

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УДК 316.334.23(476)

**АНДРОС**  
**Ирина Александровна**

**СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени  
доктора социологических наук  
по специальности 22.00.01 – теория, методология и история социологии

Минск, 2021

Работа выполнена в Белорусском государственном университете

Научный консультант **Данилов Александр Николаевич,**  
доктор социологических наук, профессор, член-корреспондент Национальной академии наук Беларуси, заведующий кафедрой социологии Белорусского государственного университета

Официальные оппоненты: **Ротман Давид Генрихович,**  
доктор социологических наук, профессор, начальник Центра социологических и политических исследований Белорусского государственного университета

**Бубнов Юрий Михайлович,**  
доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой гуманитарных дисциплин УО «Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий»

**Левко Анатолий Игнатьевич,**  
доктор социологических наук, профессор, главный научный сотрудник отдела философии культуры ГНУ «Институт философии Национальной академии наук Беларуси»

Оппонирующая организация **ГНУ «Институт социологии Национальной академии наук Беларуси»**

Защита состоится «20» октября 2021 года в 14.00 часов на заседании совета по защите диссертаций Д 02.01.03 при Белорусском государственном университете по адресу: 220030, г. Минск, ул. Кальварийская, 9, факультет философии и социальных наук, ауд. 413.

Телефон ученого секретаря: (+375-17) 209-53-90.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Белорусского государственного университета.

Автореферат разослан «\_\_\_» сентября 2021 года.

Ученый секретарь  
совета по защите диссертаций,  
кандидат социологических наук, доцент



Т. В. Бурак

## ВВЕДЕНИЕ

В Беларуси создание благоприятных условий для предпринимательской деятельности заложено в Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития республики. Анализ ее реализации показывает, что принимаемые властью решения направлены прежде всего на разработку комплекса мер и механизмов, касающихся раскрепощения деловой инициативы и творческого потенциала экономически активных социальных субъектов. Согласно данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, за последнее десятилетие наблюдается увеличение вклада субъектов малого и среднего предпринимательства в ВВП Беларуси (2010 г. – 12,4 %, 2015 г. – 24,2 %, 2019 г. – 26,1 %). В 2019 г. их вклад в республиканский объем выручки составил 43,3%. Статистика отражает количественные значения показателей, характеризующих развитие предпринимательства, что позволяет мониторить экономическую составляющую предпринимательской деятельности. Социальная составляющая в трансформации предпринимательства является особым конкурентным преимуществом, целенаправленно изменяющим творческую социальную деятельность, которая впоследствии преобразовывает объективную реальность и социального субъекта. В том числе и поэтому в национальных экономиках стран бывшего социалистического лагеря предпринимательство изучается не только как эффективный способ форсирования негативных последствий трансформационных процессов, но и как форма самореализации социальных субъектов в новых организационно-экономических условиях.

Динамический процесс социоэкономических преобразований в предпринимательской деятельности представляет собой социально-экономическую трансформацию предпринимательства, которая содержательно его изменяет под влиянием внешних и внутренних факторов развития. Совокупность этих факторов стимулирует предпринимателей проявлять alertность (от англ. *alert* – бдительность, готовность к действию) к ранее нереализованным возможностям. Сегодня экономически развитые страны связывают главные пути развития предпринимательства со стратегиями реализации новых возможностей. В Республике Беларусь прогрессу в данном направлении будут способствовать теоретико-методологические и прикладные разработки, полученные в результате социологических исследований национальной специфики становления предпринимательства, что позволит раскрыть заложенный в отечественном предпринимательстве большой стратегический потенциал.

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

### **Связь работы с научными программами (проектами), темами**

Диссертационная работа в процессе своей реализации была связана с рядом международных, республиканских и региональных программ, планов НИР и отдельных тем научных исследований:

- «Социальные механизмы регулирования количественных и качественных характеристик структуры спроса и предложения рабочей силы в экономике Республики Беларусь». Задание в рамках ГПФИ «Социологическое исследование социальных и социально-культурных процессов в современной Беларуси (социальные процессы)» (срок исполнения 2001–2005 гг., № ГР 20011511).

