

На правах рукописи

Соболева Анна Владиславовна

**ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА И ВЛАСТИ:
РЕГИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА**

Специальность 22.00.03 – экономическая социология и демография

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени кандидата
социологических наук

Нижний Новгород, 2009

Диссертация выполнена на кафедре прикладной социологии факультета социальных наук Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского.

Научный руководитель: доктор экономических наук, профессор
Иудин Александр Анатольевич

Официальные оппоненты: доктор социологических наук, профессор
Салагаев Александр Леонидович
кандидат социологических наук
Кремнева Юлия Владимировна

Ведущая организация: **Иркутский государственный
технический университет**

Защита состоится «25» июня 2009 года в 17.00 на заседании диссертационного совета Д 212.166.14 при Нижегородском государственном университете имени Н.И. Лобачевского по адресу:

603000, г.Нижний Новгород, Университетский пер., д.7, ауд. 203.

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале фундаментальной библиотеки Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, пр. Гагарина, д.23, к. 1.

Автореферат разослан «___» мая 2009 года.

Ученый секретарь
диссертационного совета, доцент

Е.Е. Кутявина

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования определяется, с одной стороны, тем, что рост экономики открывает новые возможности для ведения бизнеса, с другой стороны, рамки предпринимательской деятельности, определяемые властью, все же далеки от режима наибольшего благоприятствования. Особенно остро данная проблема проявляется на региональном уровне.

Если в 1990-х и даже начале 2000-х годов важным препятствием для предпринимательской деятельности являлась непроработанность законодательной базы и общая невнятность государственной политики в отношении малого бизнеса, то к настоящему моменту предприняты серьезные шаги по регулированию данной сферы на федеральном уровне. Хотя претензии к государственной политике в отношении малого бизнеса потеряли свой острый характер, проблемы остаются актуальными

Благоприятный климат, созданный для ведения предпринимательской деятельности, целиком является заслугой и позицией властей конкретных регионов, отражает готовность муниципалитетов поддерживать и отстаивать интересы малого бизнеса. Кроме того, поскольку малый бизнес непосредственно взаимодействует с властью именно на местном уровне, здесь и возникают основные проблемы, конфликты.

Комплекс проблем, с которыми сталкивается малый бизнес в своей деятельности, широк (начиная с проблем лицензирования и регистрации и заканчивая недостаточным финансированием). В то же время анализ каждой из проблем, с одной стороны, имеет место в отечественной практике, особенно в отношении различных административных барьеров, с другой стороны, такой анализ не позволяет увидеть взаимодействия малого бизнеса и власти в комплексе.

Комплексный анализ взаимодействия власти и малого бизнеса на региональном уровне предполагает внимание как к существующим проблемам, так и к формированию запроса со стороны малого бизнеса, к роли предпринимательских объединений как субъектов данного

взаимодействия, к СМИ и специализированным сайтам бизнес-сообщества, которые формируют образы обеих сторон взаимодействия, оказывают влияние на коммуникацию между бизнесом и властью и формируют систему обратной связи.

Таким образом, анализ механизма взаимодействия власти и малого бизнеса предполагает учет всех указанных компонентов и позволяет не только описать комплекс существующих проблем, но и возможные направления совершенствования коммуникации между властью и бизнесом благодаря характеристике сформировавшегося в бизнес-среде запроса.

Степень научной разработанности проблемы

На тему взаимоотношений власти и бизнеса написано значительное количество статей по социологии, политологии, экономике. Взаимодействие власти и малого бизнеса чаще всего не является самостоятельной темой для научного анализа, однако попытки дать характеристику некоторым элементам взаимосвязи институтов власти с предпринимательскими структурами присутствуют в работах известных основоположников теории предпринимательства Г.Боуэна, М.Вебера, Р.Кантильона, Х.Ламперта, А.Маршалла, Г.Минза, А.Смита, Дж.Стиглица, Ж.-Б.Сэя, М.Фридмена, О.Шпенглера, Й.Шумпетера и др.

Подробно взаимодействие бизнеса и власти исследовалось зарубежными учеными, большинство работ которых были посвящены анализу воздействия представителей бизнеса на политический процесс в США, Франции, Великобритании и Италии. Наиболее значимыми явились концепции, изложенные в работах А. Бентли, М. Олсона, Г. Трумена, Ф. Шмиттера¹ и др.

С экономической точки зрения, институциональный аспект государственного регулирования предпринимательства исследовался в

¹ Bentley, A. The process of Government. A study of social pressures. – Cambridge: 1967; Олсон, М. Логика коллективных действий. Общественные блага и теория групп / Пер. с англ. – М.: ФЭИ, 1995; Truman, D. The Governmental Process. Public interests and public opinion. – N.Y.: Knopf, 1951; Schmitter Ph. Still the Century of Corporatism. // Review of Politics. – 1974. – №36 (1).

работах Д. Норта, Г. Беккера, Т. Веблена, М. Олсона и др¹. Теоретические и методологические разработки, связанные с государственным регулированием предпринимательства, затрагивающие систему взаимодействия властных структур и бизнеса в контексте институциональных преобразований, содержатся в трудах Л.И. Абалкина², А.Н.Илларионова³, Ф.И. Шамхалова⁴ и др.

В социологической традиции основная доля работ (начиная с 1990-х годов) о предпринимательстве посвящена преимущественно структуре предпринимательского слоя, его специфическим особенностям.

