XIII МЕЖДУНАРОДНАЯ ГРУШИНСКАЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

ОБЗОР СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ ФАКТОРОВ И БАРЬЕРОВ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА УРОВНЕ МУНИЦИПАЛИТЕТОВ В РОССИИ



Семенова Роза Игоревна
Научный сотрудник ЦЭГИР, РАНХиГС;
Руководитель аналитических проектов, АИРР

25-27 мая 2023 года
Москва

Принципы социологического исследования: выбор методов

Социологические исследования *как теоретические и практические (эмпирические) работы* предполагают использование самых разных методов анализа.

Эмпирические исследования базируются *на прямом взаимодействии исследователя с объектом* с помощью проведения социологического опроса, эксперимента и пр. (Белановский, 2018; Анурин, 2003).

В прикладной социологии двумя базовыми путями реализации принято считать **количественную и качественную стратегии**, *или же «традиции» исследования* (Белановский, 2018; Лаба, 2004).

Этому **разделению** социологических методов на 2 группы, **как и возможностям интеграции их результатов** посвящена многочисленная литература. До сих пор ведутся дискуссии по вопросам их «органического единства» или же полной автономии (Белановский, 2018; Божков, и др., 2004).

Выбор конкретных методик с учетом разных стадий исследования (включая методики построения выборки, анализа качественных и количественных данных) зависит от применяемых методов на основе научных задач, а не наоборот! (Девятко, 1998).

Группы методов для изучения предпринимательства на местном уровне в России

Большой пласт методических материалов в социологии уделен основанным на анализе количественной информации компаративным (сравнительным) исследованиям, способы обработки данных в которых имеют принципиальное значение. *Целью данного класса исследований является подтверждение теоретических концепций или же выявление новых тенденций и взаимосвязей на основе обобщения выводов из анализа статистики (Bendix, 1963).*

В качественных же, в том числе политико-прикладных, социологических исследованиях объектом, как правило, выступает позиция, или набор мнений, представителей социума (общества, экспертов, узкого круга лиц и пр.) по конкретным вопросам *с целью выявления актуальных на четко обозначенном временном промежутке исследования проблем понимания мира, жизни в обществе или функционирования в результате сложившихся гражданских и прочих институтов, вытекающих задач и современных методов их решения* (Жеребцов, 2005).

Предприниматели (как часть экономики и социума) являются как нельзя более подходящими представителями релевантных мнений о локальных условиях развития бизнеса в России!

Актуальность изучения проблем предпринимательства

МСП – критически важная сфера экономики! (Zemtsov, et al., 2022)

В текущих условиях в России на плечи предпринимателей как на основной «драйвер» развития ложится дополнительный груз «буфера» – ответственности по смягчению и преодолению шоковых последствий (Верховская, и др., 2022; ФОМ, 2021; ФОМ, 2020).

С одной стороны, сектор МСП испытывает дополнительное давление (НАФИ, 2022; Чугунов), а с другой стороны, логично, что уход иностранных компаний из России способствует освобождению рыночных ниш для российских МСП, и ощутимая доля предпринимателей (32%) на середину 2022 г. допускала, что санкции будут иметь в том числе и некие положительные последствия (РБК-ТВ). По мнению ряда экспертов, риски военной мобилизации, возникшие в сентябре 2022 г., сильно негативно повлияли на состояние и перспективы сектора МСП (АИРР, 2022).

Значение *новых исследовательских данных* о предпринимателях и предпринимательских экосистемах, формируемых в результате различных опросных и других методов, трудно переоценить!!! (Верховская, и др., 2022; Баринова, и др., 2023)

Актуальность изучения предпринимательства на местном уровне в России

Лонгитюдные исследования малого бизнеса, запущенные ФОМ совместо с НИУ ВШЭ в 2021 г. *в очередной раз*, наряду в том числе с нашими предыдущими обследованиями бизнеса (2019, 2022), обозначили качественно важную исследовательскую задачу – понять, почему даже в постковидных реалиях, в условиях масштабных санкций большинство предпринимателей сферы МСП либо ничего не слышали о мерах господдержки бизнеса (около трети), либо относятся к ним скептически (более трети)??? Эти данные актуальны на середину 2022 г. (РБК-ТВ).

!! **Важно почеркнуть:**

1). Качественному изучению проблем предпринимательства на местном уровне – на уровне российских муниципалитетов (с учетом разных типов местных экосистем бизнеса) – на основе социологических методов особого внимания пока не уделялось.