- «Роль социальных сетей в формировании моделей экономического поведения индивидов на белорусском рынке труда». Грант БРФФИ (срок исполнения 2006–2007 гг., № ГР 20062838).

- «Роль предпринимательских общественных объединений во взаимодействии государственных органов управления и субъектов малого бизнеса в Республике Беларусь». Грант БРФФИ (срок исполнения 2011–2013 гг., № ГР 20113384).

- «Развитие механизма государственно-частного партнерства и приватизации в г. Минске». НИР в Минском научно-исследовательском институте социально-экономических проблем (срок исполнения 2012–2013 гг., № ГР 20123480).

- «Инновационное развитие отраслей социальной сферы». Задание в рамках ГПНИ «История, культура, общество, государство» (срок исполнения 2011–2015 гг., № ГР 20110546).

- «Социологическая модель развития предпринимательства в условиях социально ориентированной рыночной экономики Республики Беларусь». Задание в рамках ГПНИ «Экономика и гуманитарное развитие белорусского общества» (срок исполнения 2016–2020 гг., № ГР 20161678).

- «Интеграция инженерного образования и бизнес-образования в технических университетах Украины и Беларуси как фактор развития национальных экономик». Грант БРФФИ-ГФФИУ (срок исполнения 2016–2018 гг., № ГР 20164278).

- «Условия функционирования и перспективы развития семейного предпринимательства в Республике Беларусь». Грант БРФФИ (срок исполнения 2018–2020 гг., № ГР 20181077).

Диссертационное исследование соответствует приоритетным направлениям научных исследований Республики Беларусь, утвержденных

Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 12 марта 2015 г. № 190.

### **Цель и задачи исследования**

Цель диссертации – разработать концептуальные основы социологического изучения социально-экономической трансформации предпринимательства в Республике Беларусь, интегрируя эволюционно-исторический, теоретико-методологический и практико-ориентированный методы исследования.

Поставленная цель достигнута в результате решения следующих задач:

1. Раскрыть сущность, специфику и тенденции социально-экономической трансформации отечественного предпринимательства посредством изучения влияния нормативно-правового, морально-этического, образовательного факторов и определить содержательные изменения в трансформационной активности предпринимателей.

2. Осуществить социологическую реконструкцию теоретико-методологических направлений изучения предпринимательства через призму идентификации возможностей, а также выявить методологический потенциал предпринимательской алертности для обоснования перспективности данного метода в научном познании предпринимательства.

3. Построить социологическую модель предпринимательской алертности, которая позволит проинтерпретировать умение предпринимателя распознавать нереализованные ранее возможности.

4. Выявить современные тенденции развития различных форм социального взаимодействия в предпринимательстве (на примере малого предпринимательства Беларуси).

5. Социологически эксплицировать сущность понятия «технологический предприниматель» и определить стратегический потенциал технологического предпринимательства в развитии белорусского общества.

Объект диссертационного исследования – предпринимательство как деятельность экономически активных социальных субъектов, предмет – социально-экономическая трансформация предпринимательства как важный фактор, обуславливающий структурные преобразования в развитии белорусского общества.

### **Научная новизна**

В диссертационной работе представлены концептуальные основы исследования становления предпринимательства в постсоветском обществе (на примере белорусского), которые раскрывают содержание и принципы преобразований в предпринимательской деятельности в рамках предложенного

