**Введение**

Работа посвящена изменению сущности бизнеса и представлениям о его целях и основных функциях, тому, каким образом формулируется социальная ответственность предпринимательства в российской ситуации, также достижению социальной справедливости в условиях рынка. Стратегии социального действия отечественных бизнесменов определяются целым комплексом объективных и субъективных факторов, детерминируя, в свою очередь, специфику социального портрета современного российского предпринимателя. Следовательно, целью исследования является построение социального портрета современного российского предпринимателя. Главная идея исследования заключается в том, чтобы показать быстрое развитие третьего сектора, т.к. бизнес все чаще оказывается связанным с созданием рабочих мест для слабозащищенных групп населения, организацией или спонсированием социальных услуг, участием в конкурсах на инвестиции в социально-значимые проекты.

**Социальный портрет современного российского предпринимателя**

Говоря о мотивах гражданского участия, анализ научных источников показал, что современные предприниматели ссылаются на элементарное сострадание. Безусловно, многие спонсоры принимают участие в благотворительных акциях ради поддержки своей репутации, привлечения клиентов, рекламы. Однако при этом очевиден и положительный результат для общества, который выражается, например, в благоустройстве города, когда фирма покупает помещения под офис и реставрирует фасад здания. Чаще всего в благоустройстве близлежащей территории, развитии инфраструктуры для жителей местного сообщества, благотворительной деятельности участвуют крупные компании, которые организуют концерты, акции, участвуют в спортивных мероприятиях. Руководитель крупной торговой сети охотно рассказывает о стабильной и широкой благотворительной деятельности своей компании. Однако системности в этой деятельности не заметно, и это, пожалуй, важная черта социальной ответственности современного предпринимательства.

Ответственность бизнеса перед обществом выражается не только в помощи сторонним просителям — людям и организациям, но и, в первую очередь, в отношении к работникам собственных предприятий. Речь идет о программах социальных гарантий и мерах социальной поддержки сотрудников, которые осуществляются сверх минимума, гарантируемого КЗОТ: «Социально они все защищены — они работают по контракту. Никто не заставляет работать больше, если он сам хочет больше получить — ради бога». Для бизнесменов, представляющих малый и средний бизнес, в отличие от традиционных отделов социального развития и соцкультбыта на крупных предприятиях, вопрос социальной поддержки работников не является однозначным. В целом ряде случаев эта проблема, даже если и возникает, решается неформальными способами.

В самом деле, путь к социально ответственному российскому предпринимательству лежит не через единичные случаи благотворительности. Необходимо создать в обществе такую культуру и мораль, которые способствовали бы мотивации деловых людей к заботе не о своем рейтинге в узком кругу, а об имидже своей нравственно оправданной в глазах большинства населения деятельности. К сожалению, на сегодняшний день в России отсутствуют экономические и правовые стимулы для деятельности по повышению квалификации сотрудников предприятий, развитию системы негосударственной, в том числе внутрифирменной социальной защиты, участию компаний в спонсорской деятельности и социально значимых проектах. Формирование таких стимулов — задача местного самоуправления, профессионального образования и местного сообщества, постепенно вырабатывающего механизмы этической регуляции деятельности индивидов и профессиональных групп в условиях рыночной экономики, культурного и политического плюрализма.

Составление социального портрета современного российского предпринимателя, представляется возможным осуществить с помощью анализа многочисленных публикаций, посвященных этой теме и материалов социологического исследования. Некоторые авторы склонны причислять предпринимателей к представителям "особой социальной группы, имеющей свои ценности", что представляется не вполне правомерным.

