

На правах рукописи

Халикова Ляля Вагизовна

**ДОВЕРИЕ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ
МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

Специальность 22.00.03 – экономическая социология и демография

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Казань, 2008

Работа выполнена в Государственном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Академия государственного и муниципального управления при Президенте Республики Татарстан»

Научный руководитель – доктор социологических наук, профессор
Ершов Андрей Николаевич

Официальные оппоненты – Доктор экономических наук, профессор
Бикмуллин Альберт Лутфуллович
Кандидат социологических наук, доцент
Фурсова Валентина Владимировна

Ведущая организация – Татарский государственный гуманитарно-педагогический университет

Защита состоится «26» декабря 2008 г. в 16.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.083.03 по защите докторских и кандидатских диссертаций при ГОУ ВПО «Казанский государственный финансово-экономический институт» по адресу: 420012, г. Казань, ул. Бутлерова, 4, ауд. 34.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке ГОУ ВПО «Казанский государственный финансово-экономический институт».

Электронная версия автореферата размещена на сайте Казанского государственного финансово-экономического института.

Режим доступа: <http://www.ksfei.ru>

Автореферат разослан «___» _____ 2008 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат социологических наук, доцент

В.П. Журавлев

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Конец XX века в ряде стран был ознаменован подъемом (или возрождением, как в России) малого бизнеса. Кризис государственного планирования и бюрократического хозяйствования заставил вновь вспомнить о возрождении предпринимательского духа или даже о «героике предпринимательства»¹.

Малое предпринимательство в России с конца 1980-х гг. начало заполнять те ниши, которые пустовали в плановой экономике. Оно разгрузило как крупные предприятия, так и домашние хозяйства от несвойственных им функций, смогло создать значительное количество рабочих мест. О том, какое значение придается развитию малого бизнеса руководством России, видно из слов Президента Российской Федерации на заседании Государственного Совета РФ в Тобольске 27 марта 2008 г. Малый бизнес был назван им одним из решающих факторов обновления страны «на принципах реализации человеческого капитала, роста инициативы, ответственности»².

Вместе с тем с самого своего возрождения и до сегодняшнего дня развитие малого предпринимательства в Российской Федерации сдерживается рядом условий. Обычно среди этих условий называются факторы макроэкономического порядка: несовершенство системы налогообложения, административные барьеры, неразвитость механизмов кредитно-финансовой поддержки и страхования рисков малых предприятий, незащищенность предпринимателей по отношению к криминальным структурам, а в последнее время все чаще – и силовым государственным структурам и пр. Эти проблемы в целом неплохо известны, и ряд выступлений Президента Российской Федерации прямо и непосредственно направлен на разрешение именно этих проблем малого бизнеса. «Надо, чтобы правоохранительные органы и органы власти перестали кошмарить бизнес», - заявил он 31 июля 2008 г. на встрече с группой малых предпринимателей в г. Гагарин Смоленской облас-

¹ Радаев В.В. Экономическая социология / В.В. Радаев. - М.: Изд. дом ГУ-ВШЭ, 2005. – С. 228-229.

² Критерии определения малого бизнеса в РФ излишне усреднены – Медведев // <http://www.rian.ru/economy/20080327/102336815.html>.

ти.¹ Подготовлен и должен вступить в силу пакет федеральных законов, направленных на ликвидацию административных ограничений при осуществлении предпринимательской деятельности. Предполагается, в частности, ввести уведомительный порядок при открытии предприятий, сократить проверки малого бизнеса контрольными органами, упростить и удешевить доступ малых предприятий к энергосетям и др.²

Не отрицая первоочередной важности данных мер, хотелось бы обратить внимание и на то, что далеко не все препятствия на пути развития малого бизнеса в России можно устранить административным путем. Существуют проблемы, истоки которых кроются в социальной обусловленности экономического поведения хозяйствующих субъектов, социально-ценностных аспектах их взаимоотношений.

Одна из этих проблем - недостаток доверия предпринимателей друг к другу, а также общества и государства по отношению к предпринимателям и предпринимателей – к обществу и государству. Суть этой проблемы может быть кратко сформулирована таким образом: доверие рядовых граждан друг к другу и к государству оказывает благоприятное воздействие в том числе на развитие малого бизнеса, а недоверие соответственно неблагоприятное. Рыночные отношения не могут существовать, когда каждый стремится обмануть ближнего; напротив, они требуют честности, открытости, выполнения своих обязательств и ожидания такого же поведения от других. Ряд исследователей рассматривают доверие как один из показателей развития более общего понятия – социальный капитал, понимая под ним различные блага, которые можно получить в силу принадлежности к определенной системе социальных связей. Это неудивительно: войти в ту или иную социальную сеть и сохранить членство в ней можно, лишь поддерживая доверительные отношения с остальными членами этой сети.

Значение доверия как одного из факторов экономического поведения выявил финансовый кризис осени 2008 г. Антикризисные программы ряда западных стран первостепенное значение уделяют мерам по увеличению доверия между

¹ Кузьмин В. Перестать кошмарить бизнес / В. Кузьмин // Российская газета. – 2008. – 1 августа.

² Кузнецова В. Успеть за 70 часов / В. Кузнецова // Время новостей. – 2008. – 2 июля.

правительствами, банками и заемщиками. В России же основной акцент сделан на повышении капитализации финансового сектора, а госгарантии как антикризисная мера пока вообще не используются¹. Невнимание к социальной обусловленности экономического поведения оборачивается тяжелыми последствиями, в частности, для малого предпринимательства: 24 октября председатель координационного совета по вопросам поддержки и развития малого и среднего предпринимательства Республики Татарстан П. Сигал сообщил, что сегодня 99 % банков отказываются кредитовать малый бизнес. «Малый бизнес в понимании банков стал суперрисковым, и с ним перестали работать», - сказал он².

Однако множество аспектов проблемы доверия остаются открытыми. Каким образом малый бизнес всё-таки развивается в обстановке недоверия? Какие именно социальные отношения характеризуются большим доверием? Влияет ли это неравномерное распределение доверия в обществе на развитие бизнеса? Эти и другие вопросы мы намерены рассмотреть на российском материале и на материале Республики Татарстан.