диссертантом комплексного подхода. Данный подход включает эволюционно-исторический, теоретико-методологический и практико-ориентированный методы. В рамках эволюционно-исторического исследования на основе принципов детерминизма и историзма определены предпосылки появления предпринимательства в советской экономике и факторы, влияющие на его формирование (с учетом конкретных хронологических рамок) и дальнейшее развитие в экономике Беларуси. Изменения в трансформационной активности отечественных предпринимателей систематизированы и представлены в виде периодизации, критерием которой выбраны два фактора влияния – политико-управленческая и реформаторская деятельность властей. Многообразие современных теоретико-методологических направлений изучения предпринимательства упорядочено на основе подчеркивания усиливающейся роли социального фактора «алертность» (умение распознавать нереализованные возможности) в предпринимательской среде. Это приводит не только к существенному содержательному преобразованию предпринимательства, но и к более широкому пониманию предпринимательской alertности, а именно осмыслению перспектив ее применения в иных сферах деятельности. Новизна предложенной диссертантом социологической модели предпринимательской alertности заключается: во-первых, в целостном ее построении на основе интегрирования в единую систему выявленных шести взаимосвязанных компонент; во-вторых, в содержательно-смысловом наполнении модели, раскрывающем процесс добывания предпринимателем достоверной рыночной информации для принятия успешного решения; в-третьих, в линейно-возрастающем характере последовательности компонент, начиная с личностных качеств индивидуального субъекта и заканчивая внешней ситуацией, что допускает коррекцию модели на основе прикладных исследований. Поскольку предпринимательская деятельность выходит за рамки только хозяйственной функции и уже представляет собой социально-культурный феномен, то в теоретической перспективе социологическая модель предпринимательской alertности может стать базовой при разработке иных моделей alertности, отражающих процесс поиска необходимой информации для принятия верного решения в различных сферах деятельности. Применение эмпирических данных позволило социологически проанализировать основные тенденции в выстраивании деловых отношений как среди самих предпринимателей, так и между предпринимателями и властями. Социологическими методами осуществлена теоретико-эмпирическая экспликация понятия «технологическое предпринимательство», методологической основой изучения которого

являются технократические идеи в силу всепроникающего влияния высоких технологий.

Таким образом, впервые примененный комплексный подход позволил изучить предпринимательскую деятельность как социально укорененный процесс, в котором:

- определены ключевые тенденции социально-экономической трансформации предпринимательства в Беларуси и дана периодизация трансформационной активности отечественных предпринимателей;
- обоснован и представлен категориально-понятийный аппарат предпринимательской алертности для формирования исходной логико-методологической базы теоретического познания данного понятия;
- разработана социологическая модель предпринимательской алертности как средство активизации способности субъекта предпринимательства реализовывать незамеченные ранее возможности;
- определены современные тенденции развития различных форм социального взаимодействия в белорусском предпринимательстве, характеризующие его функционирование (на примере малого предпринимательства);
- раскрыт стратегический потенциал технологического предпринимательства, социальную базу которого представляет научно-техническая молодежь.

### **Положения, выносимые на защиту**

1. Социально-экономическая трансформация предпринимательства – это процесс становления и развития предпринимательства, в ходе которого содержательно обновляется роль предпринимательской деятельности в поддержке основ рынка. В Беларуси ключевые преобразования в предпринимательстве происходят под воздействием различных приоритетных факторов, позволяющих ему стать социально одобряемой хозяйственной деятельностью. Так, легитимация предпринимательской деятельности (середина 1980-х – начало 1990-х гг.) позволила включить хозяйствующих субъектов в социально-экономическое развитие, а также дала возможность выстраивать диалог между властью и субъектами предпринимательства. Современная правовая среда предоставляет предпринимателям достаточно широкие возможности для самореализации, однако структура и функционал предпринимательства обуславливаются решениями власти, которые имеют доминирующее значение. Морально-этический фактор, направленный на обеспечение уверенности субъекта предпринимательства в соблюдении этических норм хозяйственной деятельности, постепенно перенацелил

предпринимателей с достижения только экономического результата на социальную значимость своей деятельности. Бизнес-образование переориентировалось с подготовки универсального управленческого персонала в предпринимательстве на практическую подготовку менеджеров в рамках отраслевой направленности. В результате вектор трансформационной активности предпринимателей перефокусировался с адаптационно-достижительных стратегий поведения на статусно-достижительные, где высокая деловая репутация обеспечивает широкое социальное признание.

