



ЦЕНТР МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Январь 2012

Инновационный и предпринимательский потенциал общества

Обследование Левада Центра по заказу ЦМИ

Оглавление

Краткие выводы	3
Инновационный и предпринимательский потенциал общества .	5
Отношение к предпринимательству в России и в мире.	6
Частное предпринимательство и общество.	6
Склонность к инновационному поведению	11
Привлекательность предпринимательской деятельности, возможности «входа» в этот сектор экономики.....	14
Восприятие неудачного предпринимательского опыта.	22
Российские особенности восприятия частного предпринимательства и потенциал инновационного развития.	24
Субъективные оценки предпринимательского потенциала	24
Субъективные оценки востребованности обществом инновационного потенциала	28
Склонность к предпринимательству в России	37
Общественная значимость предпринимательства.	45
Приложение. Описание выборки исследования.....	49

Краткие выводы

В настоящее время произошло восстановление потерь в уровне жизни населения страны в результате последнего кризиса, купирование сиюминутных социальных страхов и опасений, связанных в первую очередь с положением на рынке труда. С другой стороны, в обществе нарастает чувство неопределенности относительно будущего. Сложившаяся ситуация вновь актуализировала поиск ресурсов инновационного развития, в частности, изучение объемов и перспектив наращивания человеческого капитала, соответствующего задачам модернизации. В рамках проведенного опроса исследование данной проблематики было сосредоточено на анализе социальных ресурсов предпринимательской деятельности в России.

Результаты показали, что наряду с весьма благоприятной самооценкой личной инициативности, российские жители дают куда менее радужную ценностную характеристику российской действительности. Высокие оценки собственной индивидуальности, самостоятельности, усердия и независимости наталкиваются на слабую уверенность в востребованности этих качеств и их пригодности для достижения жизненного успеха.

В российском обществе сейчас бесконфликтно сосуществуют современные и архаичные социальные механизмы, правила взаимодействия. Первые в большей степени имеют характер идеальных пожеланий, редко востребованных в реальной практике (поскольку господствует убеждение в их неработоспособности), тогда как вторые являются общепринятой, базовой нормой организации жизни. Современные ценности носят характер «дополнительных» условий (желательных, позволяющих улучшить позиции), которые, однако, не действуют вне системы архаичных, сословных по своей природе каналов личных знакомств и связей.

Ценностные ориентации и качественные характеристики человеческого капитала, необходимые для модернизационного развития страны, присутствуют в российском обществе, но они не ориентированы на практическое использование, не являются регулятором повседневных практик. Более того, они часто служат лишь декорацией, камуфляжем для распространения и дальнейшего закрепления архаичных, сословных механизмов и связанных с ним ценностей личной зависимости и неформальных правил.

Сегодняшний характер сосуществования современных и архаичных механизмов социального регулирования способствует консервации сложившихся структур. Это и есть сильнейший тормоз инновационного, модернизационного развития, поскольку ограничивает многообразие форм социального взаимодействия, препятствует развитию универсалистских регулирующих принципов, одновременно поддерживая видимость высокой ценности современных принципов в субъективном восприятии людей.

Предпринимательский потенциал российского общества формально немногим меньше, чем в других странах, в том числе тех, которые находятся далеко впереди на пути модернизационного развития. Отличие состоит в том, что в российском обществе эти ценности «выучены», но не интернализированы, не восприняты, чаще всего не являются инструментом регулирования поведения.

Результаты сопоставлений российских и международных данных об оценках отдельных аспектов личного поведения и общественного восприятия предпринимательской деятельности показывают больше сходства, чем отличий. Расхождения в оценках могли бы быть значительнее, учитывая принципиальные несовпадения исторических траекторий. Имеющиеся несовпадения мнений свидетельствуют об ограниченном развитии рыночных принципов частнопредпринимательской деятельности и конкуренции в сегодняшней России, невысоком уровне комфортности бизнес среды.

Наибольшие отличия российского общества от европейского и, особенно, США, связаны с восприятием социальной цены риска. Относительно низкая склонность российского населения к рискованному предпринимательскому поведению дополняется более настороженным, негативным отношением к тем, кто потерпел неудачу. Такое отношение повышает субъективную цену риска, что отражается на оценках других сторон предпринимательской деятельности в России.

Тем не менее, примерно четверть городского населения России может быть определена как группа поддержки инновационного, предпринимательского потенциала. Это молодые, образованные, обеспеченные люди, многие из которых уже заняты частнопредпринимательской деятельностью. Однако их ценностные ориентации и жизненные практики регулируются теми же принципами, основанными на архаичных механизмах, что и у остальной части общества, т.е. они не являются носителями новых социальных регуляторов. Поэтому наращивание инновационного потенциала в будущем зависит не столько от активности этой группы, сколько от преобразования всей институциональной структуры, которое способствовало бы развитию современных ценностей и многообразию форм социально-экономической активности. В этом случае инновационная динамика может быть стремительной, поскольку в латентной форме необходимые ценностные структуры уже присутствуют в обществе.

Инновационный и предпринимательский потенциал общества

Обсуждения условий проведения модернизации и перехода к инновационной экономике в России продолжает быть актуальным уже не одно десятилетие. И только в последние годы начинает широко обсуждаться социокультурная проблематика такого перехода. Большинство таких исследований остается в рамках парадигмы определения *объема* человеческих ресурсов, обладающих потенциалом инновационного развития, выделение групп «носителей» модернизационных изменений и описания их основных социально-экономических характеристик. Такой подход продолжает технико-экономическую традицию определения инноваций, реализованную, например, в современной мировой практике в рамках «Руководство Осло» (Oslo Manual) – документе, подготовленном в 1992 г. Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), который содержит развернутое описание феномена инноваций. При этом неявно предполагается, что выявленные группы носителей инновационного потенциала в силу своей прогрессивности обладают потенциалом развития, и тем самым являются залогом инновационного развития страны.

Одним из направлений таких поисков являются исследования потенциала предпринимательской активности населения, поскольку предпринимательство рассматривается как один из основных движущих сил экономического и в целом общественного развития. Изучение социальных ресурсов предпринимательства основывается на оценке степени распространенности набора человеческих качеств, связанных с индивидуальной ответственностью, самостоятельностью, активной жизненной позицией, склонностью к состязательности и риску. Предполагается, что их наличие, степень распространенности и востребованности в обществе является определяющим или, по крайней мере, одним из важнейших условий инновационного развития (по крайней мере, с точки зрения человеческого капитала как одного из видов ресурсов).

Анализ предпринимательского потенциала является актуальной темой не только для России, а сопоставление отечественной ситуации с практикой других стран позволяет выйти за пределы исследования специфических особенностей развития частного бизнеса в стране, на протяжении значительного исторического периода практически не имевшей опыта легального частного предпринимательства. Поэтому мы начнем анализ со сравнений России с Европейскими странами и США.

Отношение к предпринимательству в России и в мире.

Международное исследование, проводимое Европейской комиссией в 27 странах ЕС, США, странах ЕФТА, Хорватии, Турции, Японии, Южной Кореи и Китае позволяет проследить сходства и различия между Россией и большинством ведущих стран мира по основным проблемам, связанным с влиянием «человеческого фактора» на развитие предпринимательства:

- Отношением населения к предпринимательской деятельности;
- Склонности к конкурентному и рискованному поведению;
- Возможности и привлекательности «входа» в этот сектор экономики;
- Восприятием неудачного предпринимательского опыта.

В ходе опроса российского городского населения были повторены вопросы данного международного исследования. При сопоставлении данных нужно не забывать, что российские результаты отражают мнение относительно «продвинутой» части общества, поскольку наиболее консервативные и хуже всего обеспеченные экономическими и социальными ресурсами группы сосредоточены в сельских поселениях и в малых городах (численностью менее 20 тыс. жителей), которые не были включены в выборку российского исследования.

Для сопоставительного анализа были рассчитаны индексы по международной методике на основе данных российского опроса (см. врезка 1).

Частное предпринимательство и общество.

Характер восприятия в обществе предпринимательства и предпринимателей определяет ценностно-культурную поддержку, степень комфортности социальной среды для развития бизнеса. Отношение населения к этому виду деятельности рассматривалось в рамках международных исследований в двух аспектах:

- оценка роли предпринимателей в экономической и общественной жизни страны (позитивной и/или негативной роли предпринимателей в обществе) и
- оценка общественного статуса предпринимателя, характер восприятия образа частного предпринимателя, уровень престижа.

Врезка 1 Международное исследование предпринимательства. Методические пояснения

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" (No 283) was conducted for the European Commission, DG Enterprise and Industry E/1: Entrepreneurship. http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/eurobarometer/fl283_en.pdf

В каждой стране выборка репрезентирует городское и сельское население в возрасте от 15 лет и старше. В большинстве стран опрос проводился методом телефонного интервью. В Болгарии, Чехии, Эстонии, Латвии, Литвы, Венгрии, Польши, Румынии, Словакии проводились как телефонные, так и личные интервью (примерно 70% к 30%).

Интервью проводились в период с 10 декабря 2009 по 16 января 2010.

	Число респондентов	Стандартная ошибка
США	1000	3,0
ЕС27		
Германия	1000	3,0
Испания	1000	3,0
Франция	1000	3,0
Португалия	1000	3,0
Чехия	1000	3,0
Венгрия	1000	3,0
Польша	1000	3,0
Литва (LT)	500	4,5
Латвия (LV)	500	4,5
Эстония	500	4,5
Болгария	500	4,5

Для анализа отношения населения к проблемам предпринимательства на основе полученных в ходе опросов ответов респондентов рассчитывались индексы. Область изменения индексов – от 0 до 100.

Процедура построения индексов:

По шкале: «полностью согласен»; «скорее, согласен»; «скорее, не согласен»; «полностью не согласен» индекс строится как:

Индекс... = («полностью согласен» + 0,67* «скорее, согласен» + 0,33* «скорее, не согласен») / («полностью согласен» + «скорее, согласен» + «скорее, не согласен» + «полностью не согласен») * 100

По шкале: «скорее, положительное», «нейтральное», «скорее, отрицательное» индекс строится как:

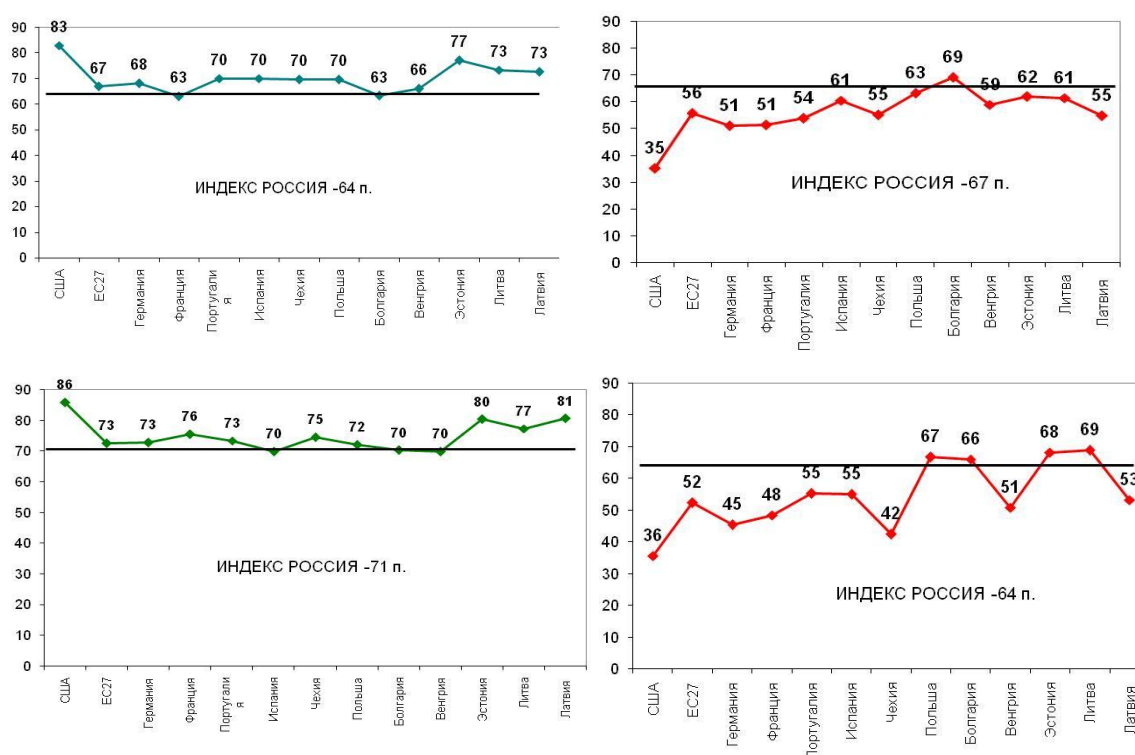
Индекс... = («скорее положительное» + 0,5* «нейтральное») / («скорее положительное» + «нейтральное» + «скорее отрицательное») * 100

По шкале: «полностью одобрили», «скорее, одобрили», «скорее, не одобрили», «полностью не одобрили» индекс строится как:

Индекс... = («полностью одобрили» + 0,67* «скорее, одобрили» + 0,33* «скорее, не одобрили») / («полностью одобрили» + «скорее, одобрили» + «скорее, не одобрили» + «полностью не одобрили») * 100

В России довольно значительная часть опрошенных соглашается, что есть положительное влияние деятельности предпринимателей на социально-экономическую жизнь: восемь из десяти опрошенных согласны, что «для общества польза и выигрыш от того, что предприниматели создают новые продукты и услуги», и 70% согласны, что предприниматели создают «новые рабочие места». Однако в России индексы положительного влияния предпринимателей («создают новые рабочие места», «создают новые товары и услуги на пользу всем») оказываются ниже, чем в большинстве стран как Западной, так и Центральной Восточной Европы (ЦВЕ), и значительно ниже, чем в США (см. Рис. 1). Одновременно россияне гораздо чаще отмечают негативную роль предпринимателей. Индексы согласия с утверждениями, что «предприниматели думают только о своих кошельках» и «предприниматели эксплуатируют других» в России относительно высокие. По соседству на шкале расположились индексы ряда стран ЦВЕ, что указывает, очевидно, на влияние общего советского прошлого, классовой идеологии, которая в Восточной Европе имела более слабые корни, и, соответственно, оставило более «сглаженное» влияние. У жителей стран Западной Европы и США наиболее «терпимый» тон суждений. Среди европейцев не более половины согласны с утверждением, «что предприниматели эксплуатируют других, используют результаты труда других», в России таких ответов две трети.