Степень научной разработанности проблемы. Зарубежную и отечественную научную литературу, посвященную значению доверия и социального капитала для развития малого предпринимательства, можно подразделить на несколько групп.

Во-первых, это работы, посвященные исследованию понятия «доверие». В свою очередь, они подразделяются на работы, авторов которых интересуют преимущественно психологические или социально-психологические аспекты этого понятия: таковы труды И. Антоненко, Т. Скрипкиной, О. Фатхи, Т. Ямагиши и др.³ Наряду с ними немало работ, авторы которых исследуют социальные, социально-экономические и социально-политические аспекты понятия «доверие»: та-

¹ Сергеев М. Россия ставит на парадоксы. Действия Минфина и Центробанка не вписываются в общепринятую логику борьбы с кризисом // Независимая газета. – 2008. – 13 ноября.

² Гараева Ю. Банки перестали кредитовать малый бизнес // Коммерсантъ – Волга-Урал. – 2008. – 25 октября.

³ Антоненко И.В. Социально-психологическая концепция доверия: монография / И. В. Антоненко. - М.: Флинта: Наука, 2006. – 479 с.; Скрипкина Т. П. Доверие как социально-психологическое явление: Дис. ... д-ра психол. наук: 19.00.05 / Ростов. пед. ун-т. - Ростов н/Д., 1998. – 392 с.; Скрипкина Т.П. Психология доверия / Т.П. Скрипкина. – М., 2000. – 264 с.; Фатхи О. Г. Доверие как фактор повышения адаптационных возможностей в экстремальных ситуациях: Дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05. - Ростов н/Д., 2003. - 218 с.; Yamagishi T. Trust / Encyclopedia of Social Theory. Vol.1 / Ed. by G. Ritzer. – Thousand Oaks etc.: Sage, 2005. – P.847-848.

ковы работы зарубежных исследователей Э. Гидденса, Н. Лумана, А. Селигмена, Ф. Фукуямы, П. Штомпки и др¹. Отечественная литература в этом отношении беднее, хотя можно отметить отдельные работы, посвященные исследованию доверия граждан к органам государственной власти², а также чрезвычайно интересные исследования, посвященные уровню межперсонального доверия в современной России³. Доверительность как категория, близкая доверию, стала предметом диссертационного исследования А. Юракова⁴. Примечательно, что, хотя объектом этой работы являются этнические сообщества, доверительность понимается автором как один из наиболее важных компонентов социального капитала.

Во-вторых, это работы, анализирующие различные аспекты тесно связанного с понятием «доверие» понятия «социальный капитал». Введенное Л. Дж. Хэнифан, Дж. Джекобс и Г. Лаури, оно было всесторонне рассмотрено и обосновано в трудах П. Бурдьё, Дж. Коулмана и Р. Патнэма. Дальнейшее развитие это понятие получило в работах Р. Бёрта, Нана Лина, А. Портеса, Ф. Фукуямы, М. Вулкока, И. Мачеринскене и др.⁵ Среди работ российских социологов следует отметить

¹ Селигмен А. Проблема доверия / А. Селигмен. – М., 2002. – 256 с.; Фукуяма Ф. Великий разрыв / Ф. Фукуяма. – М., 2003. – 474 с.; Фукуяма Ф. Доверие. Социальные добродетели и путь к процветанию / Ф. Фукуяма. – М., 2004. – 730 с.; Штомпка П. Социология. Анализ современного общества / П. Штомпка. – М., 2005. – 664 с.; Giddens A. Consequences of Modernity / A. Giddens. – Stanford, 1990; Luhmann N. Familiarity, Confidence, Trust: Problems and Perspectives / N. Luhmann // Trust: Making and Breaking of Cooperative Relations / Ed. by D. Gambetta. – Oxf., 1988. – P.94-107.

² Копылова Ю. Н. Доверие населения как фактор повышения социального статуса органов государственной власти: Дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05. – М., 2003. – 173 с.; Мозговая Т. М. Социально-политическое доверие как объект социологического анализа: Дис. ... канд. соц. наук: 22.00.04. – М., 1999. – 171 с.; Шукюрова М. Г. Доверие как социально-психологический феномен в политике: Дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05. – М., 2005. – 158 с.

³ Кертман Г. Межличностное доверие в России / Г. Кертман // Социальная реальность. – 2006. – № 4. – С.7-24; Рукавишников В. Политические культуры и социальные изменения: международные сравнения / В. Рукавишников, Л. Халман, П. Эстер. – М., 1998. – 226 с.

⁴ Юраков А.В. Доверительность как социальный капитал трансформирующегося российского общества (по материалам этносоциологического исследования в Башкортостане, Татарстане и Удмуртии): Дис. ... канд. ист. наук: 07.00.07. – М., 2004. – 225 с.

⁵ П. Бурдьё. Социология политики / П. Бурдьё. – М., 1993. – 336 с.; Бурдьё П. Формы капитала / П. Бурдьё // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики / Сост. и науч. ред. В.В. Радаева. – М., 2004. – С. 519-536; Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий / Дж. Коулман // Общественные науки и современность. – 2001. – № 3. – С.122-139; Мачеринскене И. Социальный капитал организации: методология исследования / И. Мачеринскене, Р. Минкуте-Генриксон, Ж. Симанавичене // Социс. – 2006. – № 3. – С.29-39; Патнэм Р. Чтобы демократия сработала. Гражданские традиции в современной Италии / Р. Патнэм. – М., 1996. – 288 с.; Burt R.S. The Contingent Value of Social Capital / R.S. Burt // Administrative Science Quarterly. – 1997. – Vol.42. – P. 345-365; Lin N. Social Capital: A Theory of Social Structure and Action / N. Lin. – Cambr. (N.Y.), 2001; Loury G.C. A Dynamic Theory of Racial Income Difference / G.C. Loury // Women, Minorities and Employment Discrimination / Eds. by P.A. Wallace and A. LeMind. – Lexington (Mass): Lexington Books, 1977. – P. 153-186; Portes A. Social Capital: its origins and applications in modern sociology / A. Portes // Annual Review of Sociology. – 1998. – № 24. – P. 1-24; Woolcock M. Social capital: Implications for development theory, research, and policy / M. Woolcock, D. Narayan // The World Bank Research Observer. – 2000. – № 15. – P. 225-249.