Так, В.В. Радаев в своих работах по экономической социологии освещает институциональный аспект развития российского предпринимательства, однако предметом его исследований чаще являются крупные российские компании, рассматривается взаимодействие власти с бизнесом в целом⁵.

В работах Т.И. Заславской поднимаются вопросы о месте предпринимателей в структуре современного российского общества в контексте его трансформаций, анализируются меняющиеся роли мужчин и женщин, занятых малым бизнесом. Н.Е. Тихонова рассматривает потенциал предпринимательской деятельности в качестве ресурса адаптации россиян к изменившимся экономическим условиям. Социологические аспекты женского наемного труда в малом бизнесе детально проработаны в диссертационном исследовании С.В. Барабановой⁶.

¹ См., напр.: Веблен, Т. Теория праздного класса. – М.: Прогресс, 1984.; Норт, Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. – М.: Начала, 1997.; Олсон, М. Логика коллективных действий. Общественные блага и теория групп / Пер. с англ. – М.: ФЭИ, 1995.

² Абалкин, Л.И. Динамика и противоречия экономического роста// Экономист. – 2001. – №12.

³ Илларионов, А.Н. Бремя государства // Вопросы экономики. – 1996. – №9.

⁴ Шамхалов, Ф.И. Государство и экономика (власть и бизнес). – М.: Экономика, 1999.

⁵ Радаев, В.В. Коррупция и формирование российских рынков: отношения чиновников и предпринимателей. // Мир России. – 1998. – № 3. – С. 57-90.

⁶ Барабанова, С.В. Социологические аспекты женского наемного труда в малом бизнесе: автореферат дис...канд.соц.наук : 22.00.04 / Барабанова Светлана Васильевна. – Н.Новгород, 2003. – 18 с.; Бляхер Л.Е., Панеях Э.Л., Карпов А.Е. Изменение поведения

Уровень отношений регионального малого бизнеса и власти рассматривается сравнительно небольшим количеством авторов. При том, что развитие взаимоотношений бизнеса и власти имеет региональную специфику, этому вопросу уделяется сравнительно мало внимания.

В качестве примера региональных исследований проблемы можно привести работы А.Р.Абдульязнова, Н.Е.Вьюжаниной, Н.В.Авдошиной, А.В.Виленского, А.З.Дадашева и Н.Г.Гловацкой, В.А.Ковалева и П.П.Кротова и др.¹

Цель исследования – выявить и описать региональный аспект особенностей взаимодействия между властью и малым бизнесом.

В соответствии с целью исследования в диссертации ставятся и решаются следующие **задачи**:

1. Систематизировать отечественные социологические подходы к исследованию проблем взаимодействия власти и малого бизнеса.
2. Выявить значимость взаимодействия малого бизнеса и региональных властей.
3. Разработать способы оценки системы взаимодействия региональных властей и малого бизнеса.

экономически активного населения в условиях кризиса (на примере мелких предпринимателей и самозанятых) // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2000. – № 3. (47). – С. 25-30; Заславская Т.И. Авангард российского делового сообщества: гендерный аспект // СОЦИС. – 2006. – №№ 4-5; Качанов Ю.Л. Социологический casus: «социальная группа предпринимателей» // СОЦИС. – 1999. – № 9. – С. 33-40; Тихонова Н.Е., Чепуренко А.Ю. Предпринимательский потенциал российского общества // Мир России. – 2004. – Т. XIII. – № 1. – С. 116-145.

¹ Абдульязнов А.Р. Организация и внешняя социокультурная среда: восприятие и стратегии реагирования (на материале исследования коммерческих организаций Республики Татарстан): автореферат дис...канд.соц.наук : 22.00.08 / Абдульязнов Артур Рашидович. – Н.Новгород, 2006. – 24с.; Вьюжанина, Н.Е. Малый и средний бизнес в Татарстане // СОЦИС. – 2004. – № 4. – С. 124-126; Авдошина Н.В. Малый промышленный бизнес Самарской области // СОЦИС. – 2001. – № 7. – С. 57-63; Виленский А.В. Российские объединения малых предпринимателей как институт гражданского общества // Общественные науки и современность. – 2005. – № 1. – С. 59-68; Дадашев А.З., Гловацкая Н.Г. Эффективность поддержки малого предпринимательства // Вопросы экономики. – 2002. – № 7. – С. 126-139; Ковалев В.А., Кротов П.П. Региональная власть и бизнес: проблемы взаимодействия // СОЦИС. – 2004. – № 7. – С. 95-104.

4. Проанализировать основные препятствия на пути конструктивного взаимодействия малого бизнеса и власти.

5. Определить специфику дискурса малого бизнеса в СМИ и аналитических текстах, размещенных на сайтах бизнес-сообществ.

6. Описать различия в характеристике проблем малого бизнеса в СМИ и аналитических текстах, а также в экспертном самоописании бизнес-сообщества.

Объектом исследования является система сложившихся практик взаимодействия власти и малого бизнеса.

Предметом диссертационного исследования является специфика связей и элементов системы сложившихся практик, обусловленных региональным уровнем взаимодействия между властью и малым бизнесом.

Теоретико-методологической базой исследования выступают труды, фокусирующие внимание на принципе социально-экономического детерминизма (Н.Элиас и К.Поланьи)¹, а также социологического конструктивизма (П.Бергер и Т.Лукман)². Среди теорий среднего уровня для раскрытия исследуемой темы использовались теории коммуникации и социального взаимодействия в экономической сфере (М.Кастельс, Г.М. МакЛюэн)³.

