



Примечания

- 1 См.: Кесаева Р. Э., Тигишвили Н. Н. Медико-социальная экспертиза и социальная работа. М., 2013. С. 32.
- 2 См.: Кесаева Р. Э., Кесаева Ж. Э. Социологический анализ социально-медицинской помощи пожилым. Пермь, 2014. С. 45.
- 3 См.: Пузин С. Л., Андреева О. С., Сырников И. К., Лаврова Д. И. Основы медико-социальной реабилитации инвалидов. М., 2003. С. 54.
- 4 См.: Гришина Л. П., Войтехов Д. Д., Таллаева Н. Д. Основные медико-социальные причины инвалидности и пути ее профилактики : Обзорная информация ЦБНТИ МСО РСФСР. Вып. 10. М., 1987. С. 31.
- 5 См.: Кесаева Р. Э., Кесаева Ж. Э. Указ. соч. С. 83.
- 6 См.: Кесаева Р. Э. Семья и медицина / под ред. А. А. Магомедова. Владикавказ, 2006. С. 202.
- 7 См.: Кесаева Р. Э., Тигишвили Н. Н. Указ. соч. С. 52.

УДК 316.334.55

УСЛОВИЯ И ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ПОТЕНЦИАЛА СЕЛЬСКОГО СОЦИУМА

И. В. Нечаева

Институт аграрных проблем РАН, Саратов
E-mail: irnech89@mail.ru

В статье аналитически структурировано социологическое содержание категории «предпринимательский потенциал» сельского социума. Дано авторское видение основных социологических параметров, характеризующих потенциал сельского предпринимательства, рассматриваются факторы и условия, влияющие на его формирование. Анализируется и оценивается современное состояние социальной основы предпринимательских инициатив сельского населения.

Ключевые слова: сельский социум, предпринимательский потенциал, структура и характеристика предпринимательского потенциала.

Conditions and Factors of Forming the Entrepreneurial Potential of Rural Society

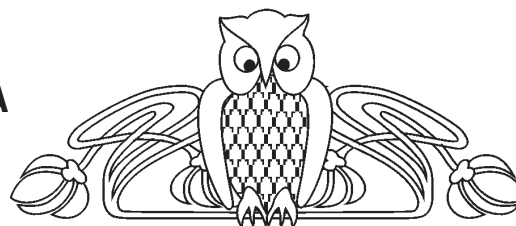
I. V. Nechaeva

In the article is analytically structured a sociological content of category «entrepreneurial potential» of rural society. Given the author's vision of basic sociological parameters with sociological positions, structuring and describing the potential of rural entrepreneurship, examines the factors and conditions influencing its formation. Analyzed and assessed the current state of the social foundation of entrepreneurial initiatives of the rural population.

Key words: rural society, entrepreneurial potential, structure and characteristics of entrepreneurial potential.

DOI: 10.18500/1818-9601-2016-16-1-28-33

Социальные изменения, произошедшие в российском селе вследствие перехода к рыночному общественному устройству, делают настоятельно необходимыми исследования, которые рассматривают проблематику потенциала становления новых форм хозяйственной активности на селе. Особенно актуальным данный анализ становится в связи с прогнозом перспектив развития аграрной подсистемы общества, функ-



ционирование которой должно базироваться на новых принципах хозяйствования, социально-инициативных видах деятельности, личной активности субъектов.

Обеспечение продовольственной безопасности и необходимость развития аграрного производства формируют особый общественный запрос на исследование предпринимательского потенциала сельских сообществ. Особая актуальность анализа и оценки предпринимательского потенциала сельского социума обусловлена тем, что, с одной стороны, он определяет перспективы развития предпринимательских практик на селе, а значит, и рост сельскохозяйственного производства, а с другой – знание его параметров необходимо для выработки управленческих решений, касающихся развития аграрной сферы.

Теоретические подходы к исследованию предпринимательского потенциала базируются на теориях структурно-функционального анализа, который рассматривает общество (социум) как социальную систему, состоящую из взаимосвязанных элементов (социальные структуры, институты), которые обеспечивают функции ее воспроизводства и устойчивости существования. Видоизменение социальных систем всегда связано с появлением новых социальных элементов¹, социальных образований, аккумулирующих потенциал будущих изменений и стимулирующих развитие социально-инициативных видов деятельности. Предпринимательство, относящееся по основным социально-видовым признакам к социально-инновационным видам деятельности, является одним из таких элементов развития и трансформации социальных систем, который формирует новые социальные ниши и аспекты взаимодействий между индивидами. Поэтому прогноз динамики его развития вызывает необходимость комплексной оценки его социального потенциала.