статью В. Радаева о формах капитала, а также труд Г. Градосельской, посвященный социальным сетям и формированию в них социального капитала¹.

Анализ специфики распределения объема социального капитала в российском обществе был предпринят в исследовании, осуществленном в рамках программы корпорации Карнеги «Российская инициатива», по результатам которого вышла книга «Социальный капитал и социальное расслоение в современной России» под редакцией Дж. Л. Твигг и К. Шектер².

Весьма богата литература, посвященная предпринимательству в целом и его развитию в современной России. Прежде всего следует выделить работы таких классиков социальной и экономической мысли, как Р. Кантильона, Ж.-Б. Сэя, М. Вебера, В. Зомбарта, Й. Шумпетера, П. Дракера и др., посвященные анализу самих понятий «предприниматель» и «предпринимательство»³.

Поскольку становление малого предпринимательства в России началось сравнительно недавно, то и литература по данной проблеме стала появляться лишь в начале 1990-х гг. Среди первых исследователей предпринимательства в России были Л. Бабаева, И. Бунин, А. Журавлев, В. Поздняков, Э. Фетисов и др.⁴ К настоящему времени их работы имеют в большей мере историческое значение.

Исследованию места предпринимателей в структуре современного российского общества, их социальному статусу, взаимоотношениям с властью и т.п. посвящены фундаментальные труды Т. Заславской и В. Радаева⁵. Применительно к

¹ Градосельская Г.В. Сетевые измерения в социологии / Г.В. Градосельская. – М.: Издательский дом «Новый учебник», 2004. – 248 с.; Радаев В.В. Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация / В.В. Радаев // *Общественные науки и современность*. – 2003. – № 2. – С.5-17.

² Социальный капитал и социальное расслоение в современной России / Под ред. Дж. Л. Твигг и К. Шектер. – М.: Альпина Паблишер, 2003. – 384 с.

³ Вебер М. Избранные сочинения / М. Вебер. – М., 1990. – 808 с.; Друкер П. Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальные решения / П. Друкер. – М., 1998. – 285 с.; Зомбарт В. Буржуа: к истории духовного развития современного экономического человека / В. Зомбарт. – Собр. соч. в 3 т. Т.1. – СПб., 2005. – С.23-478; Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М., 1982.

⁴ Бабаева Л. Переход к рынку глазами работников промышленности и предпринимателей / Л. Бабаева, Л. Нелсон // *Экономика и организация промышленного производства*. – 1992. – № 2. – С.70-76; Бунин И. Социальный портрет мелкого и среднего предпринимательства в России / И. Бунин // *Полис*. – 1993. – № 3. – С.149-154; Журавлев А.Л. Российские предприниматели в современной социальной структуре / А.Л. Журавлев, В.П. Поздняков // *Социс*. – 1994. – № 5. – С.61-68; Фетисов Э.Н. Предпринимательству – государственную поддержку / Э.Н. Фетисов, И.Г. Яковлев // *Социс*. – 1994. – № 2. – С.33-38.

⁵ Заславская Т.И. Современное российское общество: Социальный механизм трансформации / Т.И. Заславская. – М., 2004. – 400 с.; Радаев В.В. Экономическая социология / В.В. Радаев. – М., 2005. – 603 с.

Татарстану данную проблему исследовала В. Фурсова¹. Проблемы, мешающие становлению малого бизнеса, анализируются в работах В. Радаева, В. Волкова, Э. Панеях, а также коллективном труде «Малое предпринимательство», в котором приняли участие Е. Ясин, А. Чепуренко, А. Виленский и др.².

Велико количество работ, посвященных изучению механизма государственного регулирования и государственной поддержки малого предпринимательства: таковы работы Н. Агурбаша, А. Блинова, И. Герчиковой, Ф. Шамхалова и др.³ Применительно к Республике Татарстан данная проблема исследовалась в работах Ю. Абязовой, А. Борисовой, А. Гайнутдинова, Р. Набиуллина и др.⁴

Среди других проблем предпринимательства, изучаемых современными российскими социологами – предпринимательство и гражданское общество, взаимоотношения предпринимателя с окружающей средой⁵.

Работ, посвященных исследованию отношений доверия в бизнесе, в западной социологической литературе немало: таковы исследования Э. Лоренца, О. Уильямсона Л. Каммингса и др.⁶ Противоположная ситуация сложилась в отече-

¹ Фурсова В.В. Становление класса предпринимателей в условиях формирования рыночных отношений. Автореф. дис. ... канд. соц. наук: 22.00.04. - Казань, 1995. – 18 с.

² Волков В.В. Силовое предпринимательство. Экономико-социологический анализ / В.В. Волков. – М., 2005. – 350 с.; Малое предпринимательство в России: прошлое, настоящее и будущее / Под общ. ред. Е.Г. Ясина и др. – М., 2004. – 268 с.; Панеях Э. Чиновник против предпринимателя: манипуляция законом как базовая техника контроля в постсоветской России / Э. Панеях // Политика. – 2007. - № 2. – С.5-26; Радаев В.В. Легализация бизнеса: баланс принуждения и доверия / В.В. Радаев. Режим доступа: <http://www.polit.ru/lectures/2006/03/16/radaev.html>.

³ Агурбаш Н.Г. Система государственной поддержки малого предпринимательства в России / Н.Г. Агурбаш. - М., 2000. – 48 с.; Блинов А. Условия регулирования малого бизнеса / А. Блинов // Экономист. - 1999. - № 2. - С.29-34; Герчикова И. Государственное регулирование предпринимательской деятельности / И. Герчикова // Маркетинг. - 2000. - № 5. - С.78-89; Шамхалов Ф.И. Государство и экономика: основы взаимодействия / Ф.И. Шамхалов. - М., 2000. – 384 с.

⁴ Абязова Ю.А. Государственная политика регулирования малого предпринимательства в Российской Федерации: региональный аспект. Дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02. – Казань, 2005. – 168 с.; Борисова А.Н. Государственная поддержка малого предпринимательства: специфика региональных приоритетов (опыт Республики Татарстан). Дис.... канд. соц. наук: 22.00.08. – Казань, 2004. – 191 с.; Гайнутдинов А.Б. Государственное регулирование предпринимательства в трансформационной экономике: Дис.... канд. экон. наук: 08.00.01. – Казань, 2001. – 162 с.; Набиуллин Р.Р. Государственное регулирование предпринимательства в условиях трансформации российского общества: дис. ... канд. соц. наук: 22.00.08. - Казань, 2002. – 195 с.

