УДК 316.35–057 (470.53)

Г.И. Селеткова, Е.А. Лазукова

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНОГО СТАТУСА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ И РУКОВОДИТЕЛЕЙ (НА ПРИМЕРЕ ПЕРМСКОГО КРАЯ)

Представлен анализ социального статуса предпринимателей, оценок социального статуса предпринимателями и руководителями, и общественного восприятия социального статуса предпринимателей, руководителей населением Пермского края. Восприятие предпринимательской деятельности сравнивается с деятельностью политиков, чиновников, лиц свободных профессий. Установлено влияние пола, стажа, оценки материального положения на самооценку социально-статусных характеристик предпринимателей и руководителей России и Пермского края. Показано, что в обществе социальный статус предпринимателя оценивается несколько ниже статуса руководителя и при этом оценки статусных характеристик руководителей более равномерные и выше, чем у предпринимателей, а оценки статусных характеристик предпринимателей менее однозначны: высоко оценивается материальное положение и низко оценивается уровень образования, степень правовой защиты и социальной защиты. Проведено сравнение оценок социального статуса предпринимателей на международном и общероссийском уровнях.

Ключевые слова: *социально-профессиональная идентификация, социальный статус, бизнес, предпринимательство, руководитель, чиновник, престиж.*

Исследование предпринимательской деятельности приобретает особую актуальность в современных российских условиях. Существуют различные точки зрения о развитии предпринимательства и влиянии на него экономических условий, цикла экономики. Одни ученые предполагают, что экономические кризисы и рецессии в экономике способствуют развитию предпринимательства, другие – что рецессии препятствуют развитию предпринимательской деятельности. В 2008 году было проведено исследование о влиянии экономического цикла на начало предпринимательской деятельности среди студентов экономического колледжа, которые заканчивали обучение в период бума и кризиса. Оно показало, что студенты, получающие высшее образование во время экономического кризиса, начинают свое дело приблизительно на два года позже по сравнению с выпускниками периода бума [1]. Таким образом, с одной стороны, кризис в экономике может временно сдерживать развитие предпринимательской деятельности, но не уничтожить ее, с другой – позволяет видеть в предпринимательстве стимул экономического развития.

© Селеткова Г.И., Лазукова Е.А., 2016

Селеткова Гюзель Ильясовна – ассистент кафедры социологии и политологии ФГБОУ ВО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет», e-mail: guzal.ka@mail.ru.

Лазукова Евгения Андреевна – старший преподаватель кафедры социологии и политологии ФГБОУ ВО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет», e-mail: e.las@mail.ru.

В современных российских экономических условиях наблюдается сокращение численности малых предприятий и сокращение желающих начать свое дело. Это подтверждают следующие данные: в Пермском крае в 2014 году по сравнению 2013 годом численность малых предприятий сократилась на 4,4 % (в 2013 году – 4381 малое предприятие, в 2014 – 4191 малое предприятие). Наблюдается снижение количества индивидуальных предпринимателей. По данным Росстата, в 2013 году индивидуальных предпринимателей стало 126,6 тыс. чел., что на 13,6 % меньше по сравнению с 2012 годом [2]. И их число выросло всего на 0,7 % в 2014 году по сравнению с 2013 годом. В 2015–2016 годах также наблюдается снижение количества индивидуальных предпринимателей. Число индивидуальных предпринимателей в Статистическом регистре по Пермскому краю на 1 марта 2016 года по сравнению с 1 марта 2015 года уменьшилось на 0,5 %. И при этом снижается количество начинаний своего дела, по Приволжскому федеральному округу коэффициент образования организаций в 2013 году составил 104,3, в 2014 году – 101,2 [3].

Более половины оборота малых предприятий в 2014 году приходится на оптовую и розничную торговли, ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования (56,1 %), 11,7 % – на обрабатывающие производства, 11,4 % – на операции с недвижимым имуществом, аренду и предоставление услуг, 9,0 % – на строительство [4, с. 89]. В январе–декабре 2015 года более половины (57,2 %) совокупного оборота оптовой торговли региона формировали субъекты малого предпринимательства (в январе–декабре 2014 года – 50,6 %) [5, с. 31].