Эмпирическая база научного исследования:

- Экспертные интервью с представителями нижегородского малого бизнеса (18 интервью), проведенные автором в 2007 году.

¹ Поланьи, К. Великая трансформация: Политические и экономические истоки нашего времени / Пер. с англ. А. Васильева и А. Шурбелева, под общ. ред. С.Е. Федорова. – СПб.: Алетейя, 2002. – 320с.; Поланьи, К. О вере в экономический детерминизм // Неформальная экономика. Россия и мир / Под ред. Теодора Шанина. – М.: Логос, 1999. – С. 505-513; Элиас, Н. О процессе цивилизации. Социогенетические и психогенетические исследования. – М.; СПб.: Университетская книга, 2001.

² Бергер, П., Лукман, Т. Социальное конструирование реальности: Трактат по социологии знания / Пер. с англ. Е. Руткевич. – М.: Academia-Центр; Медиум, 1995. – 323 с.

³ Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. под научн. ред. О.И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.; McLuhan G.M. Understanding Media, New York, 1984.

- Исследование документов, газетных и журнальных статей и аналитических текстов с сайтов бизнес-сообщества. В выборку были включены 8 газет, 4 журнала, 3 электронных СМИ и 3 сайта.

- Вторичный анализ данных социологических исследований:

«Условия и факторы развития малого бизнеса в регионах России». Всероссийское исследование 5900 малых предприятий, проведено ВЦИОМ для ОПОРЫ России в 2006-м году;

«Анализ состояния внешней среды малого бизнеса в России (на примере шести пилотных регионов)». Исследование проведено «Информационно-консультационным центром «Бизнес-Тезаурус» в 2001 году по заказу Федерального фонда поддержки малого бизнеса. Исследование проводилось в 6 регионах России – Москве; Курской, Нижегородской, Новосибирской областях и областных центрах, Екатеринбурге и Свердловской области, Ростове-на-Дону и области. Выборка составила 597 человек;

«Политический диалог между малым бизнесом и государственными структурами: текущая ситуация и перспективы». Исследование проведено по заказу Швейцарского фонда технического содействия Swisscontact в 2002-м году методом экспертного опроса представителей общественных объединений предпринимателей Нижегородской области.

Научная новизна исследования

1. Впервые выявлена экономико-социологическая специфика регионального характера взаимодействия власти и малого бизнеса.
2. Обоснована авторская методика комплексного качественного анализа характера взаимодействия региональных властей и малого бизнеса.
3. Выделены и описаны противоречия, присущие малому бизнесу, препятствующие формированию единой позиции во взаимодействии с властью.

4. Впервые материалы СМИ и аналитические тексты, предъявляемые общественности малым бизнесом, использованы как взаимодополняющие источники комплексной оценки регионального предпринимательства.
5. Выделены противоречия между экспертным самописанием малого бизнеса и дискурсов, предъявляемых в СМИ, и аналитических материалах бизнес-сообщества.

Положения, выносимые на защиту

1. Взаимодействие малого бизнеса и власти носит региональный характер. Федеральные власти задают по преимуществу рамочные условия, оставляя региональным властям возможность для выстраивания собственной политики. Межрегиональная дифференциация настолько высока, что не допускает единой или универсальной линии на передачу полномочий субъектам Федерации. В значительной мере положение малых предприятий в конкретных регионах определяется именно позицией местных властей.

2. Авторская комплексная методика оценки системы взаимодействия региональных властей и малого бизнеса предполагает обращение к ряду источников: к материалам региональных СМИ, материалам, инициированным бизнес-сообществом, в том числе аналитическим текстам (официальным документам, отчетам и т.д.), а также к экспертным оценкам представителей малого бизнеса. С одной стороны, благодаря широкой доступности двух первых источников анализа возможно получить полную картину региональной ситуации и ее динамический срез. С другой стороны, противоречия в экспертном самописании бизнес-сообщества и дискурсе СМИ позволяют углубить понимание региональной специфики взаимодействия власти и малого бизнеса.

3. Проблема неэффективного взаимодействия бизнеса и власти усугубляется недостаточностью ресурсов влияния местных бизнес-объединений. Последние функционируют во многом формально.

Большинство ассоциаций малого бизнеса фактически представляют собой гибрид предпринимательской и властной инициативы. Важнейшим объективным препятствием к ассоциированию предпринимателей является конкуренция между ними, не позволяющая находить общие интересы, точки соприкосновения даже в условиях жестких требований, предъявляемых властями. Различия в интересах предпринимателей больше, нежели сходство целей.

Отличительной чертой российского предпринимательства является его крайняя неоднородность по характеру, по мотивам деятельности, способам приумножения капитала, месту и положению в системе экономических отношений в обществе. Это вызывает противоречия между предпринимателями и мешает их консолидации в вопросах отстаивания своих общих интересов, что в конечном итоге неблагоприятно отражается на развитии малого бизнеса. Особенно это заметно в сфере финансовых отношений. Именно поэтому до сих пор не развивается система самоорганизации взаимокредитования и взаимострахования малого бизнеса, не развивается кредитная кооперация, не решаются многие другие проблемы развития инфраструктуры поддержки малого бизнеса.