В общепринятой трактовке предпринимательство рассматривается как инициативная, самостоятельная, осуществляемая от своего имени, на свой риск, под свою имущественную ответственность деятельность граждан, физических и юридических лиц, направленная на систематическое получение дохода, прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг. Категория же «предпринимательский потенциал» относительно недавно стала предметом научного анализа, как в силу того факта, что предпринимательство не так давно вошло в социальную реальность, так и в силу того, что она преимущественно рассматривалась с экономических позиций, что обусловлено самим сущностным содержанием предпринимательства.

Социологическим же основаниям данной категории уделялось не так много внимания. Концентрированное выражение социологических подходов к феномену предпринимательства сфокусировано на социально-инновационных аспектах данной деятельности и создании новых возможностей для самореализации индивидов, как правило, посредством механизмов адаптации и формирования экономического сознания. Так, Й. Шумпетер, Г. Шмоллер подчеркивали активно-преобразовательные и социально-инновационные характер и основания предпринимательской деятельности. Согласно Й. Шумпетеру, предпринимательская функция в обществе состоит в осуществлении организационно-хозяйственной инновации². При этом предприниматель не обязательно сам создает новые комбинации, чаще он копирует чужой хозяйственный опыт, попутно формируя новые динамические области социальных отношений.

Понятие же «потенциал» трактуется как совокупность средств и ресурсов, имеющихся в наличии и которые могут быть задействованы для достижения определенной цели; совокупность возможностей отдельного лица или социума в определенной области³. Совмещение сущностных характеристик данных понятий позволило интерпретировать категорию «предпринимательский потенциал» как социальную основу, необходимую для актуализации предпринимательской деятельности, т. е. такой деятельности, которая выходит за рамки общепринятых социальных представлений и норм в обществе. Его также можно определить как социально-детерминированную совокупную возможность участия сельчан в предпринимательской деятельности. А. Ю. Чепуренко⁴ к предпринимательскому потенциалу относит ту часть трудового потенциала социума, которая обладает склонностью к предпринимательской деятельности и в качестве индивидов-носителей предпринимательского потенциала выделяет в социуме определенную совокупность физических лиц, начавших ею заниматься и/или рассматривающих возможность

перехода к предпринимательским практикам. При этом столкновение традиционности, привычное следование устоявшимся социальным нормам и инновационный стиль поведения, выбор новых видов деятельности во многом опосредованы социокультурными параметрами сельского социума и ценностными приоритетами индивидов. В данном контексте их целесообразно рассматривать в качестве факторов, способствующих формированию векторов социальной самореализации субъектов в контексте индивидуальных жизненных стилей либо приоритета традиционалистских направлений самореализации.

Анализ сущности исследуемого феномена, состоящей в признании приоритетной роли в преобразованиях на селе социально-субъектной деятельности индивидов, ее комплексного характера и обусловленности ценностными аспектами жизнедеятельности, использован в качестве основы для выявления и отбора структурных элементов⁵ с социологических позиций, характеризующих предпринимательский потенциал села. Аналитическая модель анализа социального потенциала предпринимательства в сельском социуме была нацелена на выявление страты сельских респондентов, имеющих предпринимательские ориентации. Исследовательские задачи в данном контексте заключались:

- в анализе распространения предпринимательских ориентаций в сельском социуме;
- в выявлении группы сельских респондентов, проявляющих потенциальную склонность к предпринимательской деятельности;
- в анализе мотивации обращения к предпринимательской деятельности и факторов ее привлекательности для индивидов;
- в обнаружении взаимосвязи между инициативным социально-экономическим поведением и предпринимательскими ориентациями сельчан;
- в анализе основных ценностных ориентаций индивида, формирующих вектор направленности стратегий жизнедеятельности индивидов.