⁵ Дыльнова З.М. Предпринимательство в транзитивном российском обществе (социологический анализ). Автореф. дис ... д-ра соц. наук: 22.00.03. – Саратов, 2006. – 35 с.; Семенова Ю.А. Развитие малого предпринимательства в условиях формирующегося местного самоуправления современной России. Автореф. дис... канд. соц. наук: 22.00.03. – Саратов, 2005. – 19 с.; Иванов С. А. Государственная поддержка малого предпринимательства в условиях нестабильности внешней среды: Дис.... д-ра экон. наук: 08.00.01. – СПб., 2001. – 395 с.; Абдульязнов А.Р. Организация и внешняя социокультурная среда: восприятие и стратегии реагирования (на материале исследования коммерческих организаций РТ). Дис... канд. соц. наук: 22.00.08. - Нижний Новгород, 2006. – 130 с.

⁶ Cummings L.L. The Organization Trust Inventory (OTI): Development and Validation / L.L. Cummings, P. Bromiley // Trust in Organization: Frontiers in Theory and Research. Eds. by R.M. Kramer & T. Tyler. – L. u.a.: Sage, 1996. – P. 302-325; Lorenz E.N. Neither Friends nor Strangers: Informal Networks of Subcontracting in French Industry / E.N. Lorenz // Trust: Making and Breaking of Cooperative Relations / Ed. by D. Gambetta. – N.Y. & Oxf.: Basil Blackwell, 1988. –

ственной экономической социологии: здесь подобные работы единичны¹. Особо отметим публикации, основанные на данных, полученных в ходе реализации проекта «Предпринимательские стратегии и доверие: структура и эволюция моделей предпринимательского поведения в Восточной и Западной Европе», предпринятом в 2002-2003 гг. Институтом Восточной Европы при университете Бремена совместно с российскими, а также британскими, итальянскими и эстонскими партнерами².

Таким образом, проблема влияния доверия на развитие малого бизнеса до сих пор остается малоисследованной в отечественной экономической социологии, что и предопределило выбор темы этой работы.

Область исследования. Диссертация выполнена в рамках раздела «Социологические науки». Паспорта специальности 22.00.03 – экономическая социология и демография; П.3: Мотивация экономической деятельности; П.5: Экономическое поведение; П.8: Аксиологические аспекты экономического поведения; П.16: Этика и психология экономических отношений; П.19: Человеческий фактор в экономике.

Объект настоящего исследования – малое предпринимательство в рыночных условиях современной России.

Предмет исследования: влияние отношений доверия на развитие малого предпринимательства в рыночных условиях современной России.

Цель диссертационного исследования – выявить значение отношений доверия для развития малого предпринимательства в рыночных условиях современной России.

P.194-210; Williamson O.E. Calculativeness, Trust and Economic Organization / O.E. Williamson // Journal of Law and Economics. – 1993. – Vol. 36. – P. 453-486.

¹ Богданова Л. С. Доверие как социальный фактор развития партнерских отношений между организациями: Дис. ... канд. социол. наук: 22.00.08. - М., 2006. - 200 с.; Экономика и социология доверия / Под ред. Ю.В. Веселова. – СПб.: Социол. об-во им. М.М. Ковалевского, 2004. – 192 с.

² Полный вариант отчета: Entrepreneurial Strategies and Trust. Structure and Evolution of Entrepreneurial Behavioral Patterns in «Low Trust» and «High Trust» Environments of East and West Europe. Part 4: Estonia and Russia / Ed. by H.-H. Hohmann, Fr. Welter // Arbeitspapiere und Materialien – Forschungstelle Osteuropa (Bremen). – № 57. – 2004. – 128 p. Сокращенная версия на рус. яз.: Структуры управления сетевыми сообществами малых предприятий и роль доверия: германо-российское сопоставление / Ф. Вельтер, Т. Каутонен, А.Ю. Чепуренко, Е. Мальева // Экономическая социология. – 2004. – Т. 5. – № 2. – Март. – С. 13-38.

Для осуществления поставленной цели необходимо решить **следующие задачи:**

- охарактеризовать понятия «доверие» и «социальный капитал», выделив различные их виды и формы;
- рассмотреть динамику развития малого предпринимательства в современной Российской Федерации;
- проанализировать и сопоставить данные различных социологических исследований, посвященных изучению значения межперсонального и иных форм доверия в России;
- провести собственное эмпирическое исследование, направленное на выяснение значения межперсонального, а также межгруппового и институционального доверия среди малых предпринимателей Республики Татарстан.

Теоретико-методологической основой исследования явились теории и концептуальные подходы ведущих зарубежных и отечественных ученых к изучаемой проблеме, а именно:

- теории социального капитала П. Бурдьё, Дж. Коулмана и Р. Патнэма;
- концепции доверия Н. Лумана, П. Штомпки, Ф. Фукуямы;
- концепции предпринимательства Р. Кантильона, Ф. Найта, Й. Шумпетера, П. Дракера;
- концепция роли доверия в бизнесе и способов его формирования У. Гартнера, М. Лоу и Х. Олдрича.

В ходе исследования использованы такие методы сбора эмпирических данных, как глубинное интервью, а также вторичный социологический анализ (анализ документов, статистических данных). При анализе полученных результатов использовались такие общенаучные методы, как формально-логический метод, метод обобщения, сравнительный метод.

Эмпирическую базу диссертации составили результаты анализа вторичной социологической информации, а также материалы собственного социологического исследования. В частности, были использованы:

- статистические данные Росстата РФ, Госкомстата РФ и РТ;

- материалы ряда социологических исследований общественного мнения по проблеме доверия, проведенных в 1994-2008 гг. Всероссийским центром изучения общественного мнения, Левада-центром, Фондом «Общественное мнение»¹;

- материалы социологического исследования «Предпринимательские стратегии и доверие: структура и эволюция моделей предпринимательского поведения в Восточной и Западной Европе», проведенного в 2002-2003 гг. Институтом Восточной Европы при университете Бремена совместно с российскими социологами; в четырех российских регионах (Москва, Воронежская, Калужская и Нижегородская области) было опрошено 400 предпринимателей по стандартному интервью (количественный опрос) и проведено 27 глубинных интервью²;

- материалы собственного прикладного социологического исследования на тему «Роль межперсонального, группового и институционального доверия в малом предпринимательстве», проведенного летом 2008 г. Методом глубинного интервью был опрошен 31 предприниматель, в том числе 16 человек из Казани и 15 – из Сармановского района Республики Татарстан. Длительность интервью в среднем составляла 1 час, транскрипт одного интервью составил в среднем около 25 - 30 тыс. печатных знаков.