4. Впервые материалы СМИ и аналитические тексты, предъявляемые общественности малым бизнесом, использованы как взаимодополняющие источники комплексной оценки предпринимательства.

В ходе диссертационного исследования были выделены различия, носящие взаимодополняющий характер, в описании проблем малого бизнеса в СМИ и аналитических текстах, инициированных бизнес-сообществом. В СМИ значительно чаще поднимаются вопросы административных барьеров и законодательных препятствий развития малого бизнеса, характеризуется работа администрации Нижнего Новгорода и области, освещаются темы благотворительности, описывается проблема прибыли и налогов, коррупции чиновников, а также законодательного регулирования предпринимательской деятельности. Общей характеристикой интереса к данным темам в СМИ

является критика властей, именно описание конфликтных ситуаций между предпринимателями и властью обуславливает повышенный интерес в СМИ к вышеперечисленным сюжетным направлениям.

5. Экспертное самописание представителей малого бизнеса по вопросам взаимодействия с местными властями имеет свою специфику.

1) Несмотря на активное внимание СМИ к проблемам бюрократических препятствий малому бизнесу, сами предприниматели реже всего поднимают данный вопрос. В значительно большей мере их волнуют проблемы коррупции, конкурентоспособности, привлечения инвестиций.

2) Для малого бизнеса наиболее актуальной является проблематика взаимодействия с местными властями по вопросам налогообложения, поскольку они определяют всю специфику и возможности развития малого бизнеса.

3) Предприниматели не воспринимают власть как стратегического партнера в развитии бизнеса, запрос на взаимодействие с властью обусловлен преимущественно необходимостью решения тактических проблем (уплаты налогов, получения кредитов на льготных условиях).

Аналитические тексты в меньшей мере ориентированы на характеристику конфликтных ситуаций, а больше на рассмотрение внутренних проблем бизнеса и сложившихся механизмов регулирования предпринимательской деятельности со стороны государства. Аналитические тексты заострены на рассмотрение проблем в большей мере, чем на описание механизмов конструктивного взаимодействия между властью и малым бизнесом. Это позволяет более подробно, нежели в СМИ, раскрыть сущность данных проблем и предъявить ее бизнес-сообществу. Также это способствует описанию разностороннего, объемного образа власти в бизнес-среде.

Теоретическая и практическая значимость работы

Теоретическая значимость работы заключается в том, что при помощи авторской методики анализа текстовой информации в ней классифицированы основные препятствия на пути формирования эффективного механизма

взаимодействия между региональными властями и малым бизнесом. В качестве основного метода был выбран многомерный количественный контент-анализ. Использование данного метода позволило осуществить типологию совокупности текстов, выделить основные сюжетные линии, посвященные проблемам взаимодействия малого бизнеса и власти, и сравнить тематическую наполненность СМИ и аналитических текстов.

Также выявлен и описан запрос малого бизнеса к местным властям, определена его специфика и возможные направления конструктивного взаимодействия. Выделен фактор СМИ и сайтов бизнес-сообществ в конструировании образа власти и малого бизнеса, а также выявлена специфика этих двух каналов коммуникации.

Практическая значимость обусловлена выявлением специфических требований, которые малый бизнес предъявляют к властям. Понимание этих требований может быть использовано в реальной практике создания механизмов взаимодействия местной власти с региональным предпринимательским сообществом, налаживании системы обратной связи, может быть полезно как представителям власти, так и предпринимательских сообществ в их работе. Материалы диссертации могут быть использованы в процессе профессиональной подготовки социологов, в вузовском курсе по экономической социологии, в курсе общей социологии.

Апробация работы

Материалы диссертационного исследования используются автором при чтении курса «Практический маркетинг» в Нижегородском филиале Государственного Университета Высшая школа экономики.

Положения диссертации были изложены в выступлениях на конференциях:

- Эволюция женского лидерства: Россия, 1985-2005 гг. – Москва, Горбачев-фонд, 2005.

- Новые информационные технологии – инструмент повышения эффективности управления. 5-я межрегиональная научно-практическая конференция. – Нижний Новгород, Кремль, 2006.
- Потенциалы России в глобальном мире: проблема адаптации и развития. Десятые Вавиловские чтения. – Йошкар-Ола, 2006.

Апробация работы проходила также во время консультаций с профессорами университета Дуйсбург–Эссен (Германия) в 2002 г.

Диссертация обсуждена на заседании кафедры прикладной социологии факультета социальных наук Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского.

Основные положения диссертационного исследования были отражены в 9 авторских публикациях, общим объемом 3,8 п.л., в том числе двух статьях в рецензируемых изданиях, рекомендуемых ВАК РФ.

Структура диссертационного исследования

Диссертационная работа состоит из Введения, трех глав, Заключения, библиографии и приложения. В работе представлено 35 рисунков, 2 таблицы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во Введении обосновывается актуальность темы, описывается степень научной разработанности проблемы, формулируются цель и задачи, объект и предмет исследования, характеризуется его теоретико-методологическая и эмпирическая база, раскрывается научная новизна, положения, выносимые на защиту, научная и практическая значимость результатов исследования.

Первая глава работы «Особенности взаимодействия власти и малых предпринимателей: административный аспект» состоит из двух параграфов, в которых проанализированы теоретические концепции, посвященные процессам взаимодействия власти и малого бизнеса.