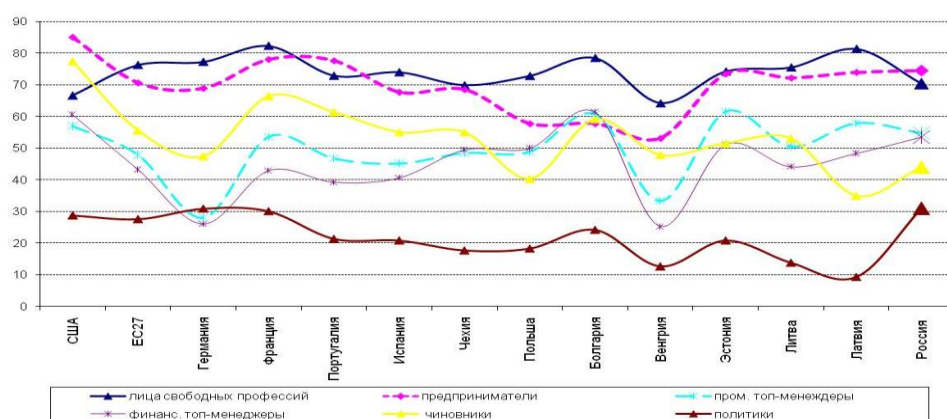
Рис. 1. Общественная роль предпринимателей (Значения индексов, горизонтальная черта – индекс для России)



Для оценки значимости и общественного признания частнопредпринимательской деятельности социальный статус частного предпринимателя сравнивался с рядом других массовых социально-профессиональных групп – лицами свободных профессий, госслужащими/чиновниками, политиками, топ менеджерами в промышленной и финансовой сфере. В этих сопоставлениях рассматривались только мелкие и средние частные предприниматели, что позволяет учитывать не столько отношение населения к частной собственности, а концентрирует внимание на предпринимательстве как виде профессиональной деятельности, и дает оценку степени его общественного одобрения.

Международные сопоставления показывают, что иерархия общественных статусов в России во многом соответствует сложившимся в других странах стандартам (в рамках предложенного списка). Во всех странах наиболее благоприятное восприятие гарантировано предпринимательству и свободным, творческим профессиям, а наименее – политической деятельности. В России, как и в странах Евросоюза и в США, социальные рейтинги индивидуальных, малых предпринимателей и представителей свободных профессий оказываются выше других социально-профессиональных групп (Рис. 2). Доля одобрительных высказываний об индивидуальных и малых предпринимателях в России оказалось даже больше, чем в большинстве стран Евросоюза. Меньше всего положительных оценок у этой группы предпринимателей набирается в странах Восточной Европы и Балтии. Также в России чаще, чем в странах Евросоюза, выражают положительное отношение к топ-менеджерам крупного промышленного бизнеса и менеджерам банков и финансовых учреждений (рейтинг этих групп в России - 55 п.п. и 53 п.п. соответственно, по Евросоюзу – 48 п.п. и 43 п.п.). В Германии, Испании, Португалии, Венгрии рейтинг топ менеджеров наиболее низкий.

Рис. 2. Иерархия социального одобрения основных социально-профессиональных групп в различных странах (Значения индексов, горизонтальная черта – индекс для России)



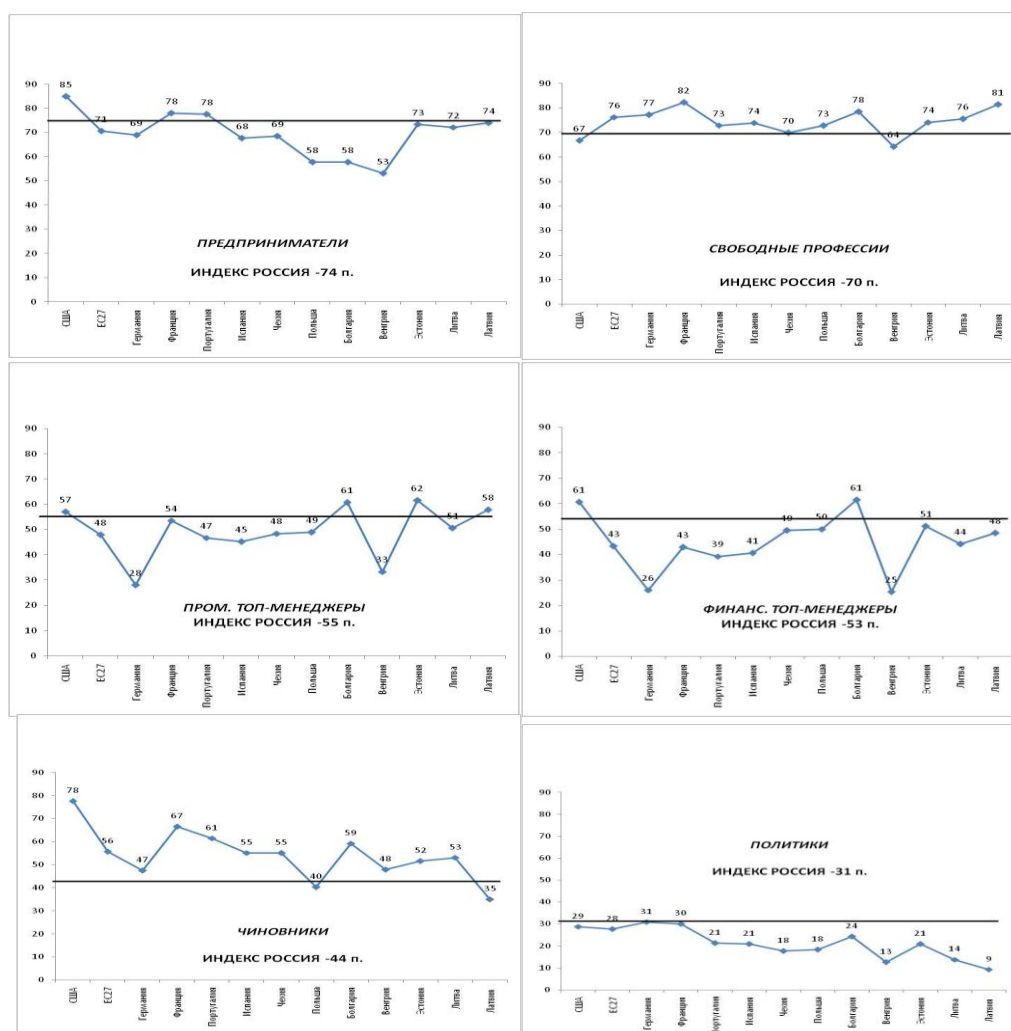
Основное отличие России от других стран связано с отношением к госслужащим: в России статус чиновников – один из самых низких, в то время как в Западной Европе и США они пользуются заметно **большим** общественным признанием (см. Рис. 2). Российские респонденты выражали свое «положительное отношение» к государственным служащим гораздо реже, чем во многих странах Евросоюза, тем более в США. Забегая вперед, отметим, что в России низкие социальные рейтинги государственных служащих, демонстрирующие недоверие к чиновникам, коррелируют с высокими индексами, измеряющими административные барьеры при организации собственного дела. В США, в странах Западной Европы государственные чиновники «завоевывают» большее доверие, социальное уважение, имеют более высокий социальный рейтинг (78 п.п. и 56 п.п. соответственно), чем менеджеры крупного промышленного бизнеса (57 п.п. и 48 п.п. соответственно). Напротив, в России и, например, в Польше, в Латвии, в Эстонии к чиновникам негативное отношение выражали чаще, чем к представителям крупного бизнеса (По России рейтинг чиновников 44 п.п., рейтинг топ-менеджеров промышленных компаний – 55 п.п.).

Среди городского населения России (напомним, в среднем более «прогрессивного») отношение к предпринимателям лучше, чем в странах ЦВЕ, но заметно хуже, чем в США. Также в России более сдержанное отношение к людям свободных профессий (художникам, декораторам, адвокатам, нотариусам и т.п.), чем практически во всех других европейских странах и США. И относительно хуже всего российские жители воспринимают госслужащих (см. рис. 3).

Есть, однако, две профессиональные группы, которые российскими городскими жителями оцениваются более благоприятно, чем европейцами и американцами. Это «воротилы» крупного бизнеса (топ менеджеры промышленных и финансовых корпораций), которые в большинстве других стран (кроме, в порядке убывания степени различий, Эстонии, Болгарии, Литвы и США) оцениваются хуже, чем в России. С другой стороны, профессиональные политики - наименее одобряемая во всех странах группа, в России пользуется относительно **большой** благосклонностью. Думается, что более терпимое, чем в других странах, отношение российского населения к руководству бизнеса и руководству страны является дальним отголоском патерналистских настроений, укорененных в массовом сознании, которые заставляют (при всем недовольстве) с почтением и страхом относиться к власти предержащим. Это приводит, в частности, к тому, что в России не

получила поддержки международная акция «оссипу Wallst.»¹, а также в политической апатии большинства населения. Российская специфика рейтингов одобрения различных социально-профессиональных групп будет рассмотрена далее.

Рис. 3. Уровень социального одобрения (Значения индексов, горизонтальная черта – индекс для России)



Склонность к инновационному поведению

Потенциал развития предпринимательского слоя на индивидуальном уровне определяется распространенностью «предпринимательских» качеств (то есть личных качеств, которые формируют «предпринимательский» дух, без которых вряд ли возможно обращение к идеи создания своего дела, бизнеса). В списке таких качеств на первом месте стоит склонность к риску (то есть тот уровень риска, который человек готов нести в своей жизни), конкуренции, состязательности, степень изобретательности. Важной

¹ Вместе с тем, 50% взрослого российского населения заявляет о поддержке участников акции «Захвати Уолл-стрит» и только четверть – не поддерживает (данные опроса городского и сельского населения России, проведенного Левада-Центром в ноябре 2011 г.).

характеристикой также признается независимость, готовность к активным действиям, отстаиванию своих позиций, уверенность в собственных силах и оптимизм.

По очевидным причинам содержательный анализ субъективных самооценок респондентов по подобным параметрам имеет смысл только при сопоставительном анализе, при возможности «калибровки» полученных данных относительно заданных извне точек отсчета. Именно такую возможность предоставляют в данном случае международные сопоставления.

Сравнения показывают, что российские городские жители реже склонны к рискованному поведению, состязательности. Среди россиян индексы восприятия риска («как правило, я готов(а) рисковать») ниже, чем среди жителей Западной Европы и среди американцев (рис. 4). Значения индекса состязательности («мне нравятся ситуации, в которых я мог(ла) бы соревноваться, состязаться с другими») у россиян близки к среднеевропейскому, но оказываются значительно ниже американского.