Научная новизна исследования вытекает из решенных в ходе исследования цели и задач и состоит в следующем:

- уточнены понятия «доверие», «социальный капитал», выявлены их взаимосвязь и взаимозависимость;

- охарактеризованы динамика и тенденции развития малого предпринимательства в РФ и РТ в 1990-е – 2000-е гг. (неровные темпы; стагнация, сменяющаяся бурным ростом в середине 2000-х гг.; давление на бизнес криминальных струк-

¹ См., напр.: Бызов Л. Россияне испытывают дефицит доверия / Л. Бызов / Пресс-выпуск ВЦИОМ № 534. Режим доступа: <http://www.wciom.ru/?pt=9&article=3200>; В беде помогут – денег не вернут / Пресс-выпуск ВЦИОМ № 509. Режим доступа: http://wciom.ru/arkhiv/tematicheskii-arkhiv/item/single/3005.html?no_cache=1&cHash=ba1180ae3e; Межличностное доверие и взаимопомощь в российском обществе / Опрос населения 30.04.2008. Режим доступа: <http://bd.fom.ru/report/map/dominant/dom0817/d081723>; Можно ли доверять окружающим / Пресс-выпуск Левада-центра от 11.06.2008. Режим доступа: <http://www.levada.ru/press/2008061102.html>.

² Entrepreneurial Strategies and Trust. Structure and Evolution of Entrepreneurial Behavioral Patterns in «Low Trust» and «High Trust» Environments of East and West Europe. Part 4: Estonia and Russia / Ed. by H.-H. Hohmann, Fr. Welter // Arbeitspapiere und Materialien – Forschungsstelle Osteuropa (Bremen). – № 57. – 2004. – 128 p.

тур сменяется давлением со стороны правоохранительных органов; затрудненный доступ к материальным ресурсам для своего развития и др.);

- проведено сопоставление данных социологических исследований, посвященных изучению значения доверия в России, что позволило с достаточной точностью определить не только соотношение «доверчивых» и «осторожных» респондентов, но и выявить социальные группы, более склонные к доверию;

- введен в научный оборот новый эмпирический материал, характеризующий значение межперсонального, межгруппового и институционального доверия среди малых предпринимателей Республики Татарстан, факторов, ему способствующих, и видов его проявления;

- установлено, что малые предприниматели Республики Татарстан наибольшее доверие испытывают к такому институту, как суды, наименьшее – к контролирующим организациям и официальным предпринимательским союзам.

Новые научные результаты, полученные автором, позволили сформулировать следующие **положения, выносимые на защиту**.

1. Доверие – это такое состояние социальных взаимоотношений, для которого характерна убежденность в чьей-либо искренности, честности, добросовестности. Индивид, которому доверяют (и который, в свою очередь, доверяет другим) может рассматриваться как обладатель специфической формы капитала – социального капитала, поскольку в силу включенности в сеть связей и знакомств он получает доступ к ресурсам других членов группы. Существует не менее трех способов создания доверия и накопления социального капитала: это личный опыт, сходство социальных характеристик партнеров и гарантии или рекомендации надежного внешнего источника.

2. Уровень доверия оказывает существенное влияние на развитие бизнеса: если партнеры доверяют друг другу и существующим институтам, издержки бизнеса уменьшаются. В противном случае они могут сотрудничать лишь в рамках системы формальных правил и предписаний и будут вынуждены многократно подстраховываться, что снижает эффективность бизнеса.

3. В развитии малого предпринимательства в Российской Федерации можно выделить четыре этапа. В течение первого (1988 – 1992 гг.) произошло возрождение и становление малого предпринимательства как разновидности хозяйственной деятельности. Вторым этапом (1992 – 1995 гг.) был отмечен бурным ростом легального малого предпринимательства. Третий этап (1995 – 2002 гг.) характеризуется стагнацией российского малого предпринимательства, и четвертый (с 2003 г.) – быстрым ростом российского малого бизнеса, что, по-видимому, связано с общим экономическим подъемом в стране.

4. В малом предпринимательстве Республики Татарстан роль доверия невелика (меньше даже, чем предполагалось вначале). Реальное поведение представителей малого бизнеса управляется в значительной мере факторами иными, нежели личное доверие (ценой товара, личным опытом, наличием предоплаты, неформальными механизмами контроля).

5. Тем не менее существуют определенные «островки» доверия и в предпринимательской среде. Большому доверию способствуют длительные деловые отношения или рекомендации. В большей мере, чем остальным, предприниматели склонны доверять землякам и родственникам. Доверие может выражаться в отсутствии предоплаты или небольшой предоплате, а также пренебрежении формальными письменными договоренностями.

6. Групповое доверие нашим малым предпринимателям свойственно еще в меньшей мере, чем доверие межличностное. Практически все опрошенные проявили равнодушие к официальным предпринимательским организациям. В качестве институтов, в той или иной мере заслуживающих доверия, предприниматели чаще всего называют суды, реже всего – контролирурующие инстанции. Большинство предпринимателей также склонны связывать определенные надежды на поддержку и развитие малого бизнеса с федеральными органами государственной власти, высшим политическим руководством России.

Научная значимость диссертации. Научная значимость диссертации состоит в том, что она является одной из первых работ, в которой осуществлена попытка выявить и охарактеризовать значение различных форм доверия для разви-

тия малого предпринимательства на примере Республики Татарстан. Полученный автором эмпирический материал может быть положен в основу теории, описывающей и предсказывающей значение различных форм доверия для развития малого предпринимательства в российских регионах.

Практическая значимость диссертации состоит в том, что представленные в работе выводы и рекомендации могут использоваться органами государственного управления и муниципального самоуправления для разработки программ поддержки и развития малого предпринимательства.

