

Респонденты, составляющие первую группу, ежедневно имеют 5–6 часов свободного времени. Это, как правило, студенты, живущие не далеко от места учебы, не имеющие детей и не занятые работой после учебы.

Ко второй группе относятся студенты, свободное время которых составляет 2–3 часа в сутки, которым удастся оптимально сочетать учебную и внеучебную деятельность.

Третью группу составляют студенты, у которых практически не остается свободного времени по ряду причин: занятость учебой (сказывается напряженный график занятий на пятом курсе), совмещение учебы с работой, семейные заботы (для определенной части студенчества). Конечно, дефицит времени оказывает стрессогенное влияние на личность студента, создает особую напряженность жизни. Вместе с тем можно понять желание этих студентов успеть повсюду и одновременно.

Несмотря на все сложности, с которыми столкнулись при самофотографии и обработке результатов студенты и социологи, исследование подтвердило потенциальные возможности метода анализа бюджета в случаях выявления величины, структуры, колебаний свободного времени и анализа воздействующих на него факторов.

Однако в современных условиях, когда востребованы знания о глубинных ценностных ориентациях молодого поколения, прогностических моделях затрат свободного времени, нужны новые качественные методы анализа этой важной для молодежи сферы жизнедеятельности.

При этом, как показывает опыт бюджетных исследований, только умелое сочетание методов дает положительный результат. Потому актуальным в любом конкретном исследовании является вопрос о разработке «дерева методов», где какой-то из них является ведущим, другие - вспомогательными. Также необходим «пилотаж», исходя из задач исследования, специфики объекта и других условий.

И.А. Кузнецова (студ.)

СОЦИАЛЬНЫЙ ОБЛИК УРАЛЬСКОГО МАЛОГО БИЗНЕСА

В большинстве развитых стран мира малый бизнес является основой экономики. Российские реформаторы взяли курс на американское направление развития предпринимательства, где ориентируются больше на крупный бизнес. И именно отсюда вытекает невнимание к нашему малому бизнесу, трудности

его становления. Но, с другой стороны, Екатеринбург является лидером малого бизнеса по России, что обусловило мой интерес к проблемам малого бизнеса.

Я опиралась как на сведения, взятые из имеющейся по этой проблеме литературы, так и на результаты собственного пробного исследования. Должна сразу оговориться, я считаю возможным использовать свои данные, поскольку они практически совпадают с результатами других исследований. Анкета, подготовленная мной, оказалась довольно объемной, так как проблема является многоплановой. В анкете было представлено пять блоков вопросов, первый – социально-демографический.

Бизнес считается в основном мужским занятием. Но в малом бизнесе женщин значительно больше, чем в крупном, и Урал является ярким подтверждением этой тенденции. В результате моего исследования среди опрошенных оказалось 70% мужчин и, соответственно, 30% женщин.

Возрастные параметры – достаточно важная, сущностная характеристика предпринимательской деятельности. Как показывают опросы Фонда общественного мнения, средний возраст российских предпринимателей 36 лет. Надо сказать, что уральские бизнесмены моложе многих своих коллег из других регионов России, особенно представители малого бизнеса: 30% респондентов составляют возрастную группу от 26 до 30 лет, 20 – от 31 до 35 лет, и столько же – от 36 до 40 лет. Средний возраст уральских бизнесменов составляет 34 года. Половина наших предпринимателей занимаются своей деятельностью не более двух лет, 35% – от трех до пяти лет и только 9% – более пяти лет.

Следующая характеристика – уровень образования – для предпринимателей является существенным фактором, ведь он определяет многое: отношение к своему делу, взаимоотношения с партнерами по бизнесу, а также в значительной степени влияет на успех самого бизнеса. Большинство исследователей предпринимательства считают наших новых российских бизнесменов самыми образованными в мире. По данным исследований, доля лиц с высшим образованием среди предпринимателей превышает 80%. Многие обучались в самых престижных и элитарных учебных заведениях.

Малый бизнес не является исключением. Материалы моего опроса обнаруживают следующее: 61% предпринимателей имеют высшее образование, причём 6% из них – бизнесмены с двумя высшими образованиями; 25% опрошенных имеют незаконченное высшее и среднее специальное образование; 12 – начальное профессиональное; 1 – неполное и 1% – полное среднее образование.