2. В предпринимательстве новые формы социального взаимодействия возникают в результате возрастающего влияния социального фактора в выборе предпринимательских возможностей, что приводит к трансформации содержания предпринимательской деятельности. В условиях конкуренции алертность позволяет субъекту предпринимательства снизить влияние неопределенности и оперативно принять верное решение для дальнейшей работы. Социологическая реконструкция теоретико-методологических направлений изучения предпринимательства через призму идентификации возможностей позволила выявить логику содержательных изменений в основных научных исследованиях: 1) предпринимательская организация из статичной, нацеленной на рационализацию трудового процесса, становится динамичной, проходящей через определенный жизненный цикл; 2) социальные сети расширяют свою роль в социальном взаимодействии от целенаправленного обмена информацией до когнитивной легитимности организационной формы общения, созданной на основе постоянного взаимодействия; 3) этническое предпринимательство из маргинальной хозяйственной деятельности становится эффективной формой адаптации этнических меньшинств в обществе; 4) разнообразие организационных форм – «естественных организаций» – возникает уже не благодаря механизму адаптации, а в результате «естественного отбора» в конкурентной среде. Значимость предпринимательской алертности возрастает с усилением взаимного влияния социального фактора и нововведений.

3. Авторское видение предпринимательской алертности заключается в представлении ее как понятия многогранного, состоящего из взаимосвязанных компонент. Их структура визуально может быть показана в формате социологической модели предпринимательской алертности. Логика построения модели основана на упорядочивании компонент, призванных обеспечить ее целенаправленное функционирование и развитие. Этими компонентами являются личностные качества индивида, познавательные способности, знания и опыт, восприятие и поиск информации, социальные сети, внутренняя и



внешняя предпринимательская среда. Основные принципы модели – многоуровневость, объектно-системная релевантность, комплексность, открытость, многовариативность, прикладная направленность. В социологической модели предпринимательской алертности представлен принцип формирования рыночной осведомленности предпринимателя, в котором доверие позволяет обеспечить предпринимателей достоверной рыночной информацией, повышающей их конкурентоспособность.

4. Белорусское предпринимательство развивается в условиях активизации на малых предприятиях деловой инициативы, которая имеет определенные характеристики. Так, в предпринимательской деятельности деловое взаимодействие осуществляется на основе взаимного признания партнерами профессионализма, которое формирует социальную установку на качественное выполнение совместной работы и социальные ожидания в достижении общего результата и получении предпринимательского дохода. Существующая во внутренней предпринимательской среде культура доверия отличается высоким уровнем межличностного доверия, где «радиус доверия» очерчивается родственными связями, что способствует становлению семейного предпринимательства. Социальное взаимодействие в формате бизнес-инкубирования предприниматели представляют как процесс адаптации к конкурентной предпринимательской среде с акцентом на вхождение в партнерскую сеть бизнес-инкубатора. Государственно-частное партнерство предприниматели воспринимают как платформу для осуществления взаимовыгодных проектов с властью, где на адаптационно-институциональном этапе участникам взаимодействия свойственен рассудительный стиль выстраивания деловых отношений.

5. Технологическое предпринимательство представляет собой динамически развивающийся вид предпринимательской деятельности, направленный на интенсификацию усилий по внедрению научно-инженерных коммерческих разработок в научно-технический прогресс. Отличительная черта технологического предпринимателя состоит в том, что он сам создает потребности, обнаруживая глубинную и пока еще неудовлетворенную потребность или предлагая новый, более дешевый способ удовлетворения уже существующей потребности. Оптимальными формами подготовки технологических предпринимателей являются научно-техническое творчество и учебно-исследовательская деятельность молодежи на базе учебных заведений технического профиля. Основной социально-профессиональной базой для развития технологического предпринимательства выступают студенты инженерно-технических специальностей. Распространяющееся воздействие

технологического предпринимательства благоприятствует формированию социально-технологического мышления, опосредованного взаимодействием социального и технологического знания и опыта.