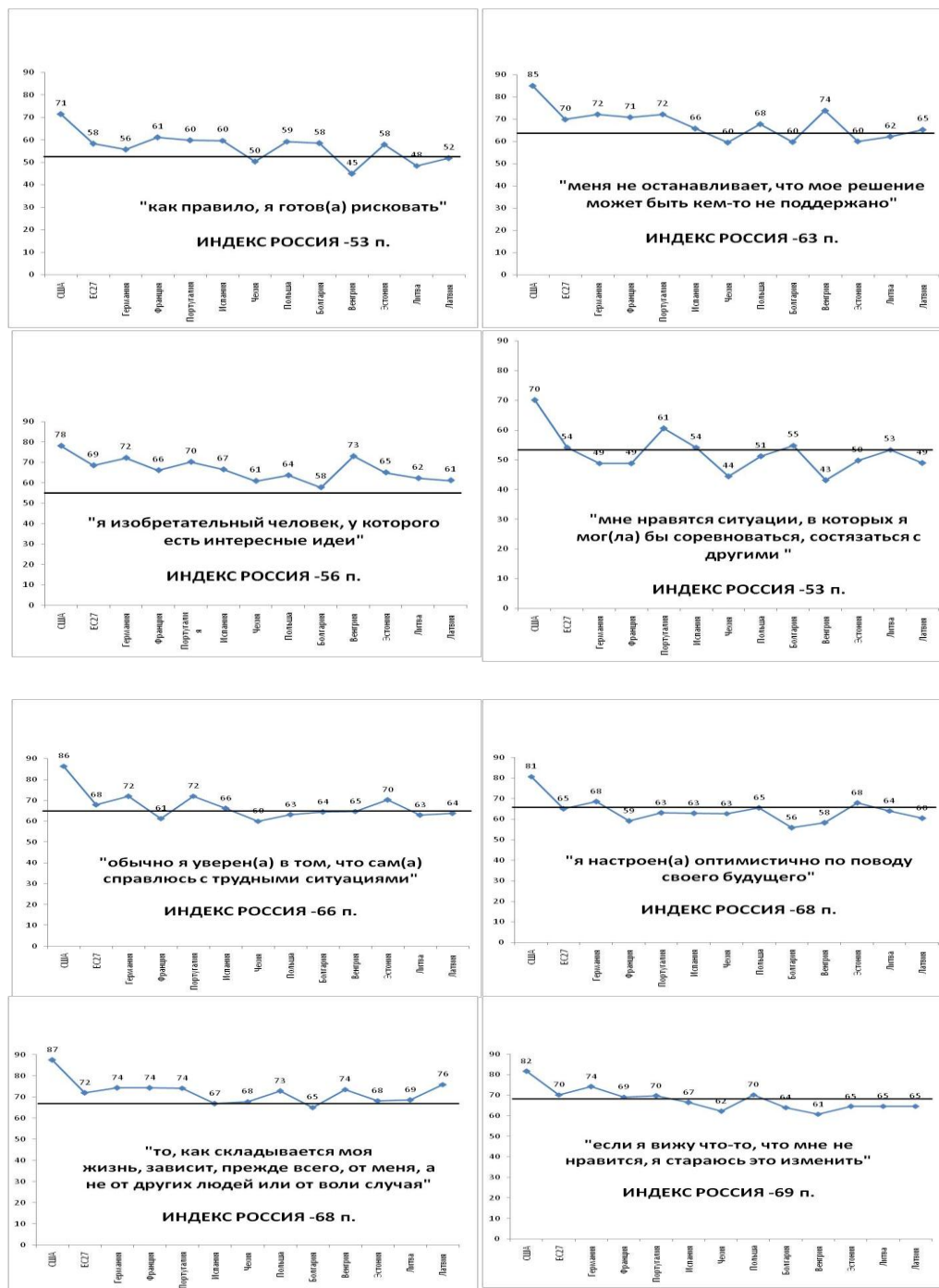
Менее склонны россияне и отстаивать свою точку зрения, идеи, в том случае, если они не поддерживаются другими. В России относительно низок индекс готовности идти против мнения других, отстаивая свою идею («меня не останавливает, что мое мнение может быть кем-то не поддержано»). Вместе с тем, индекс согласия с суждением «если мне что-то не нравится, то я стараюсь это изменить» среди россиян примерно соответствует среднеевропейскому уровню. Если россияне и склонны что-либо менять, то скорее не в явной, открытой форме, а, по возможности, уклоняясь от противостояния мнению других и конкуренции. Таким образом, в сравнении с представителями большинства европейских стран и американцами, россияне склонны избегать риска, не стремятся находиться (и чувствуют себя некомфортно) в соревновательной среде, напротив, больше склонны к конформизму.

Кроме того, значение индекса изобретательности в России оказалось минимальным, максимальное же значение отмечается в США.

У россиянина менее активная жизненная позиция при декларативно высокой адаптивности («уверенности, что справится с трудными ситуациями»). Индекс уверенности справиться с трудными ситуациями («обычно я уверен(а) в том, что сам(а) справлюсь с трудной ситуацией») в России составляет 66 п.п., в странах Евросоюза - 68 п.п. Индекс самостоятельности («то, как складывается жизнь зависит, прежде всего, от самого меня») в России ниже (68 п.п.) среднеевропейского (72 п.п.) и американского (87 п.п.)

уровня. Другими словами, россиянам в наименьшей степени присущи уверенность в собственных силах и склонность брать на себя ответственность за собственную судьбу.

Рис. 4. Оценки инновационных личностных качеств (Значения индексов, горизонтальная черта – индекс для России)

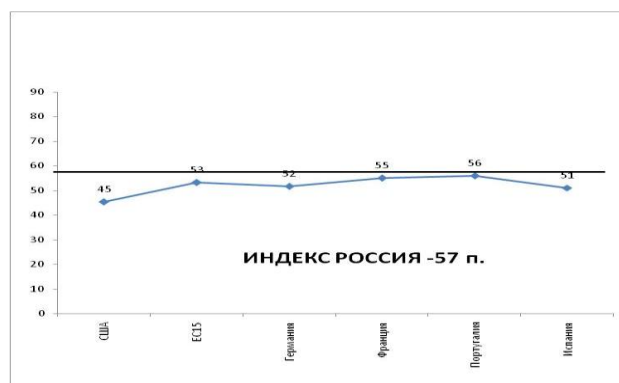


Частное предпринимательство рассматривается большинством людей как весьма сложный вид экономической деятельности, что наряду с уважением к нему (выраженному в высокой степени социального одобрения), формирует также чувство принципиальной недостижимости, недоступности этого социального статуса. Это осознается как проблема

наличия или отсутствия специфических качеств, независимых от индивидуальных усилий человека, формулируется как утверждение «предпринимательству научиться нельзя, предпринимателем надо родиться». В России такое мнение высказывают чаще, чем в западноевропейских странах и в США (см. рис. 5). Индекс согласия по этому утверждению в России - 57 п.п., для сравнения в странах Западной Европы (ЕС15, 2001) - 53 п.п.. Реже всего согласны с этим утверждением американцы (здесь доля считающих, что предпринимателями не рождаются, а становятся, даже больше доли придерживающихся противоположного мнения).

Степень согласия (точнее не согласия) с утверждением о «богоданности» предпринимательских способностей является критерием развития частнопредпринимательской инициативы в сознании населения страны, в установках людей, поскольку, как и в других странах, в России распространённость такой точки зрения ниже в среде предпринимателей, которые на собственном опыте могли оценить относительную значимость личных усилий и внешних, независящих от человека обстоятельств.

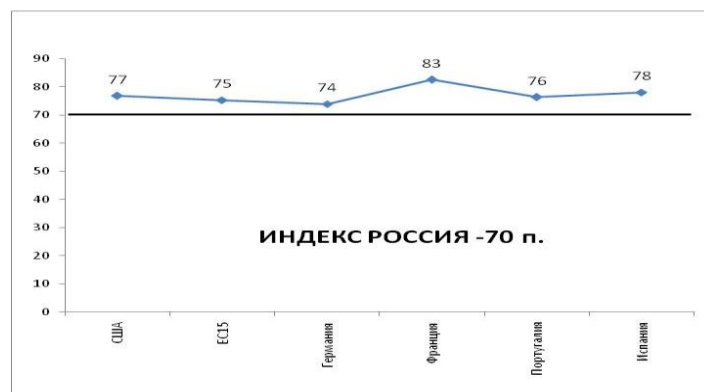
Рис. 5. Индекс согласия с утверждением «предпринимательству научиться нельзя» (горизонтальная черта – индекс для России)



Привлекательность предпринимательской деятельности, возможности «входа» в этот сектор экономики

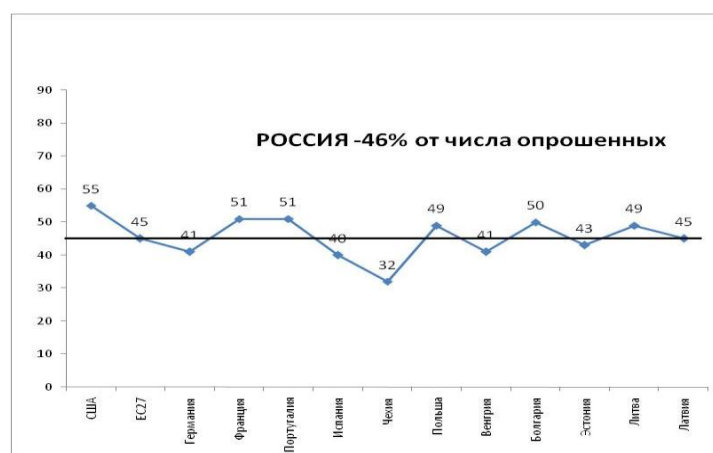
В России, как и в других странах, прочно укоренен положительный образ предпринимателя, создающего свое небольшое дело. Такое отношение к мелкому частному бизнесу фиксируется в России с самых первых, еще всесоюзных, массовых опросов населения. В нынешнем исследовании три четверти опрошенных согласились, что организация собственного дела представляется хорошей карьерой и социальной реализацией для человека в нашей стране, что немногим ниже, чем в других странах(рис.6).

Рис. 6. Одобрение предпринимательской деятельности (согласие с утверждением «одобрили бы Вы выбор Ваших детей заняться предпринимательством?») (Значения индексов, горизонтальная черта – индекс для России)



Однако осознаваемые населением трудности реализации такой жизненной траектории выражаются в снижении уровня поддержки по мере конкретизации выбора. Уже только 64% опрошенных одобрили бы, если бы их дети решили заниматься предпринимательством или индивидуальной трудовой деятельностью. А если говорить о личных предпочтениях, личном выборе респондентов, то выбрали бы самозанятость или предпринимательство 46% опрошенных (против 46% тех, что выбрал бы работу по найму). Такой выбор в среднем соответствует распределению мнений в большинстве европейских стран (см. Рис. 7). В большинстве стран Евросоюза число выбирающих самозанятость, частный бизнес оказывается меньше тех, кто хотел бы быть наемным работником. В США, напротив, чаще предпочитают предпринимательство, частный бизнес.

Рис. 7. Личный выбор предпринимательской деятельности (% опрошенных, предпочитающих заниматься бизнесом, горизонтальная черта – данные по России)



В России, как и в большинстве европейских стран, выбор в пользу самозанятости и предпринимательства часто обусловлен ожиданиями самореализации, независимости, большей возможности выбора (Табл. 1): 66% опрошенных привлекает «личная

независимость, самореализация, интересные задачи, 37% - «свобода выбора места и времени работы», (28%) - «получение статуса, возможностей, связанных с бизнесом». В странах Западной Европы меньше доля «вынужденных» предпочтений заниматься предпринимательством, напротив, в странах Восточной Европы, особенно в России (более 60%) экономические мотивы («перспектива более высоких доходов», «больше возможности обеспечить себя в старости») звучат чаще, то есть весомее доля тех, кто хотел бы занятием бизнесом «по необходимости».

Практически половина респондентов в России отдает предпочтение наемному труду (Табл. 2) Мотивы выбора работы по найму различны. Условно их можно разделить на две группы. Во-первых, это «положительные» причины, описывающие привлекательные стороны наемного труда, - гарантированный и стабильный доход, социальное обеспечение. Вторую группу образуют, условно говоря, отрицательные причины, факторы «негативного отбора», когда предпочтение работы по найму происходит потому, что желание заниматься индивидуальной, предпринимательской деятельностью ограничивается дефицитом доступных финансовых ресурсов, административными барьерами, недостатком навыков и информации.

Каким оказалось соотношение этих мотивов в России? Чаще предпочтения работы по найму связывают с выбором текущих и будущих выгод (привлекает регулярный доход, стабильная занятость, наличие социальных и пенсионных гарантий). В странах Западной Европы также предпочтение в пользу работы по найму обусловлено наличием стабильных, регулярных доходов, фиксированной занятостью и наличием социального и пенсионного страхования.

Но в России и в странах бывшего восточного лагеря (например, в Венгрии, Польше, Чехии, Эстонии, Литве, Латвии) несколько чаще, чем в странах Западной Европы, встречался «вынужденный» выбор работы по найму - в связи с дефицитом финансовых ресурсов, недостатком предпринимательских знаний, навыков, информации, сложными административными правилами. Но все же сделавшие «вынужденный» выбор оказываются в меньшинстве по сравнению с «добровольным» (по экономическому выигрышу) выбором.