Однако при этом малое и частное предпринимательство становится важным для современного российского общества, поскольку создает рабочие места, предоставляет возможность самореализации, обеспечивает определенную стабильность и доход. В последние годы сфера малого и среднего предпринимательства становится все более привлекательной для различных социальных групп российского общества, в то же время данный сектор российской экономики и российского социума наиболее рискованный, так как здесь еще не сформированы благоприятные условия для его функционирования. Тем не менее при всей своей рискованности развитие субъектов малого и среднего предпринимательства становится приоритетным направлением для большинства российских регионов.

В связи с этим является важным исследование того, как предприниматели и руководители оценивают свои статусные позиции в данной социально-экономической ситуации. Так, в Пермском крае в 2013–2014 годах Г.И. Селетковой было проведено исследование, которое было посвящено социально-профессиональной идентификации респондентов через изучение самоидентификации предпринимателей и руководителей (экспертный опрос) и внешней идентификации (опрос населения: рабочих, служащих, специалистов, студентов о

предпринимателях и руководителях)[1]. По мнению самих предпринимателей и руководителей, их статус чуть ниже, чем его оценивают другие. В целом предприниматели оценивают свое положение в обществе чуть выше среднего уровня, как и руководители. Наиболее высоко предприниматели оценивают свои статусные позиции по уровню образования (3,6) и по значимости для общества выполняемой работы (3,6), примерно одинаково – по престижности своей профессии, по материальному положению и по уровню своего профессионального авторитета (по 3,5). Интересно, что предприниматели оценивают свои статусные позиции наиболее низко по степени участия в политической, общественной жизни страны, региона, города (2,5), по степени социальной защиты, защиты со стороны государства (2,6) и по правовой защите (2,9). Данные характеристики ниже оцениваются и «другими», а именно служащими, рабочими, специалистами. При этом предприниматели не оценивают материальное положение выше всех показателей, как оценивают другие респонденты, говоря о предпринимателях. Руководители наиболее высоко оценивают свои статусные позиции по уровню образования (4,0), также высоко оценивают позиции по уровню профессионального авторитета (3,7) и по значимости для общества выполняемой работы. На среднем уровне руководители оценивают престижность своей профессии (3,5) и материальное положение (3,4). Наиболее низкие оценки получили те же позиции, что и у предпринимателей: степень правовой защиты (3,2), степень защиты со стороны государства (3,2), степень участия в политической, общественной жизни страны, региона, города (рис. 1).

Рис. 1. Средние значения оценки своих статусных характеристик предпринимателями и руководителями

[1] Всего было опрошено 902 чел., из них 680 чел. опрашивались относительно предпринимателей и руководителей, выборка формировалась квотным методом. Учитывая, что при проведении исследования применялся квотный метод формирования выборки, данное исследование не может претендовать на всеобщую характеристику ситуации, но при этом позволяет выявить основные тенденции социально-профессиональной идентификации предпринимателей и руководителей, включая самоидентификацию и идентификацию другими.

При существующих различиях оценок статусных характеристик предпринимателями и руководителями, подчеркнем одинаковый порядок оценки статусных характеристик: на первом месте – уровень образования, на втором и третьем местах – значимость деятельности для общества и уровень профессионального авторитета, на четвертом и пятом местах – престиж деятельности и уровень материального положения, на шестом и седьмом местах – степень правовой защиты и защиты со стороны государства, на последнем, восьмом месте – степень участия в политической, общественной жизни общества.

В результате исследования была установлена зависимость самооценки статусных характеристик предпринимателями и руководителями от пола (рис. 2). Ее анализ показал, что мужчины оценивают статусные характеристики выше, чем женщины. Мужчины-предприниматели выше, чем женщины, оценивают практически все статусные характеристики, кроме защиты со стороны государства и степени политического участия. Последние оцениваются примерно одинаково мужчинами и женщинами-предпринимателями. Мужчины-руководители оценивают свои статусные характеристики выше, чем женщины-руководители. Отметим, что у руководителей обоих полов оценки таких статусных характеристик, как уровень образования, профессиональный авторитет, уровень материального положения, степени правовой защиты, близки (разница в оценках составляет 0,1).