Результаты исследования могут представлять интерес для преподавателей и студентов высших учебных заведений, занимающихся проблемами социального капитала, развития малого предпринимательства, экономического поведения. Материалы работы могут быть востребованы для подготовки лекционных и практических занятий по общему курсу социологии, а также экономической социологии и социологии предпринимательства, экономического поведения.

Отдельные выводы проведенного исследования могут послужить исходным пунктом дальнейших научных исследований.

Апробация работы. Основные положения диссертационного исследования нашли отражение в 4 публикациях автора, в том числе одной статьи в издании, рекомендованной ВАК, представлялись им на научных и научно-практических конференциях различного уровня, в том числе Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 10-летию Академии государственного и муниципального управления при Президенте РТ «Государственная и муниципальная служба: история и современность (проблемы кадровой политики)» (Казань, 2006), международной научно-практической конференции «Реформирование российского общества: опыт, проблемы, перспективы» (Воронеж, 2007), Всероссийской научной конференции «II Казанские социологические чтения» (Казань, 2008), обсуждались на методологических семинарах кафедры социологии и философии Академии государственного и муниципального управления при Президенте Республики Татарстан.

Структура и объем диссертации. Диссертационная работа состоит из введения, трех разделов, заключения, списка литературы и 2 приложений. Общий объем диссертации (без приложений) – 143 страницы компьютерного текста. Список литературы включает 148 названий источников и научных трудов.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обоснованы актуальность темы диссертационной работы, степень ее научной разработанности, определены объект и предмет исследования, сформулированы цель и задачи, охарактеризованы теоретико-методологическая и эмпирическая база, показаны научная новизна и практическая значимость, приведены положения, выносимые на защиту.

В **первом разделе «Теоретико-методологические подходы к изучению доверия и социального капитала»** раскрыто содержание понятий «доверие» и «социальный капитал»; проанализированы ключевые положения социологических теорий доверия и социального капитала; охарактеризована взаимосвязь между уровнем доверия и успешностью развития бизнеса в той или иной стране.

Под социальным капиталом сегодня чаще всего понимается совокупность тех ресурсов, которыми располагает индивид в силу своего членства в определенной группе и включенности в групповую сеть связей и знакомств (П. Бурдье), а также социальные механизмы появления этих ресурсов и условия функционирования социального капитала (Дж. Коулман). От других форм капитала он отличается тем, что воплощается не в конкретных предметах или субъектах, а в межсубъектных взаимоотношениях. Для формирования социального капитала обычно считаются необходимыми такие составляющие, как социальные сети, общие нормы, а также доверие. Ряд исследователей склонна сближать или даже прямо отождествлять социальный капитал с доверием, т.е. таким состоянием или характеристикой социальных взаимоотношений, для которого характерна убежденность в чьей-либо искренности, честности, добросовестности. Существует не менее трех способов накопления социального капитала (или же формирования доверия): это

личный опыт, сходство социальных характеристик партнеров и гарантии или рекомендации надежного внешнего источника.

Выделяются различные виды доверия, из которых наиболее важными представляются личное (межличностное) доверие и доверие институциональное, поскольку именно они во многом определяют перспективы экономического роста в той или иной стране или регионе мира. Если партнеры по бизнесу доверяют друг другу и существующим институтам, издержки производства уменьшаются. Общества с высоким уровнем доверия, такие, как Япония, Германия и США, смогли относительно легко создать крупные, не основанные на семейственности, бизнес-организации. Альтернативной построению отношений доверия является либо отказ фирмы от случайных связей, когда максимальное количество проблем стараются разрешить внутри организации, либо заключение «железных» контрактов, в которых стараются предусмотреть возможные варианты развития отношений. И то, и другое чревато повышением организационных издержек.

Следует вместе с тем подчеркнуть, что сам по себе низкий уровень доверия в обществе не является абсолютно запретительным условием для развития бизнеса. Общества со сравнительно низким уровнем доверия к незнакомым – такие, как Китай, Франция, Италия и Южная Корея – смогли также достаточно далеко продвинуться в развитии бизнеса, однако конкретные формы его организации стали иными. Ф. Фукуяма характеризует эти общества как фамилистические, т.е. семейные или «семейственные» (хотя в Италии и во Франции фамилизм выражен не столь ярко). Обезличенное социальное доверие для этих обществ не типично; их члены склонны доверять другим, только если те являются членами их семьи или какого-то другого, более широкого объединения, также базирующегося на семейных или родовых узах (клана)¹. И бизнес адаптировался к этой культуре: малый бизнес принял семейный характер, крупный же – развивается при поддержке государства. При этом распределение предприятий приняло «седлообразный» характер: на одном краю – большое количество относительно небольших семейных

¹ Фукуяма Ф. Доверие. Социальные добродетели и путь к процветанию / Ф. Фукуяма. – М., 2004. – С.57-58.

фирм, на другом – небольшое число крупных государственных (или поддерживаемых государством) предприятий.

Существенные проблемы может вызвать сверхнизкий уровень доверия, когда не доверяют практически всем окружающим. Впрочем, даже такой уровень доверия не является абсолютно непреодолимым барьером для бизнеса, хотя и сдерживает его развитие.

Во втором разделе «Малое предпринимательство и динамика его развития в Российской Федерации и Республике Татарстан в 1990-е – 2000-е гг.» характеризуются понятия «предпринимательство», «малое предпринимательство», дается периодизация развития малого предпринимательства в Российской Федерации, анализируются динамика и тенденции его развития и роста.

Под предпринимательством сегодня понимается любая не запрещенная законом негосударственная экономическая деятельность, имеющая целью, как правило, на получение прибыли (дохода) и осуществляемая от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность. Наиболее часто применяемыми критериями, на основе которых субъекты рыночной экономики относятся к субъектам малого предпринимательства, является средняя численность занятых на предприятии работников (до ста человек включительно), ежегодный оборот, полученный предприятием, как правило, за год, и величина активов.