Табл. 1. Мотивы выбора самозанятости/организации своего бизнеса (% от числа предпочитающих стать самозанятым, создать свой бизнес)

	США	ЕС15	Германия	Франция	Португалия	Испания	нов.гос. ЕС	Чехия	Польша	Венгрия	Эстония	Литва	Россия
личная независимость/самореализация/ интересные задачи	45	66	78	67	75	59	68	66	72	61	73	56	66
перспектива более высоких доходов	9	18	19	12	30	21	34	30	33	43	49	26	50
свобода в выборе места и времени работы, гибкий график работы	35	32	30	28	12	29	21	33	19	15	58	11	37
реализация возможностей, которые предоставляет свой бизнес, дело	4	7	6	3	21	10	11	20	8	13	28	5	28
чтобы избежать неопределенностей, связанных с работой по найму	2	3	5	1	3	1	6	11	4	9	10	9	11
члены семьи, друзья тоже находят работу/работают самостоятельно	2	2	2	2	2	2	3	6	2	2	9	1	5
недостаток привлекательных вариантов работы по найму	1	2	4	2	2	2	4	7	3	3	9	7	7
благоприятные экономические условия (бизнес-климат)	1	3	3	4	4	7	5	14	2	8	18	3	4

Табл. 2. Мотивы выбора наемного труда (% от числа предпочитающих быть наемным работником)

	США	ЕС15	Германия	Франция	Португалия	Испания	нов.гос. ЕС	Чехия	Польша	Венгрия	Эстония	Литва	Россия
регулярный доход и стабильная занятость	34	46	41	43	60	50	43	45	43	39	66	17	66
фиксированное рабочее время	12	19	20	13	19	27	20	29	16	18	38	8	-
наличие социального страхования, социального обеспечения, пенсионных прав	18	18	29	8	13	20	17	26	14	11	41	13	32
нехватка финансовых ресурсов для организации собственной занятости	6	5	8	4	9	8	12	12	11	15	25	10	15
нехватка навыков для организации собственной занятости	3	4	6	4	4	3	12	9	13	13	21	16	11
тяжесть принятия решения – трудно будет поменять решение на обратное, вернуться назад, трудно быть связанным бизнесом	26	7	8	10	2	4	8	15	5	9	6	22	5
недостаток/отсутствие бизнес-идей	1	3	4	2	10	3	8	11	8	8	21	6	7
из-за опасения, что при организации собственной работы столкнуться с бюрократизмом, волокитой, будут проблемы с властями	3	7	6	11	6	8	11	15	11	10	12	3	12
все мои родственники и знакомые работают по найму, большинство так работает	5	5	6	4	2	5	7	11	6	6	15	11	9
из-за страха юридических и социальных последствий в случае неудачи	1	6	9	5	6	12	8	11	7	7	11	3	7

Представления людей о барьерах и рисках начала своего дела, бизнеса важны не только с точки зрения оценки степени лояльности окружающей среды к предпринимательству, но и как отражение уровня готовности к личному выбору такой жизненной траектории.

Девять из десяти опрошенных согласны с тем, что в России «трудно начать свой бизнес из-за отсутствия доступной финансовой поддержки». Восемь из десяти считают, что трудности начала бизнеса связаны со сложными административными процедурами. Информационный дефицит гораздо реже рассматривается как препятствие: не более половины респондентов считают, что «трудно найти достаточную информацию о том, как организовать свой бизнес». Индексы, измеряющие финансовые, административные ограничения в России, оказываются одними из наиболее высоких даже среди стран ЦВЕ (см. Рис.9). Индекс финансовых ограничений в России составляет 84 п.п., в Евросоюзе – 74 п.п., в США – 77 п.п. Индекс административных ограничений составляет в России 76 п.п., в Евросоюзе – 69 п.п., в США – 64 п.п. Менее категоричные суждения об условиях предпринимательства в России у тех, у кого были удачные попытки начать бизнес в России, хотя и эта группа опрошенных сообщает о высоких административных барьерах и серьезном дефиците доступных финансовых ресурсов.

В России, наряду с доступом к финансовым ресурсами, необходимым условием начала предпринимательской деятельности являются связи с нужными людьми, включенность в деловые сети. Таково мнение большинства: в среднем 76% опрошенных согласны, что «бизнес можно создать, только если есть связи с нужными людьми во власти». Примерно столько же – 77%, считают необходимым иметь «связи в бизнесе», а ключевым навыком видится «умение договариваться и завязывать нужные связи» (по мнению 82%).

Успешный опыт предпринимательской деятельности приводит к некоторому пересмотру оценок условий ведения бизнеса в России. Значимость личных связей снижается, но в разной мере. Только примерно половина опрошенных городских российских граждан, имевших успешный предпринимательский опыт, согласны с тем, что для ведения дел необходимы связи во властных структурах (56%, по сравнению со средним – снижение оценок согласия на 27%), а 61% признают важность связей в бизнесе (т.е. уровень согласия снижается на 21% по сравнению со средним). Российские граждане, имевшие практический опыт предпринимательства, более всего ценят «умение договариваться, завязывать нужные знакомства». Так считают три четверти (74%) представителей этой группы, и мнение лишь на 10% реже распространено, чем в среднем среди населения. Личный опыт предпринимательства убеждает в высокой ценности «договороспособности» в целом, а не только применительно к отдельным сферам.

Рис. 8. Барьеры и ограничения, препятствующие началу предпринимательской деятельности (Значения индексов, горизонтальная черта – индекс для России)



Значимость основных «страхов», рисков ведения частнопредпринимательской деятельности во всех странах видится примерно схожим образом (см. Табл. 3) На первом месте стоят экономические риски (тяжесть материальных затрат, потерь, долгов), существенно ниже значимость психологических и социальных рисков (угроза дальнейшей карьере, психологические переживания от неудач). По совокупности ответов чаще всего называются «неопределенность, нестабильность доходов», «риски потери имущества», «угроза банкротства».

Табл. 3. Субъективные оценки рисков при организации бизнеса (% по столбцу, по каждой стране в первом столбце (I) – самый важный риск, по второму (II) – второй по важности)

	США		ЕС27		Германия		Франция		Португалия		Испания		Польша		Чехия		Болгария		Венгрия		Эстония		Литва		Россия	
	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II
Неопределенность, нестабильность своих доходов	26	21	22	19	16	17	17	19	22	28	18	16	34	19	29	15	24	15	44	17	28	15	14	12	25	13
Нестабильность (ненадежность) занятости	11	10	9	12	6	11	11	14	8	16	10	12	4	7	12	17	4	10	5	11	14	14	8	11	8	9
риск потери личной собственности, семейного имущества	11	18	18	20	26	25	17	16	16	19	27	25	15	19	15	16	17	21	17	21	18	21	23	21	23	18
необходимость потратить слишком много энергии и времени	14	10	8	7	10	6	10	9	2	4	6	6	8	6	10	11	9	7	8	7	10	7	6	3	5	8
вероятность серьезных переживаний от личной неудачи, провала	10	10	8	11	9	9	9	13	7	8	8	11	7	15	7	14	13	18	3	11	7	14	13	15	5	9
вероятность банкротства	24	17	28	23	30	21	33	22	33	22	26	25	25	25	24	22	24	22	18	30	14	24	29	33	18	19
затрудняюсь ответить	5	14	7	8	4	9	4	7	12	3	5	6	7	10	4	5	10	9	6	3	9	7	8	5	5	12

В России наиболее значимыми являются в равной степени риски нестабильных доходов и потери личного, семейного имущества. В Западной Европе, в США респонденты несколько иначе ранжировали риски, они чаще опасаются банкротства (то есть риск потери своего бизнеса, признания несостоятельности их деятельности) и реже - риска потери личного имущества. Эти различия отражают не столько суть страхов (в обоих случаях речь идет о потерях доходов и собственности), сколько уровень законодательного регулирования частнопредпринимательской деятельности в России и европейских странах, США, степень развитости института банкротства.

Восприятие неудачного предпринимательского опыта.

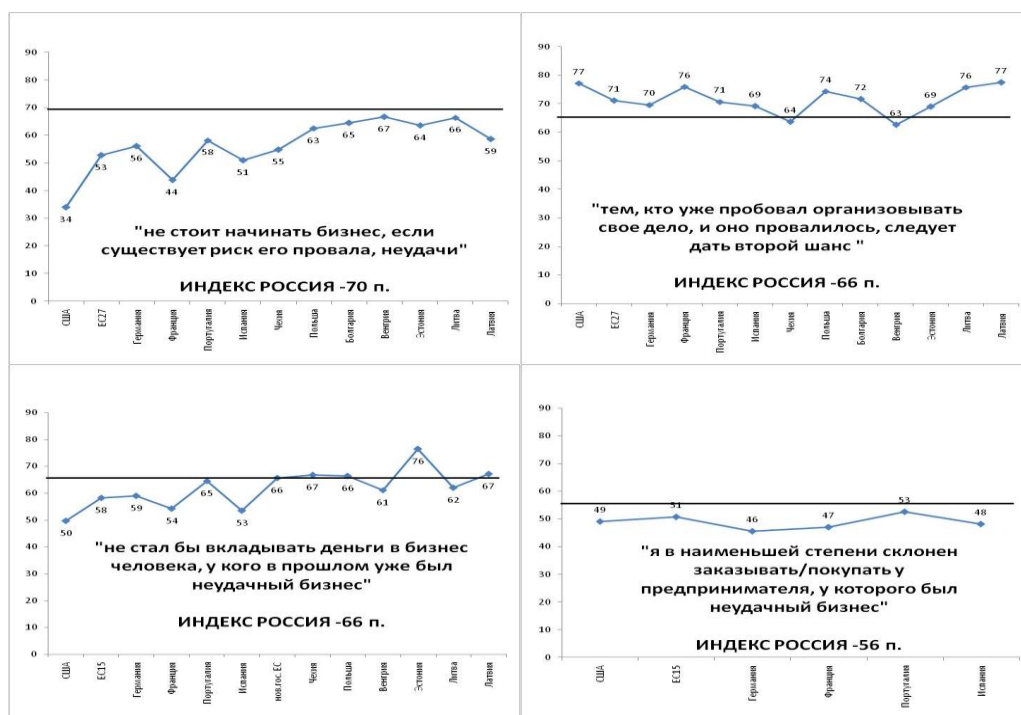
Важной, можно сказать конституирующей, особенностью предпринимательства является повышенный риск, что, наряду с уровнем ответственности и свободой, является основным мотивом выбора между частным бизнесом и наемный трудом как способом материального обеспечения жизнедеятельности. Степень готовности к рискованному поведению зависит от субъективной «цены» риска – чем выше цена, тем ниже склонность к риску. В свою очередь, цена риска предпринимательства определяется не только измеримыми прямыми материальными лишениями, упущенной выгодой и т.п. экономическими параметрами, но и социальными потерями, возможностями реабилитации и степенью социальной поддержки в случае провала, условиями общественной поддержки и коллективной солидарности. На бытовом уровне весь этот комплекс социальных смыслов объединяется понятием «права на ошибку», а также отношением к неудачам и неудачникам. Применительно к предпринимательству это выражается в гипотезе, согласно которой чем терпимее общество к потерям в бизнесе, чем более общество готово с пониманием и поддержкой относиться к тем, кто однажды потерпел неудачу, тем более благоприятной является общественная среда с точки зрения развития бизнеса. Такое «терпимое» отношение снижает субъективную цену риска и, тем самым, облегчается бремя «входа» на предпринимательскую стезю. Международные исследования подтверждают эту гипотезу, по крайней мере, в части наличия обратной зависимости между склонностью к рискованному поведению и готовностью дать неудачникам второй шанс.

Более низкая склонность российского населения к рискованному предпринимательскому поведению дополняется также относительно более

настороженным, отстраненным отношением к тем, кто когда-либо потерпел неудачу в бизнесе (см. Рис. 9). В России по сравнению с США, странами Западной Европы и почти всеми странами ЦВЕ, более высокий уровень индексов избегания риска (доля согласных с утверждением «не стоит начинать бизнес, если существует риск неудачи»). Одновременно в России ниже значения индекса возможности предоставления «второго шанса» потерпевшими неудачу в бизнесе («следует дать второй шанс тем, кто однажды потерпел неудачу»). Кроме того, в России относительно низкие индексы готовности вкладывать средства или потреблять продукты, создаваемые теми предпринимателями, кто хоть однажды потерпел провал в бизнесе.

Быть неудачником в России особенно фатально, наши соотечественники менее всего готовы предоставить кому-либо право на ошибку. Такое отношение повышает субъективную цену риска, что и отражается в оценках других сторон предпринимательской деятельности. Пожалуй, это наиболее значимое отличие России от других стран. Мнения россиян на сей счет особенно сильно отличаются от позиции жителей других стран.

Рис. 9. Отношение к неудачному предпринимательскому опыту (Значения индексов, горизонтальная черта – индекс для России)



Обобщая итоги сопоставлений российских и международных данных, следует

заключить, что наблюдаемые отличия в оценках и мнениях представляются не столь значительными, как можно было бы ожидать, учитывая принципиальные несовпадения исторических траекторий развития, а имеющиеся расхождения в оценках соответствуют характеристике России как страны еще только вступающей на путь развития рыночной экономики, основанной на преимущественном развитии частнопредпринимательской деятельности и конкуренции.

Российские особенности восприятия частного предпринимательства и потенциал инновационного развития.

Субъективные оценки предпринимательского потенциала

Данные проведенного исследования показывают, что российское городское население активного трудоспособного возраста не только весьма позитивно оценивает свои способности к самостоятельному, ответственному, состоятельному поведению и индивидуальные возможности обеспечения позитивной жизненной траектории, но и оказывается в этом смысле не слишком отличным от населения развитых стран. Три четверти опрошенных уверены в том, что они являются хозяевами своей судьбы и с трудными жизненными ситуациями могут справиться самостоятельно, оптимистично оценивают свое будущее и выражают готовность менять препятствующие обстоятельства, не менее половины заявляют о своей склонности к состоятельному поведению и готовности рисковать. Каждый третий-четвертый опрошенный сообщил о том, что считает себя успешным человеком и в целом доволен своей жизнью.

Статистическая проверка степени гомогенности данных респондентами характеристик поведенческих навыков показала, что отдельные их аспекты не индивидуализированы. Факторный анализ выделяет единственный фактор, объясняющий 45% дисперсии, все переменные входят в него с одинаковыми нагрузками, примерно равными 0,6 – 0,7. Представления об уровне самостоятельности, ответственности, уверенности в своих силах и творческом потенциале слиты в один смысловой комплекс, в рамках которого нет попыток со стороны респондента (т.е. носителя этих характеристик) инструментального вычленения отдельных составляющих, т.е. нет понимания самостоятельной значимости этих видов поведения, соответственно, можно предположить как минимум недостаточный уровень понимания механизмов их функционирования.