Приведенные различными авторами характеристики российского предпринимателя многообразны и некоторые из них несут одинаковую смысловую нагрузку. Поэтому для удобства анализа необходимо их каким-то образом сгруппировать. К характеристикам лидерства относят такие черты как: стремление к самостоятельности, автономности, независимости, к достижениям в трудовой деятельности, к карьере и власти, а также решительность и уверенность в себе. Особые интеллектуальные способности предпринимателя характеризуются таким образом: гибкость мышления и аналитический склад ума, умение думать, генерировать идеи, в том числе коммерческие, это творчески мыслящий человек, обладающий смекалкой и широтой мировоззрения, умеющий находить нестандартные решения. Как предрасположенность к предпринимательской деятельности отмечаются также и особые психологические характеристики личности: восприимчивость к переменам, склонность к новаторству, инновациям, риску и одновременно устойчивость к стрессам. Экономические характеристики: стремление к умножению богатства, к инновациям и их осуществлению, действия по соединению материальных и денежных средств, а также труда с целью возрастания их совокупной стоимости. И последнюю группу особых качеств предпринимателя составляют так называемые коммуникативные способности, к ним относят: умение понимать людей и выстраивать с ними взаимоотношения, то есть и быть коммуникативным, умение подбирать себе компаньонов и исполнителей и также выстраивать отношения в интересах дела. Впоследствии мы сможем осуществить анализ и наиболее характерных черт предпринимателя, соотнося их с теми, которые в конечном счете определяют успех их деятельности.

**Влияние государственного регулирования на неформальный экономический порядок**

Понятие экономический порядок введено в 40-х годах XX в. В. Ойкеном. Экономический порядок страны, - писал он, - состоит из совокупности тех реализованных в каждом случае форм, в которых предприятия и домашние хозяйства связаны между собой и в которых, следовательно, протекает in concreto экономический процесс. Неформальная экономика привлекла к себе внимание ученых, в первую очередь зарубежных, еще в 1930-х годах. В конце 1970-х она стала предметом крупных исследовательских проектов, с 1980-х годов - темой международных конференций. Однако до сих пор не выработано единого универсального определения неформальной экономики ни с точки зрения терминологии, ни в содержательном отношении. Первоначально эта проблема была поставлена в исследованиях, посвященных развивающимся странам, в контексте изучения неформального сектора, но в последствие и к развитым странам.

Важнейшую роль в распространении неформальных отношений в экономике сыграл характер государственного регулирования и вмешательства в экономику. Масштабы теневой экономики во многом зависят от типа экономической системы, но эта зависимость носит неоднозначный характер. Очевидно, что теневой экономики нет (точнее, она минимальна) при абсолютно огосударствленной и при абсолютно разгосударствленной экономике: в первом случае государство запрещает всякую теневую активность и имеет средства этот запрет реализовать, а во втором случае нет запретов и контроля, следовательно, нет и нужды «скрываться в тени». Теневая активность будет увеличиваться в «пограничной зоне» между централизованным и децентрализованным хозяйством: с одной стороны, в слабеющей централизованно управляемой экономике уменьшаются возможности контроля; с другой стороны, в подвергающемся огосударствлению рыночном хозяйстве усложняются меры контроля, далеко не всегда эффективного.

Жесткое государственное регулирование в командно-административной системе СССР сдерживало и ограничивало темпы роста теневой экономики. Тем не менее, если в 1973 году теневой сектор в СССР равнялся примерно 3% ВВП, то в конце 1980-х ее объем составлял не менее 15% национального продукта. При этом, «вторая экономика» СССР признавалась государством вспомогательной, поддерживалась с помощью запрета на некоторые виды деятельности (например, частное предпринимательство); дифференцированного доступа к ресурсам (приоритет плановой экономики); запрета на переход экономических субъектов из одной экономики в другую, а также при помощи идеологии.

В 1990-е в России, при рыночном экономическом порядке, сформировалась «пестрая экономика», суть которой – в тотальном взаимопереплетении «белой» и теневой экономической деятельности, в стирании граней между ними. По оценкам экспертов, объем теневой экономики России составлял в середине 1990-х 31,5% ВВП, к концу 1990-х – до 40–45%. Впрочем, в первые годы 21 в. рост теневого сектора удалось приостановить, в настоящее время масштабы российской «тени» оцениваются примерно в 20- 27%. Подобные цифры можно объяснить характером государственного регулирования. Российская ситуация до последнего времени характеризовалась высоким уровнем налогообложения и бюрократизации экономической деятельности, что существенно затрудняло включение экономических субъектов в официальную деятельность. Также развитию теневого сектора способствует ослабление контроля над выполнением контрактных обязательств субъектами, снижение реального уровня гарантий прав и обязанностей.

Таким образом, в командно-административной системе неформальный сектор порождается чрезмерным государственным регулированием, централизованным распределением ресурсов, но в то же время, теневые практики довольно успешно регулируются государством. Неформальный сектор признается вспомогательным. В рыночной же системе все иначе.