В первом параграфе «Направления политики федеральных и региональных органов власти в отношении малого бизнеса» рассматриваются положения, которые раскрывают особенности

взаимодействия местных властей и малого бизнеса на региональном уровне. Основная доля работ по проблемам малого бизнеса (начиная с 1990-х годов) посвящена преимущественно структуре этого слоя, его специфическим особенностям. Тематика защиты малого бизнеса (от осложнения экономических условий, власти, кредиторов, контрольно-надзорных служб) является преобладающей в научном дискурсе. Зачастую речь не идет о выстраивании взаимовыгодного партнерства между малыми предпринимателями и местными властями, хотя именно такое партнерство позволило бы сократить долю теневых практик в их взаимодействии, и, соответственно, сделать его более эффективным.

Автор особо подчеркивает, что взаимодействие малого бизнеса и власти носит сугубо региональный характер. Федеральные власти задают по преимуществу рамочные условия, оставляя региональным властям возможности для выстраивания собственной политики. Межрегиональная дифференциация настолько высока, что не допускает единой или универсальной линии на передачу полномочий субъектам Федерации. В значительной мере положение малого бизнеса в конкретных регионах определяется именно позицией местных властей.

Проблема неэффективного взаимодействия усугубляется недостаточностью ресурсов влияния у местных объединений предпринимателей. Последние решают вопросы взаимодействия с властью преимущественно в конфликтных ситуациях. Если же обострения отношений с властью не наблюдается, данные объединения функционируют во многом формально. Это объясняется объективными обстоятельствами – сложностью организации широкой коалиции, представляющей интересы большого числа потенциально заинтересованных лиц при неочевидной для них эффективности ее лоббистской деятельности, отсутствием опыта и знакомства с политическими технологиями, во многом же – тем, что подавляющее большинство ассоциаций малого бизнеса фактически представляли собой гибрид предпринимательской и аппаратной инициативы.

Во втором параграфе «Противоречия в системе взаимодействия бизнеса и власти» рассмотрены содержательные направления этого взаимодействия. Чаще всего они связаны с противоречиями:

- в содержании законодательства;
- бизнеса и власти;
- внутри самого бизнеса.

В сложившейся в настоящее время на региональном и муниципальном уровнях институциональной модели взаимодействия власти и бизнеса определяющее значение имеют неформальные нормы и практики. Нормативная непроработанность взаимодействия между властью и бизнесом, хотя и имеет место, но все же оказывает не столь значимое влияние, как уже сложившиеся в конкретных регионах практики неформального взаимодействия. Не только коррумпированные чиновники заинтересованы в сохранении сложившейся системы, но и сами предприниматели, которые часто не верят в эффективность нормативных путей построения отношений с властью и стремятся тем или иным образом неформально инкорпорироваться в систему взаимосвязей властной иерархии.

Важнейшим объективным препятствием к ассоциированию предпринимателей является конкуренция между ними. Последняя не позволяет находить общие интересы, точки соприкосновения даже в условиях жестких требований, предъявляемых властями. Различия в интересах предпринимателей больше, нежели сходство целей.

Во второй главе «Дискурс проблем малого предпринимательства: особенности СМИ и аналитических текстов», включающей три параграфа, представлены результаты сравнительного исследования текстов СМИ, посвященных проблемам предпринимательства, а также аналитических текстов, написание которых было инициировано представителями бизнес-сообщества и которые были размещены на различных деловых сайтах.

Описывается авторская методика анализа текстовой информации. В качестве основного метода был выбран многомерный количественный

контент-анализ. Использование данного метода позволило осуществить типологию совокупности текстов, выделить основные сюжетные линии, посвященные проблемам взаимодействия малого бизнеса и власти и сравнить тематическую наполненность СМИ и аналитических текстов.

В первом параграфе «Сравнительные характеристики тематической наполненности дискурса малого предпринимательства» автор приходит к выводу, что основной характеристикой дискурса малого бизнеса, который разворачивается в СМИ и аналитических текстах, является первостепенный характер криминальных сюжетов в восприятии бизнеса как такового, что создает существенные преграды на пути построения эффективного сотрудничества. Обе стороны этого сотрудничества преподносятся массовому сознанию как не вполне чистоплотные, что, несомненно, влияет и на восприятие властью и бизнесом друг друга, провоцируя первую на жесткие законодательные и репрессивные меры в отношении бизнеса (при общей декларации значимости малого бизнеса), а малого бизнеса – на протестные и зачастую неконструктивные выпады в отношении властей.

В ходе диссертационного исследования были выделены различия в описании проблем малого бизнеса в СМИ и аналитических текстах. В СМИ значительно чаще (разность составляет от 5% до 20%) поднимаются вопросы административных барьеров и законодательных препятствий развития малого бизнеса (основной посыл здесь – критика властей) – 27% публикаций, характеризуется работа администрации Нижнего Новгорода и области – 19%, поднимаются вопросы благотворительности – 18%, описывается проблема прибыли и налогов, коррупции чиновников, а также законодательного регулирования предпринимательской деятельности – по 17%. Кроме того, регулярно рассматриваются проблемы неконкурентоспособности и развития городской инфраструктуры (по 14%). Общей характеристикой интереса к данным темам в СМИ является критика властей, именно описание конфликтных ситуаций между предпринимателями и властью обуславливает

повышенный интерес в СМИ к вышеперечисленным сюжетным направлениям.