Ответственность, самостоятельность, креативное поведение, готовность к конкурентной ситуации и навыки ее решения – все эти свойства как бы объединяются в один смысловой комплекс, условно определяемый как «все хорошее», которым респонденты себя щедро наделяют. Это само по себе указывает на неинструментальный характер указанных характеристик с точки зрения респондента, т.е. отсутствие связи между этими суждениями и возможными моделями поведения. Именно этот тезис мы далее и будем тестировать.

С другой стороны, такое «склеивание» различных аспектов инновационного поведения позволяет перейти к более обобщенному анализу, объединив все эти характеристики в единый показатель, который показывает уровень поддержки ценностей, способствующих развитию предпринимательства в стране. Назовем этот показатель уровнем «инициативности». Он строится как сумма ответов на восемь личностных характеристик, которые респондент готов или не готов себе приписывать (см. Врезка 2). Далее, ответы объединяются в 2 группы:

- (1) инициативные – объединяет респондентов, ассоциирующих себя со всеми предложенными характеристиками,
- (2) не инициативные - включает всех, кто не готов приписать себе хотя бы одну из предлагаемых характеристик.

Врезка 2 Список личностных характеристик

1. *Как правило, я люблю рисковать*
2. *Обычно я уверен в том, что сам справлюсь с трудными ситуациями*
3. *То, как складывается моя жизнь, зависит, прежде всего, от меня*
4. *Если я вижу что-то, что мне не нравится, я стараюсь это изменить.*
5. *Меня не останавливает, что мое решение может быть кем-то не одобрено*
6. *Я изобретательный человек, у которого есть интересные идеи*
7. *Я настроен оптимистично по поводу своего будущего*
8. *Я люблю ситуации, в которых я мог бы соревноваться, состязаться с другими*

Примерно четверть опрошенных (23%) не были отнесены ни к тем ни к другим, поскольку затруднились дать ответ хотя бы на одно из восьми суждений.

Построенный показатель позволит отделить тех, кто склонен ассоциировать себя с людьми ответственными, самостоятельными, уверенными в собственном будущем, состязательными и склонными к риску, от людей менее инициативных, которые хотя

бы по одному из восьми признаков не оценивают себя положительно.

В результате в среднем оказалось, что 36% опрошенных причисляют себя к инициативным людям, а 41% - нет, в той или иной степени.

Самооценки инициативности в наибольшей степени дифференцированы по возрасту и материальному достатку, в меньшей степени зависят от образования, и практически не меняются у жителей разных по размеру городов. Среди обеспеченных людей в возрасте до 40 лет (группа «молодой высокодоходный сегмент» по сегментации УМС), а также просто среди молодежи в возрасте до 25 лет, преобладают те, кто склонен верить в собственную инициативность, в остальных категориях больше более скромных в своих самооценках людей.

Табл. 4 Социально-демографические характеристики «инициативных» и «неинициативных» групп опрошенных (% по столбцу)

	инициативные	неинициативные
Уровень образования		
Низкий	16	21
Средний	51	53
Высокий	33	26
Возраст		
18-24 года	26	114
25-39 лет	36	30
40-54 года	30	38
55-64 года	8	17
Тип городского поселения		
Москва	12	12
Города свыше 500 тыс. жителей	32	32
Города от 100тыс до 500 тыс. жителей	32	31
Города от 20тыс до 100 тыс. жителей	24	25
Потребительский статус		
не хватает на продукты	2	5
хватает только на продукты	12	21
хватает на продукты и одежду	45	51
можем приобретать ТДП	38	22
можем позволить дорогие покупки	3	0

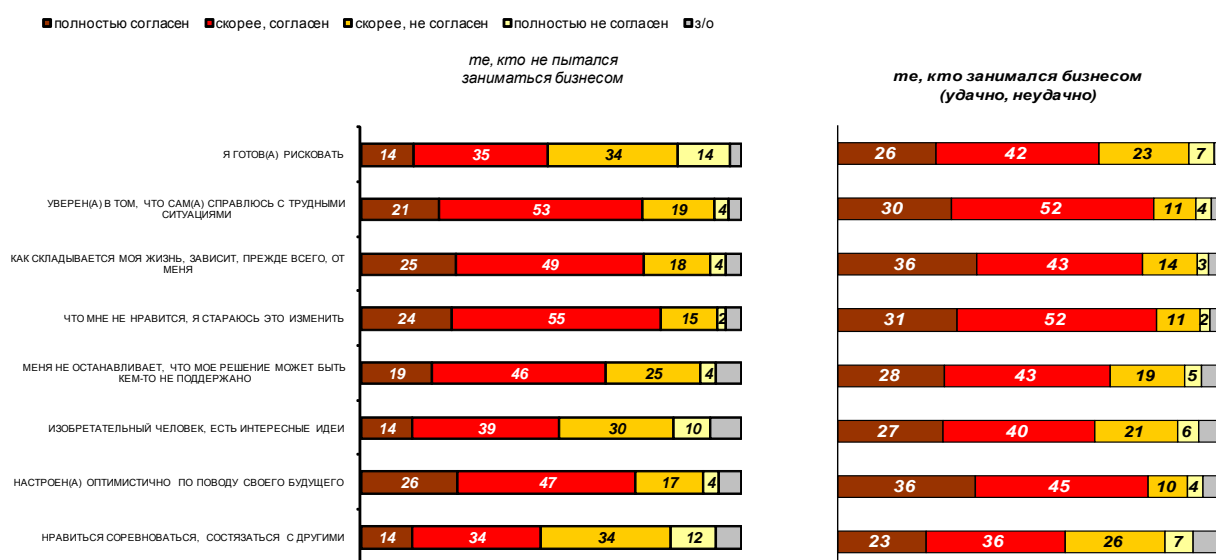
Оценки инициативности существенно выше средних у тех, кто имел опыт предпринимательской деятельности (см. рис. 10). В отличие от других (никогда не занимавшихся бизнесом), такие респонденты легче воспринимают риск (68% против

49%), их привлекает состоятельность (67% против 53%), они чаще уверены в том, что обладают новыми идеями (59% против 48%). Опыт предпринимательства и самозанятости способствует выработке более активной и независимой жизненной позиции. Такие люди чаще считают, что «жизнь в руках самого человека», готовы отстаивать свою идею против мнения других, «менять то, что их не устраивает». Эти личностные особенности чаще приписывают себе как те, кто имел удачный опыт предпринимательства, так и неудачники (см. табл. 5).

Табл. 5 Доля «инициативных» респондентов в зависимости от опыта предпринимательской деятельности (%)

Не было опыта предпринимательской деятельности	43
Был успешный опыт предпринимательской деятельности	67
Был частично успешный и частично неуспешный опыт предпринимательской деятельности	58
Был неуспешный опыт предпринимательской деятельности	51

Рис. 10. Различия в личностных качествах предпринимателей с удачным опытом и неудачным опытом ведения бизнеса.



Субъективные оценки востребованности обществом инновационного потенциала

Наряду с весьма благоприятной самооценкой личной инициативности, российские респонденты дают куда менее радужную ценностную характеристику российской действительности. Высокие оценки собственной индивидуальности, самостоятельности, усердия и независимости наталкиваются на слабую уверенность в востребованности этих качеств и их пригодности для достижения жизненного успеха. Опрошенные примерно поровну разделились на тех, кто рассчитывает на признание обществом индивидуальных усилий, профессионализма, и тех, кто считает эти качества непригодными для достижения успеха. Более того, преобладает мнение, что трудолюбие, готовность брать на себя ответственность, творческий потенциал не ценятся в современном российском обществе.

Одновременно респонденты солидарны в том, что вознаграждается, прежде всего, готовность подчиняться указаниям начальства, и даже наглость и бессовестность.

По аналогии с показателем инициативности, совокупно отражающим комплекс характеристик степени самостоятельности, ответственности и активности, «модерности» людей, был построен показатель субъективного восприятия характера социальной среды. Факторный анализ показал выделение двух факторов, в совокупности объясняющих 61% дисперсии, в т.ч. первый фактор – 45%, а второй – 16%.

При этом первый, самый значимый фактор объединяет, условно говоря, «позитивные» характеристики социальной среды (индивидуальность, личная ответственность, инициативность, профессионализм и креативность), которые оцениваются респондентами как «ненужные», не пользующиеся общественным признанием. Второй фактор, напротив, объединяет «отрицательные», не-модерные характеристики – готовность подчиняться и бессовестность, которые считаются широко востребованными. Соответственно, строятся показатели «модерности» и «не-модерности» социальной среды, которые объединяют переменные, составляющие первый и второй фактор соответственно.

Большинство респондентов склонны отрицательно оценивать степень востребованности в обществе модернаго типа поведения, однако чаще всего речь идет о «мягком», не категоричном суждении (выше доля выбирающих «скорее не

согласен», а не «полностью не согласен»). Поэтому по показателю «модерности» целесообразно выделение трех групп респондентов, которое предусматривает разделение наиболее массовой группы отрицательных оценок на две – категорическое отрицание и более мягкое, «неокончательное». В среднем 17% респондентов в той или иной степени оценивают социальный климат как благоприятствующий развитию личной инициативы и ответственности людей, практически столько же (16%) придерживаются категорически отрицательной позиции, а самая массовая группа (45%) состоит из тех, кто пока только склоняется к отрицательной позиции, но не категоричен. Таким образом, большинство (61%) опрошенных полагают, что «модерные» ценности не востребованы в обществе, а личные усилия и ответственное, самостоятельное поведение не вознаграждаются, соответственно, не работает меритократическая модель (или работает плохо).

Распределение мнений по «не-модерной» переменной подтверждает этот вывод: 53% согласны с тем, что в обществе вознаграждается готовность подчиняться, наглость и бессовестность, не согласны с эти 33%.

Однако представляется, что более важно другое. Модерные и не-модерные ценности как бы дополняют друг друга, сосуществуют, между ними нет конфликта. Это выражается в том, что распределение мнений о востребованности современных практик мало зависит от субъективной ценности не-модерного поведения и наоборот. Даже в случае согласия с тем, что индивидуальные усилия, ответственность и т.п. вознаграждаются, одновременно преобладает мнение о несомненной практической пользе подчинения начальству, наглости и бессовестности (см. Табл. 6).

Формально статистически это выражается, в частности, в низком уровне отрицательной корреляции между этими двумя переменными ($R = -0.084$, уровень значимости 0.01).

Табл. 6 Распределение мнений о признании обществом не-модерных ценностей по группам мнений о признании современных ценностей (% по строке)

Модерные ценности	не-модерные ценности	
	Признаются обществом	Не признаются обществом
Признаются обществом	52	48
Скорее не признаются обществом	59	41
Не признаются обществом	69	31

Распределение мнений о ценности различного типа личных усилий для достижения успеха показывает, что велика доля «фаталистов», т.е. уверенных в том, что в современном российском обществе не вознаграждаются ни современные, ни не-модерные личные усилия и ценности (см. табл. 6). Примерно треть (31%) считают, что ни один из предложенных в списке способов приложения личных усилий для социального продвижения не приведет к успеху, не будет вознагражден. Рассмотрим этот аспект подробнее.

Специфический симбиоз современных и до-модерных ценностей еще более выпукло виден на примере анализа структуры представлений о механизмах социального продвижения. В иерархии траекторий социальной мобильности успешно сосуществуют две наиболее распространенные – «деловитость, энергичность» (как личное качество, которое может быть отнесено условно к современному типу) и «наличие связей» (что указывает на сословный, до-модерный характер общества, социальной иерархии).

Обе эти характеристики в среднем набрали максимальное и практически равное число сторонников (50% и 53% соответственно), оставив остальные механизмы социальной мобильности далеко позади. Важно при этом, что они не взаимоисключающие, а чаще всего действуют одновременно. Коэффициент корреляции слабо отрицательный ($R = -0.102$, уровень значимости 0.01).

Столь же невелика, но противоположна по знаку, связь между «деловитостью» и «образованием» ($R = +0.109$, уровень значимости 0.01), а корреляция между «деловитостью» и «профессиональной компетенцией» вообще статистически неотличима от нуля.

Характеристика «деловой, энергичный, способный» является положительной, социально одобряемой. Она имеет наибольшую отрицательную корреляцию с явно негативно воспринимаемыми «спекулянтами, махинаторами» ($R = -0.272$, уровень значимости 0.01) и «подхалимами, приспособленцами» ($R = -0.249$, уровень значимости 0.01).

Не столь однозначно восприятие второй наиболее часто встречающейся характеристики -«имеющим хорошие связи, знакомства». В той или иной степени она отрицательно связана со всеми предложенными респондентам характеристиками людей, добивающихся успехов в современной российской жизни. Исключение

составляют указания на наличие «преуспевающих или занимающих высокие посты родственников» (что естественно, поскольку родственные отношения являются предельно «близким» уровнем связей). Но максимальная дистанция достигается между «связями» и «трудолюбием» ($R = -0.193$, уровень значимости 0.01), а также «образованием» ($R = -0.162$, уровень значимости 0.01).

Эти статистические выкладки подтверждают, что для наиболее эффективного движения к жизненному успеху неперенное наличие личных связей лучше дополнять деловитостью и способностями, нежели образованием и профессиональной квалификацией.