2). Актуальных исследовательских данных по условиям ведения бизнеса в России на локальном уровне и аналитики нет, что обосновывает своевременность и необходимость проведения дополнительных работ.

Специфика проблемы обуславливает выбор конкретной методологии

Именно предприниматели – объект настоящего исследования!

Поставленные научные задачи **(предмет исследования)**:

- изучение сильных и слабых сторон сформировавшихся локальных предпринимательских экосистем (Баринова, и др., 2023) в отдельных муниципалитетах страны,
- главные барьеры и факторы развития российского бизнеса в целом в текущих экономических условиях,
- формирование ряда своевременных предложений и корректировок для включения в муниципальные, региональные и федеральные программы развития малого и среднего бизнеса в соответствии с прикладными задачами.

Эмпирический социологический подход на основе опросов – одна из наших возможных научных альтернатив вместе с ***контент-анализом*** (вторичным анализом исследовательских данных), ***компаративным анализом*** (например, на основе обработки открытых данных по массовым опросам бизнеса (Цухло, 2010; Фонд общественного мнения)), ***научно-логическим методом*** (на основе умозрительных выводов из современной литературы по данной проблематике), ***кейс-стади*** и *др. подходами* (но не всеми).

Анализ методов для изучения предпринимательства на местном уровне в России (I)

!! Под исследованиями бизнеса в рамках данной работы мы будем понимать те, что происходят *на основе анализа данных по различным социальным фактам* о предпринимателях и их предпринимательской жизни в рамках территориально заданных границ, на которых представлены различные социальные, культурные, политические, отраслевые и прочие институты.

С целью авторской систематизации возможных социологических подходов к изучению МСП на местном уровне **в рамках экосистемного подхода** – *с учетом рассмотрения разных классификаций* – **было построено «дерево» методов** и в табличной форме представлены подходящие для целей анализа приёмы.

Основным методом «добычи» информации *в прикладных исследованиях* является **соцопрос или интервью** (Bethlehem, 2009; Groves, и др., 2011) – **базовый критерий разделения подходов!!**

Итак, выделены **2 группы методов** – «кабинетные» или опытно-экспериментальные социологические исследования, в основе которых *не лежат опросы или интервью* (I), и методы проведения исследований *на основе опросов и интервью* (II категория).

Анализ методов для изучения предпринимательства на местном уровне в России (II)

Результирующая таблица включает в себя описательную характеристику порядка двадцати различных социологических методов анализа, *возможных и релевантных*, на наш взгляд, для многоаспектного изучения предпринимательства на местном уровне, упорядоченных в рамках авторской классификации, по пунктам (название метода; суть; характеристики выборки; особенности применения с уч. локальной специфики; ссылки).

При описании подходов учитывались **следующие их признаки**:

- ✓ Теоретический (кабинетный)/ практический (эмпирический) подход.
- ✓ Качественный/ количественный метод.
- ✓ Формализованный/ полуформализованный/ неформализованный метод.
- ✓ Предварительный/ основной метод.
- ✓ Экспресс (поверхностный)/ глубокий (глубинный) подход.
- ✓ Наличие предпочтительного типа администрирования (личное интервью, почтовая рассылка, самозаполнение анкеты, телефонный опрос, вкл. разные комбинированные способы) и возможности эффективного проведения *онлайн*.
- ✓ И ряд других.

Анализ методов для изучения предпринимательства на местном уровне в России (III)