Напротив, аналитические тексты в меньшей мере ориентированы на характеристику конфликтных ситуаций, а больше на рассмотрение внутренних проблем бизнеса и сложившихся механизмов регулирования предпринимательской деятельности со стороны государства. В связи с данной содержательной направленностью в аналитических текстах делается преимущественный упор на такие сюжетные направления, как адаптация российских предпринимателей к меняющимся рыночным условиям (37%), криминальные проблемы (36%). В равной мере, как и в СМИ, в аналитических текстах затрагиваются вопросы протестной деятельности предпринимателей (20%), особенностей развития торгового бизнеса (20%), деятельности пожарных и правоохранительных органов в отношении предприятий малого бизнеса (19%), кредитных стратегий предпринимателей (16%).

Второй параграф второй главы «Особенности рассмотрения в СМИ проблем взаимодействия власти и малого бизнеса» посвящен основным сюжетным направлениям дискурса малого бизнеса в СМИ. Были выделены следующие основные направления:

1. Криминальные проблемы. Значительное число публикаций в рамках сюжета о криминальных проблемах посвящено правонарушениям на малых и средних предприятиях (чаще всего речь идет о воровстве сотрудников). Были выделены два комплекса публикаций:

- Правонарушения со стороны предпринимателей, проблемы теневого бизнеса.
- Действия со стороны властей и правоохранительных органов, которые приравниваются предпринимателями к криминальным. Речь идет о непосредственном отнесении действий властей к криминальным, однако требования со стороны властей зачастую приравниваются к требованиям, которые предъявляли бизнесу криминальные структуры в 1990-е годы.

Весь ряд данных публикаций отражает конфликты между предпринимателями и властями, которые во многом проистекают из несовершенства правового поля и большого количества теневых практик, свойственных не только деятельности предпринимателей, но и чиновников.

2. Административные барьеры. Публикации о проблеме административных барьеров также были разделены на две части:

- Описание усилий властей (как федеральных, так и местных) по устранению чрезмерного количества препятствий на пути эффективного ведения бизнеса.

- Характеристика местных властей как предпринимающих недостаточные усилия по поддержке малого и среднего бизнеса, а в ряде случаев действующих вразрез с федеральным законодательством. Можно говорить об определенном нарастании разочарования в результатах административной реформы 2003 – 2006-го годов, когда местные власти обвиняли в препятствовании развитию малого и среднего бизнеса. Расхождение деклараций и реальной практики привело к появлению ряда конфликтов между властью и предпринимателями, которые нашли свое отражение в СМИ.

3. Протестная деятельность предпринимателей. Сюжет о протестной деятельности предпринимателей характеризует ту фазу конфликта между предпринимателями и властью, когда первые переходят к активному выражению своего протеста – участвуют в митингах, пикетах.

4. Особенности развития торгового бизнеса. Развитие торгового бизнеса в Нижнем Новгороде рассматривалось через противостояние мелкого и крупного бизнеса – частных предпринимателей и крупных торговых сетей. Местные власти в нижегородских СМИ представлялись как лоббирующие интересы крупного бизнеса, а потому проводящие политику сокращения рыночной и другой мелкой торговли.

5. Деятельность пожарных и правоохранительных органов в отношении малого бизнеса. Административная реформа должна была защитить

предпринимателей, сократить количество контролирующих органов и упорядочить процедуру проверок. Несмотря на реформирование механизма контроля, милиция и налоговые службы по-прежнему остаются инструментом давления власти на малый бизнес.

6. Работа администрации Нижнего Новгорода и области, проблема коррупции. Политика нижегородских властей в отношении малого бизнеса представляется в настоящий момент по преимуществу репрессивной. С одной стороны, декларируется тенденция поддержки малого бизнеса в рамках общефедеральной политики. В то же время, стремление полностью контролировать малый бизнес, исключить теневые схемы провоцирует стремление власти объединить всех участников малого бизнеса либо в бизнес-инкубаторах, либо в рамках крупных торговых центров.

7. Благотворительность. Данный сюжет также подразумевает критику властей. Активное использование понятия социальной ответственности бизнеса приводит к тому, что предпринимателей понуждают к благотворительности или спонсорству всякий раз, как власть посчитает нужным (даже по отношению к заведомо коммерческим проектам). К данной теме близок сюжет о развитии городской инфраструктуры.

Кроме того, в СМИ поднимаются темы адаптации предпринимателей и проблемы неконкурентоспособности, законодательного и налогового регулирования, кредитования предпринимателей.

Третий параграф второй главы «Проблемы малого бизнеса в аналитических текстах» затрагивает специфические (по сравнению со средствами массовой информации) аспекты представления проблем малого бизнеса в текстах, инициированных самим бизнес-сообществом. В аналитических текстах были выделены два основных тематических направления:

1. Адаптация российских предпринимателей к меняющимся экономическим условиям. Данное тематическое направление содержательно

объединяет сюжеты о собственно адаптации предпринимателей, об их кредитных стратегиях, а также о проблеме прибыли и налогов.

2. Криминальные проблемы. Все рассматриваемые здесь аспекты так или иначе связаны с правонарушениями, теневым бизнесом, злоупотреблением служебным положением со стороны чиновников. К этому тематическому направлению были отнесены следующие сюжеты: собственно криминальные проблемы, особенности развития торгового бизнеса, деятельность пожарных и правоохранительных органов, деятельность местных властей, коррупция, протестная деятельность предпринимателей, благотворительность.