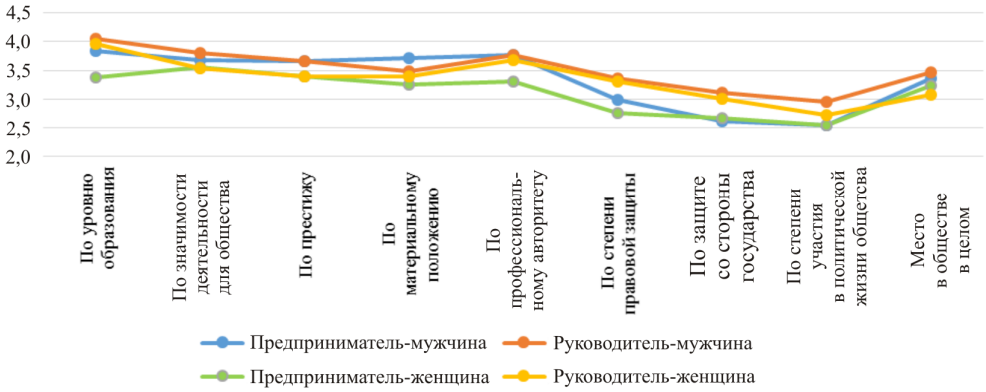

Рис. 2. Гендерные особенности распределения оценок статусных характеристик предпринимателей и руководителей

Предприниматели, которым на ежедневные расходы хватает, выше оценивают следующие статусные характеристики: уровень образования, значимость предпринимательской деятельности, престиж, материальное положение, уровень профессионального авторитета и место в обществе в целом по сравнению с предпринимателями, которым в основном денег хватает. А последние выше оценивают степень правовой защиты, степень политического участия и

степень защиты со стороны государства[2]. Руководители, которым денег в основном хватает, выше оценивают все статусные позиции, по сравнению с руководителями, живущими от зарплаты до зарплаты. Однако среди предпринимателей и руководителей с одинаковым уровнем материального положения предприниматели ниже руководителей оценивают уровень образования, значимость деятельности для общества и профессиональный авторитет.

Отметим, что предприниматели со стажем предпринимательской деятельности более 15 лет выше всех оценивают степень правовой защиты, защиты со стороны государства, степень политического участия в жизни общества и место предпринимателя в обществе в целом. Видимо, имея возможность сравнивать положение предпринимательства во временной перспективе, они пришли к данной оценке статусных характеристик предпринимателей. Предприниматели, которые в бизнесе 3–5 лет, наиболее комфортно чувствуют себя. Так, они выше всех оценивают уровень образования (4,0), престиж (3,7), материальное положение (3,8) и профессиональный авторитет (3,7). И при этом оценки других статусных характеристик достаточно высоки. Значимость деятельности предпринимателя высоко оценивают и те предприниматели, которые имеют опыт работы от года до трех лет (3,85).

Предприниматели, которые оценивают свой социальный статус на высоком и среднем уровне, чаще, отвечая на вопрос «Кто я?», писали «Я – предприниматель», чем предприниматели, которые низко оценивают свой статус. Также согласно данным Т.З. Назарова, те, кто считает себя успешным предпринимателем вне всякого сомнения, более самоидентифицируют себя как предпринимателя [6, с. 71]. Отметим, что формирование социально-профессиональной самоидентификации руководителей больше связано с идентификацией как руководителя-работника, а формирование самоидентификации предпринимателей – как предпринимателя-руководителя. Поэтому эти процессы отражаются также и в осознании статуса как руководителя, так и предпринимателя, значимости своего социального положения с ощущением социальной, профессиональной близости [7].

Социальный статус предпринимателя сравнивался также с другими социально-профессиональными группами: лицами свободных профессий, госслужащими/чиновниками, политиками, топ-менеджерами в промышленной и финансовой сфере. При сравнениях предпринимательство рассматривалось как вид профессиональной деятельности.

Сравнение данных авторского исследования с результатами международного исследования (2010 г.) и данными исследования России (2012 г.) позволило прийти к следующим выводам: в странах Евросоюза и США, в России и в част-

[2] Так как две крайние группы предпринимателей и руководителей, живущих от зарплаты до зарплаты, и тех, которые могут себе ни в чем не отказывать, статистически представлены мало, они не рассматривались.

ности в Пермском крае восприятие лиц свободных, творческих профессий (адвокат, художник и др.), а также индивидуальных и малых предпринимателей более благоприятное, чем восприятие других социально-профессиональных групп, а наименее благоприятно воспринимаются люди, занимающиеся политической деятельностью [8, 9]. При этом в России статус чиновников один из самых низких по сравнению с Западной Европой и США, где они пользуются большим общественным признанием. По данным исследования, посвященного социально-профессиональной идентификации предпринимателей, в Пермском крае также наряду с политической деятельностью негативно воспринимается и деятельность чиновников, что подтверждают и данные исследования Е.А. Лазуковой. Согласно этим данным оценка госслужбы чиновниками отличается от оценки ее населением, а «знакомство» с профессиональной группой госслужащих «изнутри» уменьшает негативные ассоциации с ней [10, с. 83].