В развитии малого предпринимательства в Российской Федерации можно выделить четыре этапа. В течение первого (1988 – 1992 гг.) произошло возрождение и становление малого предпринимательства как разновидности хозяйственной деятельности. Второй этап (1992 – 1995 гг.) был отмечен бурным ростом легального малого предпринимательства. Третий этап (1995 – 2002 гг.) характеризуется стагнацией российского малого предпринимательства (численность малых предприятий – юридических лиц в течение этого периода сохранялась на уровне 840-890 тыс.), и четвертый (с 2003 г.) – быстрым ростом российского малого бизнеса, опрокинувшим не только пессимистические, но и оптимистические прогнозы, что, по-видимому, связано с общим экономическим подъемом в стране. Тенденции развития малого бизнеса в Татарстане повторяют общероссийские, но с

запозданием на один или два года: отчетливый рост численности предприятий малого бизнеса и их оборота обозначился в лишь в 2004-2005 гг.

Темпы роста малого бизнеса в России являются, однако, очень неровными. Наиболее значительный прирост численности малых предприятий произошел в 2004 г. – на 6,7 % (с 893 тыс. до 953 тыс.). В 2005 г. темп прироста снизился (2,75 %), а в 2006 г. вновь возрос (5,5 %). В том же году численность малых предприятий в России перевалила за 1 миллион (см. табл. 1).

Таблица 1

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Российская Федерация	879, 3	843	882,3	893	953	979,3	1032,8
Республика Татарстан	16, 2	16, 5	18, 2	16, 9	17, 5	18, 6	20, 1

*Изменение численности малых предприятий в Российской Федерации (РФ)
и Республике Татарстан (РТ) в 2000 – 2006 гг. (в тыс.)*

Значительного увеличения малого бизнеса в 2007 г. не произошло: на 1 октября 2007 года в России было зарегистрировано около одного миллиона 100 тысяч организаций малого бизнеса и около 3,5 миллионов индивидуальных предпринимателей, в том числе и 255 тысяч крестьянских хозяйств¹.

Татарстан входит в пятерку регионов-лидеров ПФО по основным показателям развития малого бизнеса (см. Табл. 2). В этой пятерке он, однако, в 2006 г. находился на 4-м месте по численности малых предприятий, уступая Самарской, Нижегородской областям и Республике Башкортостан. По среднесписочной численности работников малых предприятий Татарстан вновь занял 4-е место, уступая тем же регионам, но в иной последовательности: Республика Башкортостан, Нижегородская и Самарская области. Наконец, по обороту малых предприятий

¹ Медведев: критерии малого бизнеса в РФ требуют уточнения / Страна.Ru. – 2008. – 27 марта. - <http://www.strana.ru/doc.html?id=93335>

Татарстан в 2006 г. находился на 5-м, уступив, кроме вышеперечисленных регионов, также и Пермскому краю.

Таблица 2

Регионы ПФО	Численность (тыс.)	Среднесписочная численность работников (тыс. чел.)	Оборот (в млн. руб.)
Самарская область	29,9	222,3	436129,0
Нижегородская область	22,3	292,3	361030,5
Республика Башкортостан	20,5	323,6	263047,3
Республика Татарстан	20,1	208,0	184965,0
Пермский край	12,1	86,0	188169,6
Саратовская область	11,7	78,6	86853,6
Удмуртская Республика	10,6	39,9	45537,4
Оренбургская область	9,0	103,1	48668,2
Пензенская область	8,7	72,0	52307,5
Ульяновская область	7,5	71,2	49448,0
Чувашская Республика	7,1	77,7	38488,5
Кировская область	6,6	58,8	53603,6
Республика Марий Эл	4,3	34,5	25984,1
Республика Мордовия	3,0	26,0	15134,7

Сравнительные показатели развития малых предприятий регионов ПФО в 2006 г.

Проблемы, испытываемые российским малым бизнесом в 2000-е гг., носят несколько иной характер, чем проблемы, характерные для 1990-х гг. Так, если в 1990-х гг. актуальна была проблема рэкета предпринимателей со стороны криминальных группировок, то в 2000-х гг. эта проблема перестала быть для малого бизнеса столь насущной, зато возросло противоправное влияние на бизнес уже со стороны правоохранительных органов. Среди других современных проблем мало-

го бизнеса следует отметить прозрачность системы налогообложения малого бизнеса и его уровень. Еще одной проблемой малого бизнеса является затрудненный доступ к материальным ресурсам для своего развития (прежде всего к финансовым ресурсам). Нетрудно заметить, что эти проблемы в большей или меньшей мере связаны с отсутствием доверия (между государственными органами и малым бизнесом, между малым бизнесом и банками и т.д.)

В третьем разделе «Исследования доверия в современной России среди населения и в предпринимательской среде» проанализированы данные ряда исследований, изучавших межличностное доверие среди населения страны в целом¹, так и различные уровни доверия (межличностное, межгрупповое и институциональное) в предпринимательской среде, в том числе среди малых предпринимателей.

На протяжении 15 лет (1993 – 2008 гг.) различные исследовательские центры многократно определяли уровень межличностного доверия среди населения Российской Федерации в целом. Как позволяют утверждать результаты их исследований, в течение этих лет соотношение «доверчивых» и «осторожных» оставалось в целом примерно одним и тем же - 1:3 (25:75). В ходе некоторых опросов, в зависимости от методики их проведения и, возможно, других факторов, результаты были несколько иными: то более высокими (1:2, или 33:66), то более низкими (1:4, или 20:80), но доля «осторожных» почти всегда значительно превышала долю «доверчивых»².

Исследования доверия в собственно предпринимательской среде предпринимались значительно реже (хотя и результаты массовых опросов среди населения иногда интерпретировались таким образом, что более обеспеченные респон-

¹ См., напр.: Бызов Л. Россияне испытывают дефицит доверия / Л. Бызов / Пресс-выпуск ВЦИОМ № 534 // <http://www.wciom.ru/?pt=9&article=3200>; В беде помогут – денег не вернут / Пресс-выпуск ВЦИОМ № 509 // http://wciom.ru/arkhiv/tematicheskii-arkhiv/item/single/3005.html?no_cache=1&cHash=ba1180ae3e; Кертман Г. Межличностное доверие в России / Г. Кертман // Социальная реальность. – 2006. – № 4. – С.7-24; Межличностное доверие и взаимопомощь в российском обществе / Опрос населения / 30.04.2008 // <http://bd.fom.ru/report/map/dominant/dom0817/d081723>; Можно ли доверять окружающим / Пресс-выпуск Левада-центра от 11.06.2008. Режим доступа: <http://www.levada.ru/press/2008061102.html>.