### **Личный вклад соискателя**

Диссертация является самостоятельно выполненным и законченным монографическим исследованием. Социально-экономическая трансформация предпринимательства в Беларуси исследована на основе опубликованных научных источников и документов, авторских теоретических и эмпирических разработок. Предлагаемый диссертантом комплексный подход позволил изучить предпринимательство как трансформирующуюся социально-экономическую деятельность с теоретико-методологических, эволюционно-исторических и практико-ориентированных положений, что делает возможным всестороннее научное видение объекта исследования и формирует системное представление о нем. В теоретико-методологическом плане построена социологическая модель предпринимательской алертности, отображающая процесс добывания рыночной информации, полнота и точность которой позволяют предпринимателям принять успешное решение. С учетом поставленной исследовательской задачи осуществлен вторичный анализ данных исследований, касающихся становления отечественного предпринимательства. Функциональные возможности и факторы развития современного предпринимательства были изучены посредством проведения социологического исследования микро- и малых предприятий на основе инструментария, разработанного соискателем. Предложено социологическое эксплицирование технологического предпринимательства с акцентом на изучение научно-технической молодежи как его основной социально-профессиональной базы.

Социологические исследования, выступающие эмпирической базой для теоретических выводов, проведены при непосредственном участии автора. Систематизация и обработка данных, факторный анализ выполнены в SPSS.

Материалы совместных публикаций использовались соискателем в объеме авторского вклада.

### **Апробация диссертации и информация об использовании ее результатов**

Результаты диссертационного исследования докладывались и обсуждались на 35 международных и республиканских конференциях, в том числе: «Интеллектуальный капитал Евразийского Союза: проблемы эффективного управления и использования в обществе, основанном на знаниях» (Минск, 14–15 мая 2013 г.), «Стратегия развития экономики Беларуси:

факторы формирования и инструменты реализации» (Минск, 23–24 апреля 2015 г.), «Социальное знание и проблемы интенсификации развития белорусского общества» (Минск, 12–13 ноября 2015 г.), «Капіталізм, популізм та модерн» (Киев, 18–19 мая 2017 г.), «Energy Efficiency as a New Vector of Sustainable Development of Entrepreneurship in the Conditions of Climate Change» (British – Russian round table, Volgograd, 4–5 июля 2017 г.), «Система «наука – технологии – инновации»: методология, опыт, перспективы» (Минск, 26–27 октября 2017 г.), «(Un)Making Europe: Capitalism, Solidarities, Subjectivities» (Athens, Greece, 29 Aug. – 1 Sept. 2017), «Социальные технологии в глобализирующемся мире: теория и практика» (Минск, 21–22 ноября 2018 г.).

Основные положения диссертации использованы при выполнении ГПНИ «Социологическая модель развития предпринимательства в условиях социально ориентированной рыночной экономики Республики Беларусь» (БГУ, 2016–2020 гг.), при проведении занятий по учебной дисциплине «Прикладная социология» (БНТУ, г. Минск), при оформлении заявки на выполнение инновационного проекта «Внедрение модели образовательного центра «детский технопарк» как ресурс развития научно-технического творчества детей и молодежи» (МГДДиМ, 2018–2022 гг.), при ведении авторской рубрики в еженедельнике «Экономическая среда» (2010 г.). Внедрение результатов исследования подтверждается справками.

### **Опубликованность результатов диссертации**

Результаты диссертации опубликованы в 77 научных трудах: 24 научные статьи, соответствующие п. 18 Положения о присуждении ученых степеней и присвоении ученых званий в Республике Беларусь; 2 индивидуальные монографии; 4 раздела в монографиях; 10 статей в различных научных изданиях; 35 публикаций в сборниках материалов научных конференций; 1 брошюра (в соавторстве); 1 депонированный отчет на электронном ресурсе. Общий объем публикаций составляет 74 а. л., из них личный вклад соискателя – 70 а. л. Объем 24 публикаций, соответствующих п. 18 Положения о присуждении ученых степеней и присвоении ученых званий в Республике Беларусь, – 14 а. л. (из них 6 – в соавторстве, общий объем 2,3 а. л.).