Таким образом, оценка социального статуса предпринимательской деятельности достаточна благоприятная, по сравнению с политической и чиновничьей. При этом предприниматели и руководители оценивают свои статусные позиции немного ниже, чем специалисты, рабочие, служащие и студенты. В обществе социальный статус предпринимателя оценивается несколько ниже статуса руководителя. При этом оценки статусных характеристик руководителей более равномерные и выше, чем у предпринимателей, а оценки статусных характеристик предпринимателей менее однозначны: высоко оценивается материальное положение и низко оценивается уровень образования, степень правовой защиты и социальной защиты. Отметим, что сами предприниматели оценивают уровень образования выше, чем «другие» [11, с. 36]. Данные исследования показывают также, что на оценку социального статуса предпринимательской деятельности оказывают некоторое влияние стереотипы о предпринимателях 90-х годов, но поскольку студенты оценивают социально-статусные характеристики достаточно высоко, особенно значимость предпринимательской деятельности и престиж, то можно говорить о формировании нового стереотипа восприятия предпринимательства как престижной значимой деятельности для общества.

Список литературы

1. Stopping start-ups: how the business cycle affects entrepreneurship / Li Yu, P.F. Orazem, R.W. Jolly. – Iowa State University, 2009. – URL: https://docviewer.yandex.ru/?url=http%3A%2F%2Fageconsearch. umn.edu%2Fbitstream%2F54083%2F2%2paper_13086_09014.pdf&name=paper_13086_09014.pdf&lang=en&c=5718f5642a74&page=1(accessed 21 April 2016).

2. Численность занятых в сфере индивидуальной предпринимательской деятельности по субъектам Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/reform/# (дата обращения: 21.04.2016).

3. Показатели демографии организаций [Электронный ресурс]. – URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/reform/# (дата обращения: 21.04.2016).

4. Пермский край в цифрах. 2015: крат. стат. сб. / Территор. орган Федер. службы гос. статистики по Пермскому краю. – Пермь, 2015. – 186 с.

5. Социально-экономическое положение Пермского края. Январь-декабрь 2015 г. [Электронный ресурс]: докл. / Территор. орган Федер. службы гос. статистики по Пермскому краю. – Пермь, 2016. – URL: http://permstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/permstat/resources/3e3e9f004b7d0c3faf3efff3fcc8acff/доклад_ПК_1215.pdf (дата обращения: 21.04.2016).

6. Назаров Т. З. Социальная самоидентификация представителей малого бизнеса: дис. ... канд. социол. наук: 22.00.03. – Уфа, 2005. – 127 с.

7. Селеткова Г.И. Социально-профессиональная самоидентификация предпринимателей и руководителей // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 2 (часть 7). – С. 1537–1541.

8. General population survey “Entrepreneurship survey among the general population in the 27 Member States, the US, EFTA countries, Croatia, Turkey, Japan, South Korea and China” was conducted for the European Commission, DG Enterprise and Industry E/1: Entrepreneurship. – URL: http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_283_en.pdf (accessed 21 April 2016).

9. Инновационный и предпринимательский потенциал общества. Исследование Левада-центра по заказу ЦМИ [Электронный ресурс]. – URL: http://gtmarket.ru/files/news/5391/Innovative_and_Entrepreneurial_Potential_of_Russian_Society_January_2012.pdf (дата обращения: 21.04.2016).

10. Лазукова Е.А. Оценка государственной службы чиновниками и населением // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. – 2014. – № 1. – С. 77–84.

11. Селеткова Г.И. Оценка социального статуса предпринимателей и руководителей населением (на примере Пермского края) // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. – 2016. – № 1. – С. 29–37.

References

1. Yu Li, Orazem P.F., Jolly R.W. Stopping start-ups: how the business cycle affects entrepreneurship. Iowa State University, 2009. Available at: https://docviewer.yandex.ru/?url=http%3A%2F%2Fageconsearch.umn.edu%2Fbitstream%2F54083%2F2%2paper_13086_09014.pdf&name=paper_13086_09014.pdf&lang=en&c=5718f5642a74&page=1 (accessed 21 April 2016).