Современные теоретические подходы к анализу развития предпринимательства рассматривают формирование предпринимательских ориентаций как начальный этап, необходимый для перехода к предпринимательской деятельности. Анализ изучения преобладающего отношения к предпринимательству в сельском локале показал, что жизнь в рыночных условиях постепенно переместила предпринимательство в разряд привычных явлений действительности, дала возможность с новых позиций оценить вновь возникшее явление. Из внутрисельских настроений практически исчезло категоричное неприятие рыночных институтов, характерное для периода начала реформ в аграрном секторе; напротив, некоторая часть сельского сообщества видит в нем новые возможности для самореализации. Преоб-



ладающей оценкой малого предпринимательства (фермерства) является положительное отношение к данному феномену.

На возможность формирования потенциальной склонности к освоению предпринимательской деятельности оказывают влияние ее социальный образ и социальная оценка данного вида деятельности, присутствующая в сельском социуме. Современный срез социального восприятия показывает⁶, что только пятая сельских респондентов (22,6%) считают предпринимателей

преуспевающей частью социума, представители которой много добились в жизни. Оценивают предпринимательство как вид деятельности со своими успехами и провалами 33,3% сельчан и откровенно им не завидуют, считая, что их жизнь – нестабильность, опасность и риск чуть, менее пятой части сельчан – 17,2% (табл. 1). Поэтому в общественном мнении села образ предпринимательства как такового скорее носит оттенок труднореализуемого и нестабильного вида деятельности.

Таблица 1

**Мнения сельских респондентов о деятельности предпринимателей
(в % к ответившим)**

Считаю, что они многого добились, преуспевают	22,6
По всякому бывает – у них есть успехи, есть и провалы	33,3
Я им не завидую, их жизнь – это риск, нестабильность, опасность	17,2
Среди моего окружения нет предпринимателей	19,4
Затрудняюсь ответить	7,5

Анализ мотивации вероятностного обращения к предпринимательству показывает, что процент исконных, «природных» предпринимателей, которые сумели себя проявить даже в период развития социализма, составляет 8%. Для остальных же, учитывая исходно низкий жизненный уровень в селе и невысокую планку социальных запросов, данное стремление следует рассматривать скорее в плоскости вынужденного обращения к предпринимательству, так как субъекты, скорее всего, видят в нем единственный имеющийся на сегодняшний день способ материально обеспечить свою семью. Этот вывод подтверждается анализом перспектив видения положительных сторон предпринимательства, где явный приоритет отдан именно этим альтернативам (50% респондентов в предпринимательски ориентированной группе). Данный вид мотивации наиболее характерен для сельского социума, представляя собой социальный ответ на внешние обстоятельства и проблемы. Полученные показатели соотносимы с общероссийскими данными глобального мониторинга предпринимательства⁷, в рамках которого исследовался уровень предпринимательской активности населения. По его данным, в селах, по сравнению с городами, мотивация вынужденности превалирует. В качестве основной побудительной причины к организации собственного дела наибольший процент набрала альтернатива отсутствия лучших вариантов работы и самообеспечения (40%). Тогда как в крупных городах данная причина была актуальна только для 7% респондентов. Также для сельского социума гораздо менее характерна ориентация на получение преимуществ, которое дает занятие бизнесом, – 20% (в больших городах эта причина актуальна для 36% респондентов). Мотивация стремления к большим социальным достиже-

ям также более характерна для города в целом, чем для села. В больших городах предпочтение отдали данному варианту 29–40% респондентов, тогда как в селах – только 20%.

Развитие в российском обществе рыночных отношений, повлекшее за собой постепенное снижение доминирования традиционных устоев жизнедеятельности села, способствовало расширению поля вариативности самореализации субъектов. Используя ряд индикаторов, основным из которых являлась потенциальная предрасположенность субъекта к предпринимательским практикам, по результатам исследования была дифференцирована группа респондентов (8–14%), преимущественно состоящая из молодых людей (18–30 лет), отдающая предпочтение индивидуальным стратегиям жизнедеятельности.

Результаты исследования также показали, что на склонность к предпринимательским стратегиям оказывают влияние уровень материального достатка респондента и степень удовлетворенности жизнью. Выявлено, что 38,5% респондентов, выразивших желание иметь собственное дело, в основном сосредоточены в группе с невысоким уровнем достатка. В исследовании также рельефно обозначена взаимосвязь между степенью удовлетворенности жизнью в целом и предрасположенностью к предпринимательству. Результаты сопоставления данных вопросов показали, что группу респондентов, имеющих желание организовать собственное дело, почти на 70% составляют индивиды, имеющие разную степень недовольства собственной жизнью. Из них почти 40% не вполне удовлетворены тем, как складывается их жизнь, и еще треть те, кто недоволен собственной жизнью. Разная степень неудовлетворенности собственной жизнью может служить мотивирующим аспектом возможного обращения к предпринимательским стратегиям.