Материальное положение наших бизнесменов, как выяснилось, находится на довольно приличном уровне: треть опрошенных предпринимателей живут

обеспеченно, затруднительны для них лишь дорогостоящие покупки, столько же респондентов могут покупать предметы длительного пользования. Собственную квартиру имеют 70% предпринимателей малого бизнеса. Половина опрошенных имеют автомобиль, причем наибольшей популярностью пользуются модели ВАЗ–2109 и ВАЗ–21099.

Подводя итоги, можно констатировать следующее: бизнесом в основном занимаются мужчины, но темпы роста численности женщин в предпринимательстве достаточно высоки и в перспективе обещают значительный приток лучшей части человечества в эту чрезвычайно интересную сферу деятельности; бизнес на Урале молод, и не столько по возрасту участвующих в его развитии предпринимателей, сколько по срокам занятия этим видом деятельности. Можно также отметить наличие у бизнесменов действительно высокого образовательного уровня и неплохого материального положения.

По сферам деятельности в бизнесе традиционно на первом месте у мужчин и у женщин стоит торговля, на втором – промышленное производство, далее – посредническая деятельность во всех сферах. Большинство опрошенных уже поработали, прежде чем заняться предпринимательской деятельностью. Основными причинами, побудившими их сменить род занятий, оказались низкая заработная плата, неопределенность перспектив профессионального роста и малопrestiжная работа. Поэтому бизнесмены ценят в своей деятельности прежде всего возможность содержать семью, хороший заработок, а также возможность самореализации и, конечно, независимость.

Итак, 90% респондентов удовлетворены своей деятельностью и в случае, если бы им пришлось заново начинать деловую карьеру, большинство из них повторили бы свой выбор.

Какие же качества предприниматели реализуют в своей деятельности? Во-первых, это организаторские способности, деловые качества; во-вторых, удовлетворение личных интересов. А для того, чтобы добиться успеха в бизнесе, предприниматели, по их мнению, должны обладать интеллектуальными способностями, деловитостью, предприимчивостью, порядочностью и хорошими экономическими знаниями. Большинство бизнесменов отмечают существование особой предпринимательской этики, основными принципами которой являются обязательность, уважение чужого мнения, пунктуальность и умение держать слово.

Как известно, предприниматели сталкиваются со многими проблемами. Наиболее острыми для них являются следующие: налоги, нервные перегрузки, недостаток опыта и профессиональных знаний, а также большая конкуренция.

Что касается недостатка профессиональных знаний, то, согласно материалам исследований, лишь каждый четвертый бизнесмен получил специальную подготовку по предпринимательской деятельности.

Большинство опрошенных представителей малого бизнеса считают прекращение предпринимательской деятельности у нас в стране маловероятным. Наши предприниматели оценивают условия и перспективы развития предпринимательства на Урале, по сравнению с другими регионами, как хорошие, однако они не удовлетворены поддержкой со стороны местных властей, которые, на их взгляд, недостаточно содействуют уменьшению налогов, предоставлению льготных кредитов и аренде помещений.

Однако есть надежда, что ситуация у нас начнет меняться к лучшему, так как недавно (апрель 1997 г.) был принят областной закон о государственной поддержке малого бизнеса.

Около 60% предпринимателей малого бизнеса считают необходимым участие бизнесменов в политике, примерно столько же интересуются политической жизнью общества. Были получены различные мнения по проблемам связи предпринимательства с политикой: некоторые предприниматели говорили, что бизнесменам, занимающимся политикой, нужно специальное образование, это должны быть грамотные, образованные и честные люди; другие же считают, что сферы экономики и политики должны быть независимы друг от друга, каждый должен заниматься своим делом.

Что же касается свободного времени, то его у предпринимателей не так много, но если появляется, то они предпочитают смотреть телевизор и видео, ходить в гости, общаться с друзьями и читать. Кроме того, 60% опрошенных бизнесменов иногда занимаются спортом. В основном они занимаются спортивными играми, плаванием, теннисом, шейпингом и бодибилдингом. Предприниматели, интересующиеся периодикой, отдают предпочтение таким изданиям, как «СПИД-инфо», «АиФ», «Коммерсант» и «Пульс цен», а среди телепередач наибольшей популярностью пользуются «Новости», различные ток-шоу, «Тема» и «Поле чудес».

Таковы общие характеристики наших предпринимателей малого бизнеса. Итак, это растущий, перспективный, но пока мало изученный слой, который представляет большой интерес для социолога. Перед социологом открывается целое поле для исследований таких проблем малого бизнеса, как вопросы предпринимательской этики, неформальной структуры в малом бизнесе, благотворительности, отношения с обществом, имиджа предпринимателей и многих других.