В целом ситуация в современной России характеризуется самыми широкими масштабами распространения неформальных взаимодействий социально- экономических субъектов (по данным статистики – 20-27% от объема ВВП). Власть и общество долгое время соблюдали определенный нейтралитет в отношении неформальных экономических отношений, а представители обеих сторон, с максимальной выгодой использовав сложившуюся ситуацию, собрали причитающиеся "дивиденды". Сложилась целая система норм повседневного поведения, опирающегося на неформальные связи, уклонение от исполнения закона, а законопослушание сегодня не входит даже в состав основных ценностей российского населения.

Тем не менее, за внешней терпимостью общества к такому положению дел, уже сегодня идут процессы, направленные на сопротивление неформализации общественной жизни. В целом трудно переоценить роль государства в экономике. Оно создаёт условия для экономической деятельности, защищает предпринимателей от угрозы со стороны монополий, обеспечивает потребности общества в общественных товарах, обеспечивает социальную защиту малообеспеченных слоёв населения, решает вопросы национальной обороны. С другой стороны, государственное вмешательство может в некоторых случаях заметно ослабить рыночный механизм и принести заметный вред экономике страны. Поэтому основной задачей государства является удерживание “золотой середины” в стабильное время и умение принять жёсткие решения в сложных ситуациях.

**Корпоративный патернализм как технология управления персоналом**

Модель социального партнерства, предполагающая согласование интересов работников, работодателей, органов государственной власти, местного самоуправления, путем заключения договоров по важным направлениям социального, экономического, культурного и политического развития, показала к настоящему времени свою полную несостоятельность. На многих крупных предприятиях номинальное выполнение сторонами соглашений заменило реальное решение проблем. На многих частных предприятиях работодатели изначально отказались от построения социально-трудовых отношений в формате социального партнерства.

Тем не менее, приход в страну транснациональных корпораций и создание собственных, российских крупных корпораций создали базу для формирования нового поля взаимодействий работодателя и работника, новых технологий управления с помощью корпоративной культуры. Корпоративная культура рассматривается нами как способ социальной интеграции, который отличают наличие цели деятельности, целесообразности поведения индивидов (ориентация на других), наличие иерархиезированной структуры отношений и легитимного господства.

С помощью пакета количественных и качественных методов исследования мы изучили примеры построения корпоративной культуры на крупных частных предприятиях Алтайского края с тем, чтобы понять, каким образом это отражается на социально-трудовых отношениях. В 2007 г. мы провели исследование корпоративных практик на трех крупных (работает свыше 1000 человек, есть филиалы в других регионах) частных предприятиях. Все они играют значительную роль в экономике региона, интенсивно развиваются, увеличивают количество рабочих мест.

Это ИД «Алтапресс» (медиахолдинг), торговая сеть «Мария-Ра» (торговля продуктами), завод «Сибэнергомаш» (котельное оборудование и сопутствующие детали). Система взаимоотношений на этих предприятиях выстраивается так: работодатели предлагают работникам набор правил и установок, которые они вольны принимать или не принимать. Проблемы в сфере труда решаются «по усмотрению руководства». На некоторые сложности (неважные условия труда, шум, пыль, плохая техника, ненормированный рабочий день) сотрудники предпочитают закрывать глаза – неудобства компенсируются хорошей зарплатой и увеличением за счет работы на данном предприятии социальной субъектности наемных работников.

Еще одна особенность современных крупных компаний – преднамеренно суженный круг социальных гарантий, которые зато выполняются в полном объеме: работодатели предпочитают платить более высокую зарплату, оставляя работникам право на выбор того, куда ее потратить. Вместо того, чтобы предложить работникам номинальное равноправие, современные руководители крупных корпораций достигают лояльности сотрудников при помощи корпоративной культуры. Последняя призвана реализовать потребность в аффилиации, то есть в принадлежности к какой-либо группе: сотрудникам внушается чувство восхищения и гордости компанией, а также чувство причастности к общему делу.