Предпринятые социологические исследования позволили сделать вывод о том, что индивиды, обладающие склонностью к индивидуальным стратегиям жизнедеятельности, имеют специфические социальные характеристики. Установлено, что они отличаются от остальных значительно большей экономической и социальной инициативой, более оптимистичным социальным настроем, осознанием возможности

использования в своей жизни новых перспектив, которые явились следствием реформ. Итоги реформирования села в социально инициативном слое чаще оценивались в положительном контексте, связанном с появлением новых возможностей самостоятельного хозяйствования (26,3%), по сравнению с группами традиционного восприятия проведенных преобразований (14%) (табл. 2).

Таблица 2

Оценка последствий реформирования села в зависимости от предпринимательских ориентаций респондентов (в % к ответившим)

Предпринимательские ориентации респондентов	Появилась возможность жить лучше	Реформы разрушили жизнь села	Загрудняюсь ответить	Итого
Да и скорее да возможному предпринимательству	26,3	52,5	21,2	100
Нет и скорее нет возможному предпринимательству	14,0	68,0	18,0	100
Уже открыл собственное дело	50,0	50,0	–	100
Общий массив респондентов	20,7	60,8	18,5	100

Формально не являясь предпринимателями, представители данной группы более инициативны в использовании доступных способов повышения благосостояния семьи. Если по позициям самообеспечения продуктами из личного подсобного хозяйства (ЛПХ) они очень близки с группой, не интересующейся бизнесом (71,7 и 67,3% соответственно), то по альтернативе продажи продукции, произведенной на личном подворье, они вдвое превосходят ее (50,0 и 26,5% соответственно). Также разителен контраст

между данными группами в использовании возможностей дополнительного приработка (34,2 и 6,1% соответственно). Закономерно, что проекты расширения ЛПХ и увеличения объемов производимой в нем продукции почти в 2,5 раза чаще присутствуют в данной группе, по сравнению с группой, не имеющих интереса к предпринимательству (42,1 и 18,4% соответственно) (табл. 3). Это обстоятельство имеет существенное значение, так как инициатива группы сосредоточена именно в сфере аграрного производства.

Таблица 3

Способы улучшения материального положения своей семьи в зависимости от предпринимательских ориентаций респондентов (в % к ответившим)

Способы улучшения материального положения	Да и скорее да возможному предпринимательству	Нет и скорее нет возможному предпринимательству	Уже открыл собственное дело	Общий массив респондентов
Обеспечиваем себя продуктами питания за счет ЛПХ	71,1	67,3	50,0	68,1
Продаем продукцию ЛПХ	50,0	26,5	75,0	38,0
Получаем помощь со стороны	13,2	14,3	–	13,2
Работаю по совместительству	13,2	14,3	–	13,2
Использую любую возможность разовых (сезонных) приработков	34,2	6,1	–	17,6
Ничего не могу сделать для улучшения своего благосостояния	13,2	12,2	–	12,1
Я удовлетворен своим положением	2,7	6,3	25,0	5,6

В предпочтениях трудовой занятости у представителей инициативной группы отчетливо просматривается снижение ориентаций на коллективные формы занятости и более четко проступает приоритет индивидуального начала. Представители этой группы менее всего хотели бы работать в колхозах и совхозах – 8,1%; тогда как в непредпринимательской группе данный вид занятости остается приоритетным для 29,2% сельчан.

Исследование социально-психологических аспектов предрасположенности индивидов к экономической инициативной деятельности показал, что среди тех, у кого главной линией поведения является независимость, выбор в пользу возможного предпринимательства делается в два раза чаще, чем в группе респондентов, прислушивающихся к мнению окружающих и стремящихся к бесконфликтному существованию. В группе заявивших о желании иметь собственное



дело независимым линиям поведения отдали предпочтение 61,5% респондентов. В страте же респондентов, не проявивших интереса к предпринимательству, процентное соотношение линий независимости и конформизма практически равно – 44,1 и 47,1% соответственно.