Подобное распределение мнений указывает на дефицит универсальных, «обезличенных» механизмов социальных взаимодействий, отсутствие системы ценностного регулирования социальной структуры общества.

Более того, в рамках всех выделенных групп опрошенных, различающихся по характеру отношения к современным ценностям, сохраняется первостепенная значимость сословного принципа продвижения только внутри замкнутых групп, объединенных по принципу личной зависимости (см. Табл. 7).

Табл. 7 Способы вертикальной мобильности по группам мнений о признании современных ценностей и субъективным оценкам инициативности (% по столбцу)

	инициативность		модерные ценности			не-модерные ценности	
	высокий	низкий	признают	скорее не признают	не признают	признают	не признают
<i>Каким людям легче всего добиться успехов в жизни:</i>							
деловым, энергичным, способным	60	46	66	52	34	45	58
имеющим хорошие знакомства, связи	53	54	43	55	61	55	52
спекулянтам, махинаторам	12	19	8	16	27	21	12
подхалимам, приспособленцам	10	18	7	14	25	19	10
имеющим преуспевающих или занимающих высокие посты родственников	34	41	21	41	52	42	35
трудолюбивым, любящим свою работу	26	17	33	20	9	17	24
образованным	27	22	35	21	13	19	26
знающим иностранные языки	9	7	10	8	6	6	9
имеющим высокую профессиональную квалификацию	22	18	26	20	12	17	21

Только среди тех, кто положительно оценивает востребованность современных ценностей в российском обществе, доля выбирающих этот до-модерный механизм социальной мобильности (связи и знакомства) оказывается ниже половины опрошенных (43%). Но это малое утешение, если учесть, что в указанной группе, тем не менее, сословный принцип все равно опережает такие более современные, универсальные по своему действию механизмы как образование (35%), личные трудовые усилия (33%).

Следует, очевидно, констатировать, что в российском обществе сейчас бесконфликтно сосуществуют современные и архаичные социальные механизмы. Первые в большей степени имеют характер идеальных пожеланий, редко востребованных в реальной практике, тогда как вторые являются общепринятой, неустранимой, базовой нормой организации жизни. Можно предположить, что современные ценности носят характер «дополнительных» условий (безусловно, желательных, позволяющих улучшить

позиции), которые, однако, не действуют вне системы архаичных, сословных по своей природе каналов личных знакомств, связей, в пределе – родственных связей. И в этом смысле ценностные ориентации и качественные характеристики человеческого капитала, необходимые для модернизационного развития страны, присутствуют в обществе, но не актуализированы, в лучшем случае не ориентированы на практическое использования, а в худшем – являются декорацией, камуфляжем для распространения и дальнейшего закрепления архаичных, сословных механизмов и связанных с ним ценностей личной зависимости и неформальных правил.

Еще одна важная примета современных представлений населения о способах вертикальной мобильности – это относительно малая значимость знаний и, особенно, профессиональных навыков. Сейчас в России предъявляется высокий спрос на высшее профессиональное образование, но большинством населения оно рассматривается не как источник знаний и профессиональных навыков, а как статусный сертификат. И в этом смысле «образование» сейчас для большинства российского населения следует понимать также скорее как до-модерную ценность. Результаты данного исследования подтверждают, что действительный продукт образования – профессиональные компетенции (т.е. образование как модерная ценность), оказываются одними из наименее значимых, во всех случаях уступая другой, безусловно значимой ценности с точки зрения современного развития (но все же менее способствующей задачам наращивания человеческого капитала в условиях инновационной экономики), – трудолюбие и увлеченностью собственным делом.

Представленные характеристики даже наиболее продвинутых групп российского общества вряд ли можно назвать адекватными задачам модернизационного, инновационного развития, целям наращивания человеческого капитала. Отсутствие конфликта между современными и архаичными механизмами социального регулирования представляется дополнительным усложняющим фактором. «Беспроблемность» их сосуществования означает невостребованность перемен в существующих базовых принципах социального устройства, основанных на личных контактах и зависимостях. Это и есть сильнейший тормоз инновационного, модернизационного развития, поскольку ограничивает многообразие форм социального взаимодействия, препятствует развитию универсальных регулирующих принципов, одновременно поддерживая видимость высокой ценности современных принципов, в том числе в субъективном восприятии самих акторов.

В сущности, в данном случае действует тот же механизм, что и в политической практике и риторике. Атрибуты демократического устройства, включая принцип разделения властей и ее выборность, уверенно прижились как форма государственного устройства. Население включено в орбиту этого действия не только через выборы, но и через механизм рейтингов партий и первых лиц государства как метод измерения и контроля динамики политического и экономического климата. Формы и показатели кажутся идентичными тем, что существуют в других странах с демократическим устройством, выбором органов управления обществом на основе политической конкуренции и широкого общественного участия. Но значение и результаты оказываются принципиально различными. Легитимность инструментов выбора стоит под вопросом, а рейтинги первых лиц государства лишены своего инструментального назначения измерителя результатов политического и экономического руководства страной. Форма оказывается лишенной содержания и приобретает другую функцию – декоративную.

Поэтому определение потенциала поддержки модернизационного типа развития через вычленение групп сторонников современных ценностей, скорее всего, окажется столь же малопродуктивным, как и поиск среднего класса в России на основе оценки размеров социальных групп по ряду типичных социально-экономических признаков. Модернизационный потенциал российского общества, определенный как поддержка населением современных ценностей, формально немногим меньше, чем в других странах, в том числе тех, которые находятся далеко впереди на пути модернизационного развития, странах постмодерных. Отличие состоит в том, что в российском обществе эти ценности «выучены», но не восприняты, не актуализированы, умозрительны, не применяются на практике, не являются инструментом регулирования.

Строго говоря, у большинства российского населения не было возможности проверить механизм работы этих ценностных ориентаций, поскольку институциональная структура общества не создает условий для этого. Тем самым институты современного общества, по форме в значительной мере уже присутствующие в России, еще не начав функционировать, оказываются заранее дискредитированными, поскольку являются не более чем декорацией, призванной «осовременить» архаичные институты, а недостатки и провалы нереструктурированных структур приписываются этим новым формам.

Тем не менее, формально можно выделить группу людей, не только считающих себя «инициативными», ориентированными на инновационную по сути деятельность, но и согласных с тем, что такие качества востребованы в современной России. Доля такой группы составляет примерно 10% взрослого городского населения, обозначим ее «уверенные новаторы». В полтора раза большую группу (16%) составляют те, кто, также высоко оценивая собственный потенциал, не уверены в его пригодности в современных условиях. Эту группу обозначим «неуверенные новаторы». В итоге примерно четверть городского населения может быть определена как потенциальный авангард модернизационного развития страны. Именно таких «новаторов» мы далее будем анализировать с точки зрения возможностей развития частного предпринимательства, включая его простейшую форму – индивидуальное предпринимательство.

Прежде чем двигаться далее, еще раз продемонстрируем специфическое для России мирное соседство архаичных и современных ценностей. Расчеты показывают, что в определенной нами группе уверенных новаторов более половины составляют люди, ориентирующиеся на востребованность таких качеств как послушание, наглость и бессовестность: если их исключить, то доля уверенных новаторов сокращается более чем наполовину - до 4,4%.

Но еще важнее другое. Это разделение никак не влияет на характер представлений о механизмах социального продвижения. Попытка «устранения» противоречия между модерными и не-модерными ценностями путем, в данном случае, вычленения в группе уверенных новаторов тех, кто поддерживает только современные ценности, и не поддерживает архаичные, не приводит к получению иных результатов (см. Табл. 8). Распределение мнений практически одинаковое, только несколько увеличивается ценность трудолюбия, которое становится чуть более значимым, чем образование, не говоря уже о профессиональной квалификации. Как бы мы не старались, нам не удастся найти группу людей, для которых, с точки зрения жизненного успеха, образование, профессиональная квалификация, трудолюбие были бы важнее, чем личные связи, персонифицированная система взаимодействия. Это уже диагноз, причем коллективный.

Табл. 8 Представления «уверенных новаторов» о способах вертикальной мобильности в зависимости от поддержки современных ценностей (% по столбцу)

<i>Каким людям легче всего добиться успехов в жизни:</i>	Уверенные новаторы	
	Поддерживают только современные ценности N=266	Все N=594
деловым, энергичным, способным	74	70
имеющим хорошие знакомства, связи	41	42
спекулянтам, махинаторам	3	6
подхалимам, приспособленцам	5	6
имеющим преуспевающих или занимающих высокие посты родственников	17	18
трудолюбивым, любящим свою работу	41	36
образованным	39	38
знающим иностранные языки	9	10
имеющим высокую профессиональную квалификацию	27	26

Краткий социальный портрет выделенной нами группы уверенных и неуверенных новаторов:

- ✓ высокая доля молодых людей в возрасте до 40 лет (60-65% по сравнению с 50% в среднем);
- ✓ преобладание высокообразованных (высшее образование имеют примерно 35% по сравнению с 27% в среднем);
- ✓ каждый десятый занят в частном бизнесе (в среднем 6%);
- ✓ почти 30% являются руководителями разного уровня или высококвалифицированными специалистами (в среднем 20%).

Социально-демографические характеристики групп уверенных и неуверенных новаторов подтверждают их более высокий статус в плане человеческих и социальных ресурсов. Почти половина из них (45% в группе уверенных новаторов и 41% - среди неуверенных) достигли высокого уровня жизни, который позволяет им не экономить не только на текущих расходах, но и на приобретении товаров длительного пользования. Это люди наслаждающиеся свободой потребительского выбора, присущей представителям среднего класса в высокоразвитых обществах.

Склонность к предпринимательству в России

В России отношение к частному предпринимательству во многом определяется масштабами бизнеса. Мелкий бизнес, индивидуальное предпринимательство воспринимается позитивно, а крупный бизнес остро негативно. Так было и 20 лет назад, так есть и сейчас.

Табл. 9 Динамика отношения населения России к частному бизнесу (данные всероссийских опросов, репрезентирующих мнение взрослого городского и сельского населения, N=1600)

	Янв. 1995г.	Нояб. 2011г.
Число опрошенных	2000	1600
ВЫ ПОЛОЖИТЕЛЬНО ИЛИ ОТРИЦАТЕЛЬНО ОТНОСИТЕСЬ К ТОМУ, ЧТОБЫ В НАШЕЙ СТРАНЕ ЧАСТНЫМ ЛИЦАМ ПРИНАДЛЕЖАЛИ НЕБОЛЬШИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ, КАФЕ, МАГАЗИНЫ?		
положительно	68	76
отрицательно	21	19
затрудняюсь ответить	10	5
ВЫ ПОЛОЖИТЕЛЬНО ИЛИ ОТРИЦАТЕЛЬНО ОТНОСИТЕСЬ К ТОМУ, ЧТОБЫ В НАШЕЙ СТРАНЕ ЧАСТНЫМ ЛИЦАМ ПРИНАДЛЕЖАЛИ КРУПНЫЕ ЗАВОДЫ И ФАБРИКИ?		
положительно	18	20
отрицательно	63	73
затрудняюсь ответить	18	7

Нынешнее исследование в целом подтвердило полученные ранее данные. Среди всех представленных респондентам для оценки социально-профессиональных групп мелкий частный бизнес пользуется наибольшей симпатией (53%), даже большей, чем представители свободных профессий (43%). Небольшой частный бизнес мыслится как более «народный», понятный для «простого» человека, в отличие от художников, литераторов, адвокатов и нотариусов и проч. представителей профессий, с очевидностью требующих не только уникальных талантов, но и продолжительного накопления профессиональных знаний и навыков для успешного продвижения в жизни. Это сложно и менее доступно широким слоям населения.

Очевидно, респонденты не различают собственников и менеджеров бизнеса, более важным критерием является масштаб. Отношение к высшему руководству компаний (неважно каких - финансовых или промышленных) по преимуществу нейтральное. Это все же лучше, чем откровенно негативное восприятие госслужащих и политиков, в отношении которых преобладает отрицательное отношение.

Отношение к частному предпринимательству вполне позитивное, но личная готовность выбирать такую жизненную траекторию куда скромнее. В среднем примерно половина опрошенных заявили о своем предпочтении быть самозанятыми (20%) или организовать собственный бизнес (еще 26%); 46% выбрали наемный труд. Как и следовало бы ожидать, среди тех, кого мы определили как «уверенных новаторов», т.е. людей предприимчивых и считающих, что их способности вознаграждаются в современном обществе, доля выбирающих частное предпринимательство доходит до 51% (работать по найму хотели бы 43%). Но чаще всего выбирают самостоятельный бизнес представители группы «неуверенных новаторов», т.е. тех, кто как раз сомневается в том, что частная инициатива вознаграждается.

Возможно, их оценка предпринимательского климата в стране в значительной мере основана на личном опыте. В этой группе опрошенных выше всего доля имевших опыт частного предпринимательства. Почти треть (30%) неуверенных новаторов в возрасте 25 лет и старше предпринимала попытки заняться частным бизнесом, что в полтора раза чаще, чем в среднем. В большинстве случаев респонденты достигали успеха, хотя бы частично (это уже вдвое чаще, чем в среднем). Однако неудачный предпринимательский опыт тоже был (см. Табл. 10).