Компания «Мария-Ра» проводит городские лыжные праздники - ежегодное мероприятие, которое собирает на лыжне несколько тысяч человек. «Алтапресс» поддерживает и инициирует гражданские акции (подписание хартии независимой прессы, организация экологических марафонов и пр.). Проводятся крупные праздники, конкурсы профессионального мастерства, выпускаются корпоративные газеты: таким образом происходит более тесная и интенсивная коммуникация работников и работодателей, последние наблюдают за первыми, а работники имеют шанс высказать свое недовольство или внести рацпредложения в неформальной обстановке. Каждая из компаний имеет как и непременный, первичный уровень корпоративной культуры – артефакты (стиль организации, логотипы и пр.).

Второй уровень корпоративной культуры - ценности, мифы, истории и легенды, ритуалы и традиции. На обследованных предприятиях культивируются легенды о том, как начинался этот бизнес – в частности, в «Алтапрессе» любят историю о том, как эта крупная компания – один из пяти крупнейших издательских домов России – начиналась с одного кабинета, трех светлых голов и одной печатной машинки. И именно честность, независимость и креативность привели к большому успеху и позволили компании развиться.

Во всех обследованных компаниях постулируется факт того, что материальная и духовная культура корпорации ориентируется на неуклонное повышение качества трудовой жизни членов корпорации. В ИД «Алтапресс» каждый работник в курсе того, как строится система финансового вознаграждения – помимо оклада, сдельной оплаты труда и премий, сотрудник корпорации имеет право на получение материальной помощи в сложных ситуациях, получение ссуды и денежные подарки в случае свадьбы, дня рождения и рождения ребенка. Качество трудовой жизни повышается с помощью обеспечения безопасных условий труда, продвижение по карьерной лестнице (допустим, в «Мария-Ра» каждый продавец знает, что в течение пары лет может дослужиться до товароведа отдельного магазина, потому что компании неустанно расширяет свою сеть), а также участия в принятии решений.

Согласно результатам наших исследований, работники крупных частных предприятий, вместо коллективных договоров, предпочитают заключать с работодателями некий негласный пакт: при наличии социальных гарантий и приемлемой зарплаты, они не пытаются участвовать в управлении предприятием, создавать объединения. Причем объем социальных гарантий на предприятиях, где нет коллективного договора, согласно исследованиям, более значителен, чем на тех предприятиях, где он имеется.

Формирование корпоративной культуры, таким образом, мы рассматриваем как альтернативу коллективно-договорным отношениям: описанные выше феномены служат иллюстрацией того, как на региональном уровне складывается корпоративизм постсоветского типа. Успешность деятельности вновь созданных частных предприятий (завоевание и удержание рынка сбыта) сопровождается или даже базируется на применении традиционной, характерной для предприятий советского типа политики в сфере трудовых отношений. Мы имеем в виду авторитарный стиль управления персоналом в совокупности с использованием коллективистских и патерналистских ориентаций рабочих.

**Неформальная и теневая экономика**

Неформальная экономика представляет собой совокупность видов хозяйственной деятельности, не отражённой в статистической и налоговой отчётности.

Под теневой экономикой понимается скрытая от государства предпринимательская и иная экономическая деятельность, приносящая более высокую, чем в легальной сфере, прибыль в результате уклонения от налогов, обмана, подлогов; занятие запрещёнными и потому криминальными видами экономической деятельности.

Проблемы неформальной и теневой экономики в последнее время обращают на себя всё возрастающее внимание исследователей.

Институционализация неформальной и теневой экономики производства и распределения благ при нарушении официальных правовых норм является одной из серьёзных проблем современной жизни. Выявление тех или иных областей нарушаемых экономических и социальных норм для российского общества сегодня, делает тему актуальной.

Согласно результатам социологического исследования проведённого в 2004 году было выявлено, что в Тюменском регионе существуют теневые практики. В основном люди (39%) осуждают такие практики, которые направлены на прямое получение личной выгоды. 59% населения ожидают нарушение своих прав со стороны других людей, например: частое обсчитывание покупателя со стороны продавца, продажа нелицензированной видео, аудио – продукции, продажа нелицензированного программного обеспечения.

Было выявлено, что проявление теневых практик напрямую связано с дифференциацией в доходах населения и с укладом жизни. Наиболее распространённым типом поведения является предпринимательская модель поведения.

Анализируя эмпирические данные, в Тюмени преобладает высокий уровень доверия между населением и представителями формальных экономических институтов (29,4%).

Распространённой частью полуправовой экономики является теневой обмен подарками, подношениями и взятками. Основным видом взятки являются наличные деньги. Чаще всего люди делают подарки врачам или другим медицинским работникам.