### **Структура и объем диссертации**

Диссертация состоит из перечня сокращений, введения, общей характеристики работы, четырех глав, заключения, библиографического списка, приложений. Полный объем диссертации составляет 305 страниц, в том числе 17 таблиц и 13 рисунков объемом 15 страниц. Библиографический список включает 387 наименования, из них 77 публикаций автора. Приложения на 30 страницах содержат 9 приложений и копии справок об использовании результатов.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В первой главе «Становление предпринимательства в СССР и Беларуси» обоснованы методология и методы социологического исследования. Проанализированы научно-теоретические подходы к исследованию предпринимательства на советском и постсоветском пространстве с особым вниманием к социально-экономической трансформации этого вида хозяйственной деятельности. Изучены трансформационные процессы в сферах, которые влияют на реализацию предпринимательской деятельности, – нормативно-правовой, морально-этической, образовательной. Трансформационная активность отечественных предпринимателей представлена в формате хронологии изменений в их поведенческих стратегиях.

Примененный диссертантом комплексный подход, в котором объединены эволюционно-исторический, теоретико-методологический и практико-ориентированный методы познания, способствует формированию социологического видения функциональной целостности изучаемого объекта – предпринимательства. Вопросы предпринимательской деятельности в Советском Союзе изучались на фоне социально-экономической и политической трансформации советского государства. Ведущие российские ученые (З. Т. Голенкова, Т. И. Заславская, Н. И. Лапин, В. А. Ядов и др.), а также белорусские (Е. М. Бабосов, А. Н. Данилов, М. В. Мясникович, Г. Н. Соколова, В. Н. Шимов) в своих трудах определили трансформацию как основной фон для исследований предпринимательства в бывших социалистических республиках, поскольку она охватывала все стороны общественной жизни. Проблема развития предпринимательской деятельности становится одной из центральных в системе мер по преодолению кризиса в экономике постсоветских государств, осуществляющих рыночные реформы. Со временем предпринимательство утверждается не только как человеческая деятельность, направленная на получение прибыли, но и как качественная характеристика хозяйственной системы, основанной на самостоятельности, экономической и личной ответственности хозяйствующих субъектов. Различные аспекты предпринимательства в постсоветский период изложены в трудах российских (Л. И. Абалкин, А. Н. Асаул, А. В. Бусыгин, Ю. В. Веселов, Т. И. Заславская, А. Г. Здравомыслов, Л. Я. Косалс, В. В. Радаев, Р. В. Рывкина, А. Ю. Чепуренко и др.), а также отечественных (Д. И. Алехин, Е. М. Бабосов, Т. П. Быкова, Ж. М. Грищенко, Л. Н. Давыденко, Н. В. Ефимова, В. В. Кириенко, В. А. Клименко, О. В. Кобяк, С. В. Костюкевич, Т. В. Кузьменко, Е. Е. Кучко, С. В. Лапина, Н. Е. Лихачев, А. И. Лученок, В. Ф. Медведев, М. В. Мясникович, П. Г. Никитенко, Е. Г. Павлова, И. В. Пинчук, Н. И. Полетаева, Д. Г. Ротман,

А. В. Рубанов, Н. Н. Сечко, В. А. Симхович, А. А. Слонимский, Р. А. Смирнова, Г. Н. Соколова, Л. Г. Титаренко, А. Н. Тур, Л. В. Филинская, С. А. Шавель, В. Н. Шимов, С. Н. Щербинин и др.) ученых.

Юридическое определение предпринимательской деятельности в середине 1980-х гг. позволило сформулировать социально-экономическое содержание предпринимательства. Принятие трех перестроечных законов об индивидуально-трудовой деятельности (ИТД), кооперации и государственных предприятиях обусловило появление системы «государство – общество – предпринимательство». В Беларуси одним из первых нормотворческих актов, касающихся развития предпринимательства, стал Закон о предпринимательстве в Республике Беларусь (от 28 мая 1991 г. № 813-ХІІ), который содержал общие положения организации предпринимательской деятельности.