2. Chislennost' zaniatykh v sfere individual'noi predprinimatel'skoi deiatel'nosti po sub"ektam Rossiiskoi Federatsii [Number of individual entrepreneurs in the federal subjects of the Russian Federation]. Available at: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/ reform/# (accessed 21 April 2016).

3. Pokazateli demografii organizatsii [Indicators of organization demografy]. Available at: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/reform/# (accessed 21 April 2016).

4. Permskii krai v tsifrakh. 2015 [Statistics on Perm krai]. Perm, Territor. organ Feder. sluzhby gos. statistiki po Permskomu kraiu, 2015. 186 p.

5. Sotsial'no-ekonomicheskoe polozhenie Permskogo kraia. Ianvar'-dekabr' 2015 g. [Social-economic situation in Perm krai]. Perm, Territor. organ Feder. sluzhby gos. statistiki po Permskomu kraiu, 2016. Available at: http://permstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/permstat/resources/3e3e9f004b7d0c3faf3efff3fcc8acff/doklad_PK_1215.pdf (accessed 21 April 2016).

6. Nazarov T.Z. Sotsial'naia samoidentifikatsiia predstavitelei malogo biznesa [Social self-identification of small business owners]. Thesis of the Candidate of Sociology, Ufa, 2005. 127 p.

7. Seletkova G.I. Sotsial'no-professional'naia samoidentifikatsiia predprinimatelei i rukovoditelei [Social-professional self-identification of entrepreneurs and directors]. *Fundamental'nye issledovaniia*, 2015, no. 2 (part 7), pp. 1537–1541.

8. General population survey “Entrepreneurship survey among the general population in the 27 Member States, the US, EFTA countries, Croatia, Turkey, Japan, South Korea and China”, conducted for the European Commission, DG Enterprise and Industry E/1: Entrepreneurship. Available at: http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_283_en.pdf (accessed 21 April 2016).

9. Innovatsionnyi i predprinimatel'skii potentsial obshchestva [Innovative and entrepreneurial potential of the society]. Available at: http://gtmarket.ru/files/news/5391/Innovative_and_Entrepreneurial_Potential_of_Russian_Society_January_2012.pdf (accessed 21 April 2016).

10. Lazukova E.A. Otsenka gosudarstvennoi sluzhby chinovnikami i naseleniem [Assessment of public service by officials and population]. *Vestnik Permskogo natsional'nogo issledovatel'skogo politekhnicheskogo universiteta. Sotsial'no-ekonomicheskie nauki*, 2014, no. 1, pp. 77–84.

11. Seletkova G.I. Otsenka sotsial'nogo statusa predprinimatelei i rukovoditelei naseleniem (na primere Permskogo kraia) [Assessment of social status of entrepreneurs and directors by population (the case of Perm krai). *Vestnik Permskogo natsional'nogo issledovatel'skogo politekhnicheskogo universiteta. Sotsial'no-ekonomicheskie nauki*, 2016, no. 1, pp. 29–37.

Получено 06.05.2016

G.I. Seletkova, E.A. Lazukova

SOCIOLOGICAL ANALYSIS OF ENTREPRENEURS' AND MANAGERS' SOCIAL STATUS (BY THE EXAMPLE OF PERM KRAI)

The article presents the analysis of entrepreneurs' social status, its evaluation by managers and entrepreneurs, and the attitude of the population of the Perm region to entrepreneurs' and managers' social status. Managerial activity is compared to other activities, such as political, bureaucratic and free-lance ones. The article claims the influence of gender, employment history and financial standing upon the entrepreneurs and managers' social status self-esteem. It is highlighted that entrepreneurs' social status is assessed relatively lower in comparison with the managers' one. At the same time, the managers' status characteristics assessment appears to be higher and more even than the characteristics of the entrepreneurs. The entrepreneurs' status characteristics are less definite, as their financial standing is rated higher than their level of education, social and legal protection. The article also brings forward the entrepreneurs' social status ranking comparison at both international and local levels.

Keywords: *socio-professional identification, social status, business, entrepreneurship, manager, official, prestige.*

Seletkova Gyuzel Ilyasovna – Postgraduate Student, Assistant Lecturer, Dept. of Social and Political Sciences, Perm National Research Polytechnic University, e-mail: guzal.ka@mail.ru.

Lazukova Evgeniya Andreevna – Senior Lecturer, Dept. of Social and Political Sciences, Perm National Research Polytechnic University, e-mail: e.las@mail.ru.