В ходе исследования изучался вопрос неуплаты налогов, сокрытия доходов. В Тюменском регионе более половины услуг, оказываемых жителям, предоставляются без формального договора и соответственно без выплаты налогов, так считает 51% опрошенных респондентов. Было выявлено, что реже всего от налогов уклоняются люди в возрасте 50 лет – 5%, а наиболее часто люди в возрасте от 18 до 35 лет (33% - 39%).

Изучалась проблема ухода от налогов в зависимости от профессионального признака. Предприниматели составили 15,19%, представители власти 20,04% и все остальные 64,77%. Основными причинами способствующими уклонению от налогов являются то, что большинство предпринимателей незаконопослушны и нечестны, налоги для них в нашей стране очень велики.

Результаты исследования показали, что социальной базой теневой активности являются средний и высший слои.

На основе выше сказанного можно сделать вывод: наличие теневых процессов в обществе замедляет рост экономики, а также нормализацию жизни населения.

**Заключение**

Проведенный анализ показал, что предпринимательство фактически делает более выраженными процессы индивидуализации и интеграции, а значит, и более "рельефной" саму личность, чем обеспечивает возможность ее активного влияния на общественное развитие. Оно способствует ускорению процесса социализации, приведения ее в соответствие с темпами общественных перемен и тем самым само стабилизирует процессы общественных преобразований, обеспечивает возможности наилучшей реализации социального потенциала самого человека. Предпринимательство направляет общественное развитие в сторону социального прогресса и соответствующим образом способствует корректировке такой же направленности процесса социализации. И наконец, предпринимательство непосредственно участвует в процессе воспроизводства социальной жизни.

**Список литературы**

1. Российский статистический ежегодник 2006: Статистический сборник./ Росстат. – М., 2006.
2. Андрианов В. Государственное управление: мировой опыт и российские реалии // Общество и экономика. – 2007. - № 11-12.
3. Барсукова С.Ю. Неформальная экономика: понятие, структура./ С.Ю. Барсукова // Экономическая социология – 2008.
4. Барсукова С. От «Второй» экономики СССР к неформальной экономике современной России.//Свободная мысль XXI – 2007. - №1 – с. 28-39.
5. Барсукова С.Ю. Структура и институты неформальной экономики / С.Ю. Барсукова // Социологический журнал – 2005 - №3.
6. Барсукова, С. Неформальная экономика: уточнение понятия и специфика сегментов / С. Барсукова // Общество и экономика. - 2006 - № 1 – с. 142-155.
7. Градов А.П., Иванова Е.А., Гутман С.С. Экономические порядки и институциональная среда национальной экономики.// Экономическая наука современной России – 2008. - №1.
8. Давыденко – Тюмень: Тюменский государственный университет. Кафедра экономической социологии. Изд -во «Вектор –Бук» - 2005.
9. 12. Колесникова Л. А. Неформальный сектор: издержки "переходности" или отражение социального самосознания? / Л.А. Колесникова // Общественные науки и современность. - 2006 - № 5.
10. Макроэкономика: Теория и российская практика: учебник/ кол. Авт.; под ред. А.Г. Грязновой, А .Ю. Юданова. Финансовая академия при Правительстве РФ – 6-е изд., испр. доп. – М.: КНОРУС. – 2006.
11. Попов А. Плановые и рыночные методы: условия сочетания.// Экономист – 2005. - №10.
12. Радаев В. В. Экономическая социология: учеб. пособие для вузов / В. В. Радаев - Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М.: Изд. Дом ГУ ВШЭ, 2005.
13. Жуков В.И. Модернизация социальных отношений в России: замыслы, итоги, возможности // Социс. – 2008. - №9.
14. Ковалев В.Н. Корпоративная культура как фактор развития социальной сферы российского общества //Социальная политика и социология. – 2008. - № 1.
15. Могутнова Н.Н. Корпоративная культура: понятие, подходы //Социс. – 2008. - №4.
16. Барсукова С.Ю. Неформальный сектор: понятие, традиции изучения // Вопросы статистики. – 2007. - №1.
17. Буфетова Л.П. Теневая экономика и коррупция // Экономика. Вопросы школьного экономического образования. – 2008. - №3.