Аналитические тексты содержат мало упоминаний по сравнению со СМИ о позитивном сотрудничестве между властью и малым бизнесом. Очевидно, аналитические тексты заострены на рассмотрение проблем в большей мере, чем на описание механизмов конструктивного взаимодействия между властью и малым бизнесом. С одной стороны, это позволяет более подробно, нежели в СМИ, вскрыть сущность данных проблем и предъявить ее бизнес-сообществу. С другой стороны, способствует формированию негативного образа власти в бизнес-среде, тем самым препятствуя в ряде случаев установлению механизмов сотрудничества между властью и малым бизнесом.

В третьей главе «Особенности восприятия механизмов взаимодействия власти и бизнеса в среде малого предпринимательства», состоящей из трех параграфов, представлены результаты экспертного опроса представителей нижегородского малого бизнеса. Исследование позволило выявить специфические аспекты собственного запроса предпринимателей к власти по сравнению с тем описанием и характеристикой проблем, которые предъявляются в СМИ, и даже собственно аналитических текстах, инициированных бизнес-сообществом.

В первом параграфе третьей главы «Специфика формирования запроса на диалог с властью в предпринимательской среде» для лучшего

понимания специфических особенностей формирования взаимодействия власти и малого бизнеса дана характеристика малого предпринимательства в Нижегородской области.

В этом параграфе описывается проведенный автором экспертный опрос предпринимателей, который позволил выявить особенности восприятия малыми предпринимателями взаимодействия с местными властями. В отличие от анкетного опроса данный метод позволил более глубоко понять существующие в сознании малых предпринимателей мотивационные структуры к формированию диалога с властью, более полно охарактеризовать основную совокупность препятствий на пути построения данного диалога.

По итогам опроса автор делает акцент на следующих общих специфических чертах восприятия власти малым бизнесом:

1. Несмотря на активное внимание СМИ к проблемам проверок малого бизнеса, сами предприниматели реже всего поднимают данный вопрос. В значительно большей мере их волнуют проблемы коррупции, конкурентоспособности, привлечения инвестиций.

2. Для малого бизнеса наиболее актуальной является проблематика взаимодействия с местными властями по вопросам налогообложения, поскольку данные вопросы определяют всю специфику и возможности развития малого бизнеса.

3. Предприниматели не воспринимают власть как стратегического партнера в развитии бизнеса, запрос на взаимодействие с властью обусловлен преимущественно необходимостью решения тактических проблем (уплаты налогов, получения кредитов на льготных условиях).

Во втором параграфе «Возможности властей по созданию рамочных условий для развития малого бизнеса» раскрывается такой содержательный аспект запроса малого бизнеса к власти, как создание благоприятных условий для ведения бизнеса. Поддержка малого бизнеса оценивается как одна из основных функций местной власти, поэтому

предприниматели ожидают от власти различных действий и мероприятий, которые способствовали бы развитию малого бизнеса.

Прежде всего, создание благоприятного финансово-налогового климата связывается экспертами не только и не столько с облегчением налогового бремени, сколько с упорядочением контрольной функции власти.

Второй аспект запроса нижегородских предпринимателей к властям состоит в создании общих рамочных условий, инфраструктуры для реализации бизнес-проектов. Причиной данного запроса является то, что только местные власти могут выступить организаторами и посредниками в создании данной инфраструктуры.

Важным представляется вопрос о социальной защите самих малых предпринимателей (построению более четкой и понятной самим предпринимателям системы социальных и пенсионных гарантий), а также о формировании механизмов поддержки предпринимателей (особенно самых небольших фирм) со стороны государства при реализации системы социальных гарантий для работников малых предприятий.

В третьем параграфе «Контрольная функция власти и проблемы административных барьеров» рассматривается аспект взаимодействия малого бизнеса и власти на административном уровне.

Контролирующая функция власти реализуется через деятельность различных контрольно-надзорных органов, прежде всего, налоговой инспекции. Основные конфликтные ситуации между малыми предпринимателями и властью возникают, по оценкам экспертов, именно по вопросам налогов и сборов, деятельности проверяющих инстанций. В качестве серьезной проблемы отмечается также коррумпированность местных чиновников.

Наиболее неоднозначно эксперты оценивают лицензионно-сертификационную деятельность местных властей. С одной стороны, часть экспертов считают такие проверки рутинными. С другой стороны, некоторые из них полагают, что именно лицензионные службы имеют широкие

возможности для препятствий нормальному функционированию малого бизнеса, который не в состоянии соответствовать всем нормативам и стандартам.

Таким образом, в среде малых предпринимателей по отношению к местным властям сформирован запрос на упорядочение норм и стандартов функционирования малого бизнеса (особенно торгового), придание процедурам проверок более прозрачного характера, который исключил бы значительную часть возможностей для требования взяток.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Взаимодействие малого бизнеса и власти носит региональный характер. Федеральные власти задают по преимуществу рамочные условия, оставляя региональным властям возможности для выстраивания собственной политики. Межрегиональная дифференциация настолько высока, что не допускает единой или универсальной линии на передачу полномочий субъектам Федерации. В значительной мере положение малых предприятий в конкретных регионах определяется именно позицией местных властей.

В сложившейся в настоящее время на региональном и муниципальном уровнях институциональной модели взаимодействия власти и бизнеса определяющее значение имеют неформальные нормы и практики.