Получается, что в современной России чаще всего занимаются предпринимательской деятельностью люди уверенные в своих силах и одновременно также убежденные в том, что присущие им положительные качества не вознаграждаются обществом. В психологии эта ситуация описывается как когнитивный диссонанс, а в социологии – приводит к возникновению понятия «двоемыслия».

Табл. 10 Распространенность личного опыта предпринимательской деятельности по группам новаторов (% по столбцу, доля затруднившихся ответить не приводится)

<i>Предпринимались ли попытки создать собственный бизнес и если да, то попытки оказались успешными или неуспешными:</i>	уверенные новаторы	неуверенные новаторы	прочие
нет, не предпринимал(а) попыток	77	69	82
Предпринимал(а) попытки и они оказались в целом успешными	14	12	6
Предпринимал(а) попытки и они оказались и успешными, и неуспешными	4	10	5
Предпринимал(а) попытки и они оказались в целом неуспешными	3	7	5

Группа «неуверенных новаторов» оказывается единственной, где доля отметивших

частный бизнес превышает долю тех, кто отдает предпочтение наемному труду при выборе из трех возможностей – наемный труд, самозанятость (индивидуальная трудовая деятельность) или собственный бизнес. При такой постановке вопроса реальной альтернативой оказывается наемный труд или частный бизнес, поскольку самозанятость привлекает примерно одинаковую долю опрошенных во всех группах (ориентировочно каждого пятого). Среди новаторов приблизительно равная частота выбора наемного труда и частного бизнеса, но если у уверенных новаторов все же наемный труд оказывается более привлекательным (38% против 34%), то неуверенные новаторы чаще склоняются в пользу частного бизнеса (34% против 38%). Прочие группы населения отдают безусловное предпочтение наемному труду (50% против 22%).

Общественное мнение о различных профессиональных группах не соответствует оценки их привлекательности с точки зрения мыслимых собственных стратегий поведения. Распределение предпочтений сфер приложения собственных трудовых усилий (читай, выбор приоритетных жизненных траекторий) по более широкому спектру выбора форм наемного труда немедленно демонстрирует принципиально иные предпочтения.

Лучше всего это видно на примере госслужащих и чиновников с одной стороны, и работников бюджетной сферы – с другой. Первых в обществе скорее не любят (32% сообщили о своем отрицательном отношении, а 20% - о положительном), а вторых – скорее любят (10% - относятся отрицательно, тогда как 47% - положительно). Обратная картина складывается в результате анализа ответов на вопрос о том, где бы лично респондент предпочел работать, если бы мог свободно выбирать. В современной России госслужба (чиновничество) оказывается самым привлекательным местом работы (его выбрали 30%), в то время как бюджетную сферу выбирает в два с лишним раза меньшая доля опрошенных (13%).

Позитивное отношение к мелкому частному предпринимательству выражено гораздо масштабнее (52% положительно относятся к мелкому бизнесу и индивидуальной трудовой деятельности), чем стремление людей занять эту нишу на рынке (только 17% хотели бы сами заниматься таким видом деятельности).

Наивысший приоритет госслужбы как самого привлекательного места работы отражает характер современного российского общества как общества

бюрократического, т.е. кастового, сословного. Отрицательное отношение к чиновничеству при одновременном стремлении «примкнуть» к нему, демонстрируемое большинством опрошенных, есть выражение сословного противостояния, разделения людей на «своих» и «чужих», соответствует различию между сословными группами. Одновременно это есть выражение того, что в обществе отсутствуют универсальные правила перехода из одного статуса в другой, которые наличествуют в обществах, разделенных не по сословному принципу, а по меритократическому принципу вознаграждения за личные заслуги и усилия, затраченные на достижение успехов в процессе соревновательного состязания с другими, равными. Осознаваемая большинством населения невозможность «примкнуть к высшей касте чиновников» (для этого требуются связи, собственными усилиями этого не достичь) компенсируется демонстративным неодобрением, отчуждением, отрицательной оценкой.

Табл. 11 Представления о наилучшей карьере по группам новаторов (% по столбцу)

<i>Где бы Вы предпочли работать:</i>	уверенные новаторы	неуверенные новаторы	прочие
на государственной службе, в органах федеральной, муниципальной власти	31	24	31
в государственных учреждениях образования, здравоохранения, научных учреждениях и проч. бюджетных организациях	10	11	14
на частном предприятии, в частной компании	19	18	17
на иностранном предприятии, на совместном предприятии	7	7	7
иметь собственный бизнес, заниматься индивидуальной трудовой деятельностью	22	28	14
в некоммерческой организации, общественной организации	1	1	1
затруднились ответить	8	10	15

Для анализа инновационного потенциала российского общества особенно важно то, что группа «уверенных новаторов» (определенная как наиболее прогрессивная и лучше всего обеспеченная ресурсами) в современной России все же ориентирована преимущественно на госслужбу, а не на собственную активную, независимую деятельность. Доля предпочитающих «работу во власти» в полтора раза выше доли

желающих заняться собственным бизнесом (см. Табл. 11). Только в группе «неуверенных новаторов» большинство отдает предпочтение частному предпринимательству, впрочем, большинство не слишком уверенное – 28% против 24% предпочитающих госслужбу.

Получается, что выделенная нами группа новаторов – носителей инновационного потенциала в современном российском обществе, в большинстве своем (включаящем прежде всего тех, кто согласованно оценивает собственный потенциал и его востребованность в обществе) выбирает не самостоятельную деятельность, а занятие позиций в государственном аппарате. На первый взгляд, такая ориентированность инновационно настроенной части общества работает в пользу «модернизации сверху». Однако более верным представляется другое объяснение – сложившаяся структура предпочтений соответствует модели государственного капитализма, когда государство мыслится как главный собственник и предприниматель, а госслужба – как работа в самой крупной управляющей компании (УК). Такое смешение функций различных общественных институтов характерно для современной России, но оно вряд ли продуктивно с точки зрения инновационного развития, а направленный в эту сторону инновационный человеческий потенциал с большой долей вероятности будет израсходован впустую.

Мотивы выбора между наемным трудом и частным предпринимательством оказываются весьма схожими во всех группах опрошенных. Привлекательность наемного труда состоит, прежде всего, в регулярности дохода, стабильности занятости и социальной защищенности. Причем вторые два фактора одинаково часто упоминаются как новаторами обоих типов, так и прочими респондентами – примерно 50% и 30% соответственно. А вот первый фактор – наличие гарантированного фиксированного дохода для уверенных новаторов оказывается даже несколько более привлекательным, чем для остальных групп опрошенных – его выбрали 75% уверенных новаторов и 66% - среди остальных респондентов. С другой стороны, неуверенные новаторы вдвое чаще, чем уверенные, указывают на фактор риска частного предпринимательства как причину своего выбора в пользу наемного труда (21% против 10%). Возможно, это есть отголоски того, что в рассматриваемой группе опрошенных относительно велика доля респондентов, имеющих негативный опыт предпринимательства. Однако вообще повышенный риск, сопровождающий частнопредпринимательскую деятельность, в дилемме выбора между работой по

найму и частным бизнесом, как правило, не рассматривается респондентами отдельно от возможности получения дохода. При этом в целом занятие бизнесом описывается респондентами как весьма рискованное занятие, но об этом чуть позже.

Выбор в пользу частного предпринимательства также по большей части связан с доходным фактором, но уже в модальности величины («возможность получения *высоких* доходов» - 50% - 55% в зависимости от группы).

Возможности самореализации и личной независимости – это основное, чем привлекает предпринимательство большинство во всех группах опрошенных. Получается, что выбор в пользу частного предпринимательства основан на стремлении получать высокие доходы и быть независимым, т.е. «все хорошее». Такой вывод дополняется важными нюансами. Распространенным дополнительным фактором выбора оказывается «свободный график работы» (одно из проявлений личной независимости), причем его упоминание возрастает до 38% в группе «прочих», не новаторски ориентированных респондентов. В группе уверенных новаторов таких тоже немало - 31%.

Во всех группах респондентов примерно каждый пятый связывает свой выбор в пользу частного предпринимательства с задачами обеспечения себя в старости. Это прямое указание на проблемы пенсионного обеспечения. Законодательно частный бизнес в России не ущемлен в пенсионных правах (насколько сейчас можно судить по фактической практике назначения пенсий), поэтому, очевидно, речь по-прежнему идет о размерах получаемых доходов и возможности обретения собственности, приносящей рентный доход.

Выбор в пользу частного бизнеса редко возникает как результат дефицита работы по найму. Этот мотив чаще встречается в среде не новаторски настроенных респондентов (9% против 4% среди уверенных новаторов).

Даже в среде уверенных новаторов ориентация на частный бизнес редко бывает результатом желания воплотить в жизнь уже сложившуюся творческую/ бизнес идею (9%) или, как минимум, последовать успешному примеру удачливого бизнесмена (6%). Т.е. возможность самореализации, о которой чаще всего заявляют все опрошенные, мотивируя свой выбор в пользу частного предпринимательства, остается по большей части благим пожеланием, ориентированным в «прекрасное далеко».

Соответственно, гипотетический выбор («если бы Вы могли выбирать...») между наемным трудом и частным бизнесом делается, по-видимому, в основном на основе сложившихся массовых стереотипов о независимости частного бизнеса, надежд на материальные выгоды с одной стороны – и с другой стороны, надежный, гарантированный доход и социальная защищенность наемного труда.

Табл. 12 Мотивы выбора наемного труда (% по столбцу, доля затруднившихся ответить не приводится)

<i>Почему предпочти бы работу по найму:</i>	уверенные новаторы	неуверенные новаторы	прочие
регулярный, фиксированный доход (против нерегулярного, непостоянного дохода)	75	67	67
стабильная занятость	51	52	53
наличие социального страхования, социального обеспечения, пенсионных прав	31	36	33
недостаток/отсутствие бизнес-идей	5	6	8
нехватка финансовых ресурсов для организации собственной занятости, бизнеса	13	17	15
нехватка навыков для организации собственной занятости, бизнеса	14	13	12
тяжесть принятия решения, трудно будет поменять решение на обратное, вернуться назад, трудно быть связанным бизнесом	2	4	6
из-за опасения, что при организации собственной работы, бизнеса, столкнусь с бюрократизмом, волокитой, будут проблемы с властями	10	11	13
из-за страха юридических и социальных последствий в случае неудачи	9	7	8
в нынешних экономических условиях работать по найму менее рискованно, чем быть самозанятым, иметь свой бизнес	10	21	16
все мои родственники и знакомые работают по найму, большинство так работает	7	8	9
я не знаю примеров удачного бизнеса/самозанятости; у тех, кого я знаю, бизнес не получился	2	3	3
недостаток времени	3	1	2
просто нет интереса к частному бизнесу	5	5	6

Табл. 13 Мотивы выбора предпринимательской деятельности (% по столбцу, доля затруднившихся ответить не приводится)

<i>Почему предпочли бы организовать собственный бизнес:</i>	уверенные новаторы	неуверенные новаторы	прочие
личная независимость/самореализация/интересные задачи	65	74	66
реализация возможностей, которые предоставляет свой бизнес, дело	37	29	27
перспектива более высоких доходов	55	52	50
свобода в выборе места и времени работы, гибкий график работы	31	39	38
недостаток привлекательных вариантов работы по найму	4	5	8
члены семьи, друзья тоже работают самостоятельно	4	4	5
благоприятные экономические условия (бизнес-климат)	6	2	5
чтобы избежать неопределенностей, связанных с работой по найму	11	10	12
принести пользу людям, обществу	7	7	8
больше возможности обеспечить себя в старости	17	20	19
есть хорошая бизнес-идея	9	7	4
есть примеры успешной организации бизнеса, работы на свой страх и риск	6	3	3

Как видно, стереотипы довольно устойчивы, практически не зависят от выделенных нами критериев степени ориентированности на современные ценности. Частный бизнес рассматривается не как специфический вид деятельности, позволяющий личности самореализоваться, воплотить в жизнь идеи и планы, в конечном итоге как творческая деятельность, а в основном с точки зрения возможностей получения доходов, решения материальных проблем. А в этом смысле выбор регулируется сложившимися стереотипами, приписывающими частному предпринимательству свободу и материальный достаток. Однако в бюрократическом государстве принадлежность к чиновническому сословию обеспечивает наилучшие условия для получения индивидуальных доходов, что и фиксируют полученные данные.

Общественная значимость предпринимательства.

В рамках исследования было предпринято развернутое и многостороннее изучение отношения населения к частному предпринимательству, респондентом было задано множество вопросов об их отношении к различным аспектам деятельности частного бизнеса как с точки зрения выгод и потерь лично для человека, так и с общественной точки зрения. В целом позитивное отношение к частному бизнесу, признание реалистичности, реализуемости и привлекательности предпринимательской деятельности для любого желающего («при достаточном желании и усердии») сочетается со столь же широко распространенным указанием на труднопреодолимые препятствия, основными из которых являются недостаток капитала, административные барьеры и неформальные связи. Примечательно, что наличие связей является более важным с точки зрения респондентов барьером, нежели доступность информации о бизнес возможностях. Здесь мы также находим подтверждение первостепенной значимости неформальных личных связей в противовес универсальным правилам.