Анализ проблемы также показывает, что опыт реальной предпринимательской деятельности, пример жизненных достижений и достигнутого материального достатка служат притягательным ориентиром для инициативных индивидов. Они проявляют практический интерес к достижениям успешных субъектов в сфере бизнеса. Половина данной группы (46,2%) с интересом присматривается к их жизни и деятельности, тогда как среди равнодушных к бизнесу интерес к опыту успешных людей проявляет только у 20,6% респондентов, и в основном большинство безразлично относится к успешным в материальном плане субъектам (62,5%). Деятельность успешных предпринимателей в селе выступает своеобразным социальным ориентиром, который видоизменяет расстановку внутренних приоритетов субъекта в пользу возможного освоения новых ниш экономической деятельности.

Анализ социологических данных, полученных при сопоставлении с исследованиями, проводимыми с 1993 по 2011 г., позволил провести типологизацию ценностных приоритетов крестьян⁸, которые служат основой для предположенности к тому или иному способу достижения благополучия и материального обеспечения. Пролонгированные социальной памятью в процентном и рейтинговом отношении лидируют традиционные крестьянские качества. Именно трудолюбие и жизнестойкость, которым отдали предпочтение 78,8% респондентов, продолжают оставаться той духовной платформой, которая обеспечивает выживание селу при любом социальном устройстве, даже нередко на уровне минимально возможных параметров воспроизводства, переходя почти к натуральным формам ведения домохозяйства. Сложившаяся прочная взаимосвязь между этими качествами и чувством незыблемости собственного существования (пусть при минимальном удовлетворении потребностей) мало способствует развитию мотивационного комплекса и достиженческих ориентаций индивида, необходимых для начальных попыток перехода к деятельности рыночной направленности. Однако такие качества, как самостоятельность, уверенность в себе, набравшие 42,7%, ответственность – 29,2%, уже дают большую вариативность их применения в качестве ориентиров как на традиционные, так и на вновь появившиеся виды деятельности.

Достаточно заметный вес в ценностной структуре сельских респондентов продолжают сохранять общечеловеческие качества, необходимые для совместной жизни в локальном социуме, такие как честность (24,7%), добро-

та, уважение к людям, отзывчивость (50,6%). В процентном отношении они идут почти вровень с откровенно прорыночными качествами – деловитостью, активностью, стремлением заработать (39,4%), что свидетельствует о расширении поля рыночных ценностей и процессах их адаптивной переработки (табл. 4). На наш взгляд, это явление обусловлено тем, что рыночные устремления и начинания смягчены спецификой сельской социальной солидарности. Качества же откровенного индивидуализма, которые отметило незначительное количество сельчан, практически нехарактерны для ценностного комплекса сельских респондентов. В связи с этим необходимо отметить, что прорыночные ориентации постепенно приобретают социальное влияние в обществе (они важны для пятой части опрошенных) при сохраняющемся приоритете качеств, важных в отношениях между людьми.

Таблица 4

Какие качества Вы хотели бы воспитать в своих детях? (в % к ответившим)

Трудолюбие, жизнестойкость	78,8
Самостоятельность, независимость	42,7
Ответственность	29,2
Честность	24,7
Доброта, уважение к людям, отзывчивость	50,6
Индивидуализм	1,1
Деловитость, активность, стремление заработать	39,4
Терпеливость, приспособляемость	3,4
Смирение, духовность	3,4

В заключение следует отметить, что предпринимательство в социологическом контексте определено как вид социально-инновационной деятельности, выходящей за рамки общепринятых представлений и норм в обществе, а социальный потенциал предпринимательства – как социальная основа, необходимая для его актуализации. Этот подход дал возможность структурировать и раскрыть содержание предпринимательского потенциала при помощи ряда параметров, характеризующих его социальную составляющую. В ходе проведенного социологического исследования была выделена группа субъектов, отличающаяся по своим социально-психологическим характеристикам от общего массива опрошенных. Ее представители экономически инициативны и имеют более высокие показатели социальной готовности по-новому выстраивать вектор индивидуального поведения. В перспективе развития частного аграрного сектора группа обладает значительным потенциалом самоорганизации в предпринимательской проекции. Аккумулируя инициативные характеристики, данный слой является скрытым катализатором изменений на селе, и именно под его потребности и запросы необходимо ориенти-



роваться в проведении модернизационных программ, инициируемых государством.