² См.: Межличностное доверие и взаимопомощь в российском обществе / Опрос населения / 30.04.2008 // <http://bd.fom.ru/report/map/dominant/dom0817/d081723>; Можно ли доверять окружающим / Пресс-выпуск Левада-центра от 11.06.2008. Режим доступа: <http://www.levada.ru/press/2008061102.html>; Петренко Е. Гражданское общество. Добровольные объединения в условиях атомизации / Е. Петренко, Г. Градосельская // Независимая газета. – 2008. – 22 июля.

денты склонны к проявлению доверия в большей мере). Даже в опросах, проведенных, в частности, «ОПОРОЙ России» совместно с ВЦИОМом в середине и второй половине 2000-х гг., вопрос о наличии «климата доверия» или же «недоверия» не ставился. Тем не менее следует указать по крайней мере на одно исследование, непосредственно исследовавшее проблему доверия в российском малом бизнесе – германо-российский проект 2002-2003 гг., посвященный влиянию доверия на модели предпринимательского поведения и стратегии предпринимательской деятельности¹.

В ходе осуществления этого исследовательского проекта выяснилось, что, хотя доверие – важный элемент предпринимательской деятельности, но роль его достаточно мала, меньше даже, чем предполагалось участниками проекта в начале. Личный опыт и авансовые платежи играют намного большую роль, чем доверие. Тем не менее оно играет определенную роль на начальном этапе развития бизнеса и при получении кредита в дальнейшем. Не обнаружили исследователи и сколько-нибудь значительной корреляции между уровнем доверия предпринимателя и специфичной средой окружения. Роль доверия различна в различных секторах: в сферах, где всегда легко можно поменять потребителя (клиента), доверие является обязательным предварительным условием стабильных отношений между фирмами, в прочих сферах – нет. В то время, как уровень межличностного доверия в предпринимательской среде оказался более низок, чем предполагалось первоначально, был сделан неожиданный вывод о том, что институциональное доверие не столь низко, как можно предположить. В частности, сравнительно высоким оказалось доверие к судам.

Эти выводы были проверены и уточнены в ходе исследования, проведенного нами в Татарстане. В частности, подтвердился вывод, что реальное поведение предпринимателей управляется в значительной мере факторами иными, нежели личное доверие. Говоря о чрезвычайной важности роли личного доверия в отношениях с партнерами по бизнесу, заказчиками и т.д., представители малого биз-

¹ Entrepreneurial Strategies and Trust. Structure and Evolution of Entrepreneurial Behavioral Patterns in «Low Trust» and «High Trust» Environments of East and West Europe. Part 4: Estonia and Russia / Ed. by H.-H. Hohmann, Fr. Welter // Arbeitspapiere und Materialien – Forschungsstelle Osteuropa (Bremen). – № 57. – 2004. – 128 p.

неса просто дают социально одобряемые и ожидаемые ответы. Тем не менее существуют определенные «островки» доверия и в предпринимательской среде.

Предприниматели склонны доверять землякам и родственникам в большей мере, чем остальным. Также способствуют большему доверию длительные деловые отношения или рекомендации земляка, родственника или давнего партнера. В особенности доверие может выражаться в отсутствии предоплаты или небольшой предоплате, а также пренебрежении формальными письменными договоренностями. В то же время нельзя говорить о том, что предприниматели на селе склонны доверять друг другу в большей мере, чем в городе. Групповое доверие нашим малым предпринимателям свойственно еще в меньшей мере, чем доверие межличностное.

Практически все опрошенные проявили равнодушие к официальным предпринимательским организациям. Однако по отношению к организациям, полностью или частично созданным снизу (фермеры, Гильдия малого и среднего предпринимательства Казани), отношение иное: входящие в них предприниматели говорят о доверии друг к другу.

Не подтвердилась и гипотеза о том, что государственным и муниципальным органам как институтам малые предприниматели доверять не склонны. В действительности ситуация сложнее. Никто из респондентов не заявил о своем полном доверии или, напротив, о тотальном недоверии органам государственной власти и местного самоуправления. Чаще всего в качестве институтов, в той или иной мере заслуживающих доверия, назывались, с определенными оговорками, суды, реже всего – контролирующие инстанции. Предпринимателей отталкивают обязательные платежи сервисным службам, двуличие работников администрации, пристрастная несправедливость проверяющих, когда речь идет о санкциях против предпринимателей и беспомощность, медлительность правоохранительных органов в тех случаях, когда к ним обращаются за помощью в защите бизнеса. Большинство предпринимателей склонны связывать определенные надежды на поддержку и развитие малого бизнеса с федеральными органами государственной власти, высшим политическим руководством России.

В **заключении** подводятся итоги диссертационного исследования, характеризуется значимость полученных выводов, намечаются перспективы дальнейших исследований.

Основные положения диссертационной работы нашли отражение в следующих публикациях автора по теме диссертации:

Статьи, опубликованные в журналах, включенных в перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий ВАК Минобрнауки Российской Федерации:

1. Халикова Л.В. Межличностное и институциональное доверие – предпосылки развития предпринимательства / Л.В. Халикова // Вестник Чувашского университета. – 2007. – № 3. – С.346 – 349.

Публикации в других научных изданиях:

2. Халикова Л.В. Межличностное и институциональное доверие - предпосылки социального развития? / Л.В. Халикова // Государственная и муниципальная служба: история и современность (проблемы кадровой политики). Материалы Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 10-летию Академии государственного и муниципального управления при Президенте РТ 14.XII.2006. Ч.III. Казань: ЦИТ, 2007. – С.488-492.

3. Халикова Л.В. Значение социального капитала и доверия для развития предпринимательства / Л.В. Халикова // Реформирование российского общества: опыт, проблемы, перспективы: мат-лы международной научно-практической конференции / под ред. Н.А. Душковой. – Воронеж: ООО «А3+», 2007. – С. 149-153.

4. Халикова Л.В. Развитие малого предпринимательства и проблема доверия / Л.В. Халикова // II Казанские социологические чтения. Материалы Всероссийской научной конференции (в печати).