Статистический анализ совокупности различных характеристик отношения населения к предпринимательской деятельности показал, что за этим разнообразием стоят факторы более общего порядка. Методом факторного анализа было выделено четыре группы внутренне связанных факторов, два из которых отражают взгляды опрошенных на общественную значимость частного предпринимательства, а два других – личное отношение к бизнесу как возможной собственной жизненной траектории, степень готовности сделать личный выбор в пользу частнопредпринимательской деятельности.

В обоих случаях пара факторов состояла из одного позитивного и одного негативного, т.е. отдельно объединялись позитивные оценки и отдельно - негативные. Полученные переменные являются дихотомическими, где 1 – означает согласие со всеми утверждениями, образующими переменную, а 0 – несогласие хотя бы с одним из них.

Всего было выделено четыре переменные:

<i>Описание переменных</i>	<i>Доля респондентов, выбравших данные утверждения (%)</i>
Личные оценки	
<u>Позитивные характеристики (переменная «Л+»)</u>	49%
Большинство людей при достаточном желании и усердии могут начать собственный бизнес	
Большинство людей рассматривают собственный бизнес как успешную карьеру	
Одобрены бы решение детей заняться частным бизнесом	
<u>Негативные характеристики (переменная «Л-»)</u>	37%
В случае провала бизнеса надолго остается репутация неудачника	
Невозможно вести бизнес «по-честному», соблюдая законы	
Предпринимательству невозможно научиться	
Оценки общественной значимости	
<u>Позитивные характеристики (переменная «О+»)</u>	66%
Предприниматели создают новые продукты и услуги, и от этого польза и выигрывают для всех нас	
Предприниматели создают рабочие места	
<u>Негативные характеристики (переменная «О-»)</u>	59%
Предприниматели думают только о своей выгоде	
Предприниматели эксплуатируют других, пользуются результатами чужого труда	

Предпринимательство чаще оценивается людьми положительно, причем уровень согласия по поводу общественной значимости предпринимательской деятельности выше, чем применительно к возможным личным привлекательным либо отталкивающим характеристикам частнопредпринимательской деятельности.

Процедура факторного анализа предусматривает выделение различающихся между собой факторов, т.е. следует ожидать, что уровень корреляции между ними должен быть относительно невысок. Тем не менее, связь между вновь образованными переменными присутствует и является довольно большой (по меркам социологических данных массовых опросов населения). Такая связь особенно велика между однонаправленными характеристиками личной и общественной значимости предпринимательской деятельности ($R=0,205$ в случае обоих негативных

характеристик и $R=0,158$ – между позитивными). При этом уровень согласованности негативных оценок выше, чем позитивных.

Более низкий уровень зависимости (обратной) наблюдается между положительными и отрицательными характеристиками одного уровня ($R=-0,084$ между положительными и отрицательными характеристиками личностного уровня и $R=-0,097$ между положительными и отрицательными характеристиками на уровне общества).

Высокий уровень согласия всех слоев общества по поводу отрицательного имиджа и трудностей реализации частного предпринимательства в современной России подтверждается также анализом распределений рассматриваемых оценок по группам новаторски настроенных респондентов.

Табл. 14 Комплексные оценки общественной значимости и личной ценности предпринимательской деятельности среди предпринимателей и по группам новаторов (% выбравших оценку)

<i>Комплексные оценки значимости бизнеса:</i>	Занятые в частном бизнесе	уверенные новаторы	неуверенные новаторы	прочие
<i>Личная ценность</i>				
Позитивная	81	77	64	47
Негативная	36	41	38	39
<i>Общественная значимость</i>				
Позитивная	81	84	74	68
Негативная	44	57	60	64

Среди уверенных новаторов, и у прочих, менее инновационно настроенных групп опрошенных, примерно одинаковая доля согласившихся с отрицательными характеристиками обоих уровней (личного и общественного). Наибольшие различия отмечаются в личных позитивных оценках, но даже в этой группе доля выбирающих личную позитивную оценку меньше, чем выбравших позитивную общественную оценку. Это означает, что попытки конкретизации положительного образа предпринимательства, выведение респондента в условия «личного выбора», предложение «примерить на себя» такую траекторию жизненного пути встречает если не отпор, то куда меньшее согласие и готовность участия. Такое соотношение оценок соответствует ситуации декларативной, незаинтересованной поддержки, неактуализированного отношения населения к данной проблематике.

Иное распределение мнений присутствует в среде действующих предпринимателей, т.е. тех, кто сам работает в частном бизнесе. В этой группе достигается равенство личных и общественных положительных оценок частного предпринимательства. Для них же характерно наименьшее распространение негативных личных и общественных оценок. Однако различия в частоте упоминания негативных личных суждений незначительны. Российские предприниматели в целом согласны с остальным обществом в оценках практических трудностей частнопредпринимательской деятельности, включая возможности легального ведения бизнеса, высокой цены риска, тем самым подтверждая практическую обоснованность массовых стереотипов. В результате распространения опыта частного предпринимательства негативные стереотипы воспроизводятся, а не разрушаются.

Относительно низкий уровень распространенности негативных суждений об общественной значимости предпринимательства у российских бизнесменов (по сравнению с обществом в целом) является естественным следствием собственной принадлежности к оцениваемой группе. Остается только удивляться, что даже среди частных российских предпринимателей 44% считают этот вид деятельности эксплуатацией чужого труда, а бизнесменов - людьми, заботящихся только о собственной выгоде.

Приложение. Описание выборки исследования

Для проведения исследования была спроектирована многоступенчатая стратифицированная вероятностная выборка, репрезентирующая городское взрослое (от 18 до 64 лет) население РФ, объемом 6000 респондентов. Под городским населением в данном проекте понимается население городов и поселков городского типа с населением от 20 тысяч человек и более. В обследуемую совокупность не включаются

- Лица, проходящие срочную службу в армии
- Лица, находящиеся в местах лишения свободы, больницах, проживающие на территории воинских частей, в монастырях и др. закрытых территориях
- Жители Чеченской и Ингушской Республик.
- Жители следующих районов Крайнего Севера: - Ненецкого АО, Ямало-Ненецкого АО, Таймырского АО, Эвенкийского АО, Чукотки и Сахалинской области.

В общей сложности из рассмотрения исключается менее 4,5% взрослого населения РФ.

1. Первая ступень. Отбор точек проведения опроса

1.1. Предварительная стратификация

На первой ступени выборки в качестве первичных единиц отбора (ПЕО) выступают городские населенные пункты (ГНП). При отборе ПЕО используется процедура предварительной стратификации. В соответствии с ней, еще до того как приступить к отбору ПЕО, они группируются в страты. В качестве стратообразующих признаков используется

- географический признак (принадлежность к одному из 8 федеральных округов)
- численность населения

Стратификация ПЕО производится следующим образом: сначала вся территория России делится на 8 федеральных округов (Северо-Западный, Центральный, Приволжский, Южный, Северо-Кавказский, Уральский, Сибирский и Дальневосточный), а затем в каждом из этих округов, независимо друг от друга, все ПЕО разбиваются на типы.

По признаку численность населения выделяется 4 типа ПЕО:

1. города с численностью более 1 млн.
2. города с численностью от 500 тыс. до 1 млн.
3. города с численностью от 100 тыс. до 500 тыс.
4. города и поселки городского типа (пгт) с численностью от 20 до 100 тыс.

Всего образовано 28 страт, с учетом того, что в Северо-Западном ФО отсутствуют города с населением от 500 тыс. до 1 млн. человек, в Северо-Кавказском ФО нет городов из первых двух страт (с населением более 500 тыс. человек), а в Дальневосточном ФО нет городов с населением более 1 млн.

Для каждой страты подсчитывается число постоянно проживающих жителей в возрасте от 18 до 64 лет и доля $p(i)$ этой страты во взрослом (18-64 лет) городском населении России ($\sum p(i)=1, i=1 \div 28$).

1.2 Отбор населенных пунктов.

На следующем шаге общий объем выборки 6000 ($n=6000$ респондентов) распределяется между всеми стратами пропорционально весу (численности взрослого населения) каждой страты (см. таблицу 1)..

$$n(i)=n \cdot p(i); \quad n=\sum n(i), \quad i=1 \div 28$$

Затем определяется число ПЕО, которое следует отобрать в каждой страте ($k(i)$). Для определения этих чисел используется следующая процедура. При проектировании выборки закладывается ограничение на среднее число респондентов в одной ПЕО равное **30 ($m=30$)**. Число ПЕО в каждой страте определяется исходя из этого ограничения. Для этого количество анкет в ней делится на установленное среднее количество анкет в одной ПЕО. При получении дробного результата он округлялся.

$$k(i)=\text{round}(n(i)/m), \quad i=1 \div 28$$

Таким образом, на первой ступени выборки в каждой страте отбирается от 1 до 17 первичных выборочных единиц в зависимости от числа $n(i)$ респондентов, пришедшегося на страту (см. таблицу 1).

Отбор ПЕО осуществляется в каждой страте независимо из полного списка ПЕО данной страты случайным методом с вероятностью, пропорциональной размеру (PPS).

Всего для проведения опроса отобрано 146 ПЕО (см. таблицу 1)..

Количество анкет, приходящееся на страту, делится поровну между отобранными ПЕО.

Таблица 1.

Тип НП	РОССИЯ				Сев.-Западный ФО				Центральный ФО			
	%	респ	PSU	SSU	%	респ	PSU	SSU	%	респ	PSU	SSU
более 1000 тыс.	30,07	1805	13	121	4,74	284	1	19	11,26	676	1	45
500-1000 тыс.	13,92	835	20	59					2,75	165	4	12
100-500 тыс.	31,01	1860	63	126	3,42	205	7	14	8,55	513	17	34
20-100 тыс.	24,99	1500	50	100	2,3	138	5	10	6,21	373	12	24
ИТОГО	100,00	6000	146	406	10,46	627	13	43	28,77	1727	34	115

Таблица 1(продолжение)

Тип НП	Поволжский ФО				Южный ФО				Северно-Кавказский			
	%	респ	PSU	SSU	%	респ	PSU	SSU	%	респ	PSU	SSU
более 1000	6,22	373	5	25	2,32	139	2	10				

тыс.												
500-1000 тыс.	4,99	300	7	21	1,27	76	2	6				
100-500 тыс.	5,24	314	10	20	2,77	166	6	12	2,33	140	5	10
20-100 тыс.	4,64	279	9	18	2,27	136	5	10	1,42	85	3	6
ИТОГО	21,09	1266	31	84	8,63	517	15	38	3,76	225	8	16

Таблица 1(продолжение)

Тип НП	Уральский ФО				Сибирский ФО				Дальневосточный ФО			
	%	респ.	PSU	SSU	%	респ.	PSU	SSU	%	респ.	PSU	SSU
более 1000 тыс.	2,64	159	2	10	2,90	174	2	12				
500-1000 тыс.	0,57	34	1	2	2,99	179	4	12	1,35	81	2	6
100-500 тыс.	2,75	165	6	12	4,37	262	9	18	1,58	95	3	6
20-100 тыс.	3,54	213	7	14	3,16	190	6	12	1,43	86	3	6
ИТОГО	9,50	571	16	38	13,41	805	21	54	4,37	262	8	18

II. Вторая ступень выборки – отбор опросных участков.

На второй ступени выборки в качестве единиц отбора (вторичных единиц отбора - ВЕО) выступают избирательные участки. Количество отбираемых избирательных участков определяется из следующего условия: на одном опросном участке должно опрашиваться в среднем около 15 респондентов. Таким образом, в городах от 20 до 100 тысяч человек и в городах от 100 до 500 тысяч человек опрос проходит на 2 избирательных участках, а в городских населенных пунктах с численностью от 500 тысяч человек и более отбирается от 2 до 45, в среднем по 3-5 избирательных участков. Исключения составляют г. Москва и г. Санкт-Петербург, где отбирается по 45 и 19 избирательных участков, соответственно.

Таким образом, в общей сложности опрос проводится в 146 населенных пунктах на территории 406 избирательных участков.

Отбор избирательных участков в городских населенных пунктах производится вероятностным методом из полных списков избирательных участков заданного города.

III. Третья ступень выборки- отбор домохозяйств

На третьей ступени выборки на отобранном участке супервайзерами на местах прокладывается маршрут, охватывающий весь избирательный участок. Маршрут выдается интервьюеру для проведения опроса.

На заданном маршруте интервьюеры отбирают домохозяйства систематическим методом с обязательным трехкратным посещением отобранных адресов.

Начало маршрута различно для различных типов застройки:

- Многоэтажная застройка (дома от 5-ти этажей и выше): начало маршрута - дом №9
- Застройка средней этажности (многоквартирные дома от 1-го до 4-х этажей): начало маршрута - дом №4
- Индивидуальная застройка: начало маршрута - дом №2.

Шаг отбора домохозяйств также различен для различных типов застройки:

- Многоэтажная застройка: шаг отбора - 17
- Застройка средней этажности: шаг отбора - 7
- Индивидуальная застройка: шаг отбора - 3.

IV. Четвертая ступень выборки – отбор респондентов.

В отобранном домохозяйстве опрашивается один респондент. Отбор проводится методом «ближайший день рождения». В случае отсутствия нужного респондента интервьюер делает до трех повторных посещений, варьируя день недели и время суток посещения.

Ошибка выборки.

Предложенный дизайн выборки обеспечивает статистическую ошибку выборочных оценок изучаемых переменных (для дихотомических признаков) не более 1,9 % при уровне доверительной вероятности 95%.