Получено новое знание о факторах и условиях формирования предпринимательского потенциала в сельском социуме. Выявлено, что на формирование предпринимательских ориентаций оказывает влияние ряд социальных факторов, таких как общее отношение к предпринимательству в сельском социуме, субъективное отношение к предпринимательской деятельности, внешнесредовые условия, ценностные ориентиры индивидов. Установлено, что на селе существует потенциальная основа существования, реализации и дальнейшего развития там частной инициативы субъектов, так как в нем присутствует группа индивидов, состоящая из действующих сельских предпринимателей и в значительной степени объединяющая индивидов, демонстрирующих перспективу освоения предпринимательской деятельности.

Наличие потенциального желания открыть собственный бизнес либо стать фермером вовсе не означает, что индивиды готовы непосредственно перейти к его практической реализации. Исследования показывают, что между потенциальной возможностью и жизненными планами существует значительный разрыв. В селах сохраняется взвешенно-консервативный подход к выбору стратегий жизнеобеспечения и пока слабо проступает социальный вектор самостоятельных вариантов самореализации. В связи с этим практическое обновление села должно носить комплексный характер, объединять государственный протекционизм по созданию привлекательных условий для развития предпринимательства, а также опираться на интегративную самоорганизацию социального пространства

села посредством механизма внутреннего формирования социальных ориентаций, нацеленных на определенные виды деятельности.

Примечания

- 1 См.: Социология. Основы общей теории / под ред. Г. В. Осипова, Л. Н. Москвичева. М.: Аспект Пресс, 1996. С. 322.
- 2 См.: Радаев В. В. Экономическая социология. М.: Изд. Дом ГУ-ВШЭ, 2005.
- 3 См.: Энциклопедический словарь. М.: Сов. энциклопедия, 1981. С. 1085.
- 4 См.: Чепуренко А. Ю. Ранее предпринимательство в России // Мир России. 2008. № 2. С. 22–40.
- 5 См.: Нечаева И. В. Теоретико-методологические подходы к исследованию предпринимательского потенциала // Региональные агросистемы: экономика и социология: ежегодник. Саратов: ИАГП РАН, 2010. № 1. URL: <http://www.iagpran.ru> (дата обращения: 16.12.2013).
- 6 Здесь и далее представлен анализ результатов социологического исследования лаборатории социального развития агропромышленного комплекса и сельских территорий ИАГП РАН, проведенного с участием автора статьи. Саратовская область, квотная выборка 2011 г. N = 332.
- 7 См.: Чепуренко А. Ю. Глобальный мониторинг предпринимательства. URL: <http://www.gsom.spbu.ru/research/eship/projects> (дата обращения: 15.04.2014).
- 8 См.: Нечаева И. В. Динамика ценностного континуума сельского социума в предпринимательской проекции // Региональные агросистемы: экономика и социология: ежегодник. Саратов: ИАГП РАН, 2012. № 2. URL: <http://www.iagpran.ru> (дата обращения: 12.02.2014).

УДК 816.752

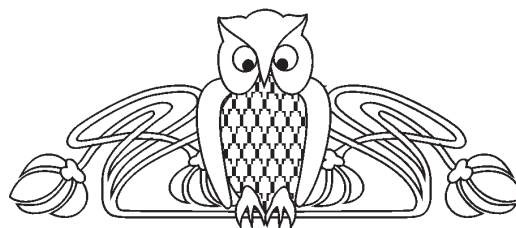
НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ТОЛЕРАНТНОГО СОЗНАНИЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

С. Ш. Жемчурова, Э. М. Ибрагимова

Чеченский государственный педагогический университет, Грозный
E-mail: sedazz@mail.ru, elai-555@mail.ru

В статье приводятся результаты социологического исследования, проведенного в 2013 г. с целью изучения уровня толерантного сознания молодежи Чеченской Республики. Рассматриваются специфика этноконфессиональной идентичности и формирование толерантных установок студентов.

Ключевые слова: чеченцы, идентичность, этноконфессиональная идентичность, толерантность, молодежь.



Some Aspects of Tolerant Consciousness of Student's Youth of the Chechen Republic

S. Sh. Zhemchurava, E. M. Ibragimova

Results of the sociological research conducted in 2013 for the purpose of studying of level of tolerant consciousness of youth of the Chechen Republic are given in article. Specifics of ethnoconfessional identity and formation of tolerant installations of students are considered.

Key words: Chechens, identity, ethnoconfessional identity, tolerance, youth.

DOI: 10.18500/1818-9601-2016-16-1-33-36