Проблема неэффективного взаимодействия усугубляется недостаточностью ресурсов влияния у местных объединений предпринимателей. Последние решают вопросы взаимодействия с властью преимущественно в конфликтных ситуациях. Если же обострения отношений с властью не наблюдается, данные объединения функционируют во многом формально.

Важнейшим объективным препятствием к ассоциированию предпринимателей является конкуренция между ними. Последняя не позволяет находить общие интересы, точки соприкосновения даже в условиях жестких требований, предъявляемых властями. Различия в интересах предпринимателей больше, нежели сходство целей.

В ходе диссертационного исследования были выделены различия в описании проблем малого предпринимательства в СМИ и аналитических текстах, инициированных бизнес-сообществом. В СМИ значительно чаще поднимаются вопросы административных барьеров и законодательных препятствий развития малого бизнеса (основной посыл здесь – критика властей), характеризуется работа администрации Нижнего Новгорода и области, поднимаются вопросы благотворительности, описывается проблема прибыли и налогов, коррупции чиновников, а также законодательного регулирования предпринимательской деятельности.

Аналитические тексты в меньшей мере ориентированы на характеристику конфликтных ситуаций, а больше на рассмотрение внутренних проблем бизнеса и сложившихся механизмов регулирования предпринимательской деятельности со стороны государства. В связи с данной содержательной направленностью в аналитических текстах делается преимущественный упор на такие сюжетные направления, как адаптация российских предпринимателей к меняющимся рыночным условиям, криминальные проблемы. Аналитические тексты заострены на рассмотрение проблем в большей мере, чем на описание механизмов конструктивного взаимодействия между властью и малым бизнесом. С одной стороны, это позволяет более подробно, нежели в СМИ вскрыть сущность данных проблем и предъявить ее бизнес-сообществу. С другой стороны, способствует формированию негативного образа власти в бизнес-среде, тем самым препятствуя в ряде случаев установлению механизмов сотрудничества между властью и малым бизнесом.

Экспертное самописание представителей малого бизнеса по вопросам взаимодействия с местными властями имеет свою специфику. Для предпринимателей наиболее актуальной является проблематика взаимодействия с местными властями по вопросам налогообложения, поскольку данные вопросы определяют всю специфику и возможности развития малого бизнеса. Предприниматели не воспринимают власть как

стратегического партнера в развитии бизнеса, запрос на взаимодействие с властью обусловлен преимущественно необходимостью решения тактических проблем (уплаты налогов, получения кредитов на льготных условиях).

ОСНОВНЫЕ ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

1. Соболева А.В. Проблемы развития нижегородского малого бизнеса и пути их преодоления с позиций системного подхода // Вестник Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. Выпуск 1 (9). – Нижний Новгород: ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2008. – С. 84-91. ISSN 1811-5942. 0,8 п.л.
2. Соболева А.В. Сравнительные характеристики тематической наполненности дискурса малого предпринимательства // Вестник Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. Выпуск 3 (11). – Нижний Новгород: ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2008. – С. 57-64. ISSN 1811-5942. 0,8 п.л.
3. Прыкина Ю.Ю. (Клемятич), Соболева А.В. Специфика социокультурных интеракций с out-группами в российском обществе //Надежды: Сборник научных статей студентов /Сост. и научн. ред. З.Х.Саралиева. – Нижний Новгород: НИСОЦ, 2002. С.137 – 144. ISBN 5-93116-002-7. 0,5 п.л. (неразделенное авторство).
4. Соболева А.В. Проблема самоидентификации образованного слоя в современном обществе //Социология социальных трансформаций /Под общей ред. проф. З.Х.Саралиевой. – Нижний Новгород: НИСОЦ, 2003. С.363 – 365. ISBN 5-93116-048-5. 0,2 п.л.
5. Прыкина Ю.Ю. (Клемятич), Соболева А.В. Типология взаимодействия с «другими» // Процессы идентификации российских граждан в социальном пространстве «своих» и «несвоих» групп и сообществ (1999-2002 гг.) Мастер-класс профессора В.А. Ядова. – М.: Аспект Пресс, 2004. – С. 83-88. ISBN 5-7576-0355-1. 0,3 п.л. (неразделенное авторство).

6. Соболева А.В. Басс, Терри Ф., Янсер, Лаура С. Малое предпринимательство в России периода экономической трансформации, 1991-1993 // Социальные науки: реферативный сборник. – Вып.1. – Нижний Новгород: НИСОЦ, 2004. – С. 10-15. ISBN 5-93116-062-0. 0,4 п.л.
7. Соболева А.В. Женское предпринимательство: региональный аспект // Перспективы: Сборник научных статей аспирантов / Составитель и научный редактор З.Х. Саралиева. – Нижний Новгород: НИСОЦ, 2005. – С. 324 – 330. ISBN 5-93116-064-7. 0,5 п.л.
8. Соболева А.В. Решения IP-телефонии для бизнеса // Новые информационные технологии – инструмент повышения эффективности управления. Материалы 5-й межрегиональной научно-практической конференции. – Нижний Новгород, 2006. – С. 77-79. 0,2 п.л.
9. Соболева А.В. Толерантность и девиации в условиях большого города // Молодежь XXI века: толерантность как способ мировосприятия. – Нижний Новгород: НИСОЦ, 2001. – С. 118-119. ISBN 5-93116-030-2. 0,1 п.л.