Название метода	Примеры описания/применения методов (литература, ссылки)
1. «Кабинетные» или опытно-экспериментальные социологические исследования, в основе которых не лежат опросы или интервью (I)	
1.1 Теоретическое исследование	Бернгард Г., 2001 (Бернгард, 2001). И др.
1.2 Научно-логическое исследование	Бернгард Г., 2001 (Бернгард, 2001) Дудник О.В., 2004 (Дудник, 2004). И др.
1.3 Контент-анализ	Бернгард Г., 2001 (Бернгард, 2001) Баринова В., Земцов С. и Царева Ю., 2023 (Баринова, и др., 2023) Банк России, Региональная экономика (ЦБ РФ, 2023). И др.
1.4 Компаративное исследование	Bendix R., 1963 (Bendix, 1963) Паниотто В.И., Максименко В.С., 1982 (Паниотто, и др., 1982) Басимов М.М., 2012 (Басимов, 2012). И др.
1.5 «Мозговой штурм»	Бернгард Г., 2001 (Бернгард, 2001). И др.
1.6 Многомерный контролируемый социальный эксперимент	Девятко И.Ф., 1998 (Девятко, 1998). И др.
2. Качественные социологические исследования (интервью) методом включенного, или полевого, наблюдения (II)	
2.1 Индивидуальное исследовательское интервью	
2.1.1 Индивидуальное глубокое интервью (глубинное интервью)	Merton R.K. et. al., 1990 (Merton, et al., 1990) Квале С., 2003 (Квале, 2003) Штейнберг И. и др., 2009 (Штейнберг, и др., 2009) Белановский С.А., 2018 (Белановский, 2018) СМБиз.ФОМ, доклад – 2020 (Фонд общественного мнения, 2020) Van Burg E. et. al., 2022 (Van Burg, и др., 2022) Антонова М.П. и др., 2022 (Антонова, и др., 2022). И др.
2.1.2 Нарративное интервью	Девятко И.Ф., 1998 (Девятко, 1998) Штейнберг И. и др., 2009 (Штейнберг, и др., 2009). И др.
2.1.3 Качественное экспертное интервью («снежный ком»)	Штейнберг И. и др., 2009 (Штейнберг, и др., 2009) СМБиз.ФОМ, ежегодный доклад – 2021 (Фонд общественного мнения, 2021). И др.
2.2 Групповое исследовательское интервью	
2.2.1 Развернутое групповое интервью (метод фокус-групп)	Goldman A.E., 1962 (Goldman, 1962) Merton R.K. et. al., 1990 (Merton, и др., 1990) Штейнберг И. и др., 2009 (Штейнберг, и др., 2009) Белановский С.А., 2018 (Белановский, 2018). И др.
2.2.2 Особые круглые столы – КЭП-сессии	СМБиз.ФОМ, ежегодный доклад – 2021 (Фонд общественного мнения, 2021)

Анализ методов для изучения предпринимательства на местном уровне в России (IV)

Название метода	Примеры описания/применения методов (литература, ссылки)
3. Количественные социологические исследования на основе данных формализованных опросов (II)	
3.1 Статистическое структурированное наблюдение (конъюнктурные опросы предпринимателей)	Росстат, Основные показатели деловой активности малых предприятий (Росстат) Цухло С.В., 2010 (Цухло, 2010) И др.
3.2 Анкетирование как репрезентативный (массовый) опрос	Панель Малого бизнеса, ФОМ (Фонд общественного мнения) И др.
3.3 Выборочное экспертное анкетирование (на основе закрытых вопросов)	АИРР, НАТТ, Корстоун при методической поддержке РАНХиГС и содействии Минэкономразвития России, 2019 г. (АИРР, НАТТ, Корстоун при методической поддержке РАНХиГС, 2019) И др.
3.4 Телефонный опрос (формализованное телефонное интервью)	Индекс RSBI (ПСБ и "Опора России") Телефонный опрос. Научный парк СПбГУ (Тел23) И др.
4. Отдельные релевантные методы проведения социальных исследований на основе опросов и интервью (II)	
4.1 Смешанное экспертное анкетирование (частично закрытые и открытые вопросы)	Bethlehem J., 2009 (Bethlehem, 2009) Groves R.M. et al., 2011 (Groves, и др., 2011) И др.
4.2 Экспресс-опрос (зондаж общественного / экспертного мнения)	Bethlehem J., 2009 (Bethlehem, 2009) Groves R.M. et al., 2011 (Groves, и др., 2011) И др.
4.3 Полуформализованное телефонное интервью (для КЭП-сессий)	СМБиз.ФОМ, ежегодный доклад – 2021 (Фонд общественного мнения, 2021) И др.
4.4 Онлайн-интервью (для лонгитюдных исследований бизнеса)	Лонгитюд малого бизнеса, ФОМ (Фонд общественного мнения) И др.
4.5 Кейс-стади	Семенова В.В., 1998 (Семенова, 1998) И др.

XIII МЕЖДУНАРОДНАЯ ГРУШИНСКАЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

ВЦИОМ
• Основан в 1987 году •

ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



Семенова Роза

Научный сотрудник ЦЭГИР РАНХиГС; руководитель аналитических проектов в АИРР

semenova-ri@ranepa.ru