностью и видом предпринимательской деятельности малых предпринимателей (коэффициент корреляции r = - 0,273), что говорит о более широком диапазоне индивидуальной предпринимательской деятельности мужчин - малых предпринимателей: это и оптово-розничная торговля, строительство, пасажироперевозки, грузоперевозки, сочетание различных видов предпринимательской деятельности; тогда как женщины - малые предприниматели заняты в основном в торговле и общественном питании.

Этническая принадлежность малых предпринимателей коррелирует с мотивами начала индивидуальной предпринимательской деятельности и среднемесячным доходом (коэффициенты корреляции r = - 0,138; и r = - 0,136 соответственно). Так, русские - малые предприниматели и чуваши - малые предприниматели основным мотивом начала индивидуальной предпринимательской деятельности называют желание работать только на себя; татары - малые предприниматели основным мотивом начала индивидуальной предпринимательской деятельности называют желание зарабатывать больше денег, обеспечивать семью и себя. Отрицательный коэффициент корреляции между показателями этнической принадлежности и среднемесячным доходом свидетельствует о том, что у чувашей - малых предпринимателей диапазон среднемесячных доходов меньше, чем у русских - малых предпринимателей и татар - малых предпринимателей; но в среднем доходы их равны: от 5 до 10 тысяч рублей. В целом же 14,3% респондентов ответили, что их среднемесячный доход ниже 5 тысяч рублей; среднемесячный доход 40,6% респондентов - от 5 до 10 тысяч рублей; среднемесячный доход 20,9% респон-дентов - от 10 до 20 тысяч рублей; среднемесячный доход 13,1% респондентов - от 20 до 30 тысяч рублей; среднемесячный доход 9% респондентов - свыше 30 тысяч рублей [1].

Конфессиональная принадлежность малых предпринимателей коррелирует с количеством непосредственных подчиненных, работающих под руководством малого предпринимателя (коэффициент корреляции r = 0,183). Положительный коэффициент корреляции указывает на то, что у татар - малых предпринимателей в среднем число наемных работников больше, чем у русских - малых предпринимателей и чувашей - малых предпринимателей; но максимальное число наемных работников встречается у русских - малых предпринимателей. В целом же 11,9% респондентов ответили, что не имеют ни одного наемного работника; 33,6% респондентов имеют до 5 наемных работников; 16,4% респондентов имеют до 10 наемных работников; 13,1% респондентов имеют до 15 наемных работников; 4,1% респондентов имеют до 20 наемных работников; 1,6% респондентов отметили, что количество наемных работников зависит от ситуации, потому меняется как в большую, так и в меньшую сторону.

Образовательный уровень малых предпринимателей коррелирует с самооценкой собственного материального положения (коэффициент корреляции r = -0,157) и с самооценкой социального окружения (коэффициент корреляции r = -0,220), а также с количеством непосредственных подчиненных, работающих под руководством малого предпринимателя (коэффициент корреляции r = 0,160). Малые предприниматели с высшим образованием имеют максимальное количество наемных работников; но среднее значение количества наемных работников малых предпринимателей с высшим образованием равно среднему значению количества наемных работников малых предпринимателей со среднеспециальным образованием (до 5 наемных работников). Полученные данные свидетельствуют о том, что самооценка материального благополучия малых предпринимателей со средне-специальным образованием выше, чем малых предпринимателей с высшим образованием. В целом же 3,7% опрошенных малых предпринимателей оценивают свое материальное положение как плохое, не хватает денег на питание и покупку одежды; 16,8% респондентов отвечают, что денег хватает только на питание и покупку одежды; у 52% респондентов остается часть средств на то, чтобы скопить на "черный день"; 25,4% респондентов имеют хорошее материальное положение; 2% респондентов отмечают, что доход их непостоянен. Малые предприниматели отмечают, что среди их социального окружения преобладают люди с высоким материальным достатком, тогда как малые предприниматели со средним и средне-специальным образованием указывают на то, что их социальное окружение более разнородно в плане материального достатка.

Показатель возраста малых предпринимателей коррелирует с продолжительностью занятия предпринимательской деятельностью (коэффициент корреляции r = 0,380), с количеством непосредственных подчиненных, работающих под руководством малого предпринимателя (коэффициент корреляции r = -0,142), с оценкой социального окружения (r = 0,170), с изменением материального положения за последние 3 года (r = 0,131), со среднемесячным доходом (r = 0,172).

Чем выше доход малого предпринимателя, тем больше проявляется селективность в выборе круга общения, социального окружения.

Часто упоминается разделение предпринимателей на порядочных и непорядочных. Это может объясняться тем, что высока значимость фактора доверия в отношениях малых предпринимателей, в индивидуальной предпринимательской деятельности.

Чем ниже материальное положение индивидуального предпринимателя, тем меньше у него желания того, чтобы его дети продолжили начатое им дело.

Итак, следует отметить, что такие социально-демографические характеристики как гендерная и этническая принадлежность (и связанная с этничностью - конфессиональная принадлежность), возраст и уровень образования малых предпринимателей оказывают влияние на индивидуальную предпринимательскую деятельность. Дальнейшее исследование в комплексе и социальной дифференциации, и социальной интеграции, и социальной идентификации малых предпринимателей, сделает возможным построение прогностической модели индивидуальной предпринимательской деятельности.

**Список литературы**

1. Арутюнян Ю. В. Этносоциология. - М.: Аспект Пресс, 1998. - 271 с.

2. Бахарев В. В. Гендерология и феминология. - Ульяновск: УлГУ, 2003. - 313 с.

3. Найбороденко Н. М. Прогнозирование и стратегия социального развития России. - М.: Маркетинг, 2003. - 352 с.

4. Плотинский Ю. М. Математическое моделирование динамики социальных процессов. - М: Изд-во Московского университета, 1992. - 225 с.

5. Плотинский Ю. М. Теоретические и эмпирические модели социальных процессов. - М.: Логос, 1998. - 279 с.

5. Поланьи К. Великая трансформация: политические и экономические истоки нашего времени. - СПб.: Алетейя, 2002. - 320 с.

6. Проурзин Л. Ю. Принципы поведенческой экономики и прогнозирования. - М.: Век книги, 2003. - 153 с.

7. Смирнов С. А. Малое предпринимательство: общественная поддержка и содействие развитию. - М.: ТОО "КОНТУР", 1999. - 290 с.

8. Шереги Ф. Э. Социология предпринимательства: Прикладные исследования. - М.: ЦСП, 2002. - 535 с.

9. Экономическая социология: Новые подходы к институциональному и сетевому анализу / Сост. и науч. ред. Радаев В. В. - М.: РОССПЭН, 2002. - 276 с.