В Беларуси правовое регулирование предпринимательской деятельности осуществляется в рамках принятых нормативных правовых актов, которые перерабатывались и дополнялись в связи с переменами в социальной реальности, повлекшими за собой изменения в правовом регулировании предпринимательской деятельности. В конце 1980-х и начале 1990-х гг. неполнота и противоречивость законодательной и нормативно-правовой базы по предпринимательству создавали предпосылки для «информационной ловушки», поэтому было сложно предсказать результаты взаимодействия (причиненный ущерб, административное взыскание). Современная правовая среда, регламентирующая предпринимательскую деятельность, предопределяет ее содержание, вплоть до внутренней структуры организации или малого предприятия, и направленность, устанавливая правила поведения субъектов предпринимательства. В то же время действующие нормативные правовые документы обеспечивают широкое поле деятельности для предпринимателей в поиске новых возможностей с целью получения преимущества в работе, например, включение дополнительных пунктов в договорные документы.

В теме возрождения предпринимательства в СССР особенно остро стоял вопрос о морально-этической стороне ведения бизнеса. В Советском Союзе насаждался культ труда-подвига, что определяло его временный характер. Закон социалистического соревнования, задуманный как эквивалент закона капиталистической конкуренции, имел формальный характер и выполнял в большей степени идеологическую, а не социально-экономическую функцию. Экономическая свобода советских граждан была значительно ограничена из-за отсутствия частной собственности. Рационализация труда в СССР ассоциировалась с научными трудами Ф. Тейлора. Но в годы перестройки именно религиозная этика начала рассматриваться как один из факторов,

способствующих рационализации различных сфер жизнедеятельности. Оказалось, что для успешного развития предпринимательской деятельности важны не только экономические, но и социокультурные предпосылки, которые, как показала мировая история (например, работа М. Вебера «Протестантская этика и дух капитализма»), обладают сильным воздействием. Активное обсуждение советскими учеными морально-этических аспектов предпринимательства привело к переосмыслению представлений о природе, сущности и смысле хозяйственной активности в Советском Союзе. Предполагалось, что в новой форме хозяйственных отношений должен появиться новый дух (по аналогии с «духом капитализма»), который бы активизировал предпринимательскую деятельность. Стремление исследователей создать новый «идеальный тип» хозяйствования (по М. Веберу) привело к длительному периоду сравнения этики хозяйствования в протестантизме и православии. В основу новой идеологии предпринимательства закладывалась идея о синтезе лучших практик ведения хозяйственной деятельности в двух социально-экономических системах – капиталистической и социалистической. Выбор Республикой Беларусь социально ориентированной рыночной экономики ориентирует предпринимательство на решение социальных проблем. В таких условиях предпринимательский доход становится средством достижения поставленных целей в социальной сфере.

В конце 1980-х гг. проблемой управленческого образования для перестроечной экономики становится не только адаптация зарубежных теоретических наработок, но и обучение управленцев на государственных и частных предприятиях экспертному анализу принятия решений в ситуациях, связанных с разносторонними рисками. Следствием структурной перестройки советской экономики стало появление нового направления в профессиональном образовании – бизнес-образования. Имея лишь теоретические представления о предпринимательстве, в СССР посчитали возможным формальное обучение практическим навыкам и умениям предпринимательской деятельности. Бизнес-образование развивалось параллельно сохранившейся системе подготовки управленческого персонала для советской экономики. Применение бизнес-образования в конце 1980-х – начале 1990-х гг. было неплановым, поскольку в трансформационной экономике внедрение предпринимательских инициатив на предприятиях не носило всеохватывающего характера. Центры бизнес-образования появлялись в более развитых вузах по наиболее востребованным для новой экономики направлениям подготовки кадров.

Основная проблема бизнес-образования в Беларуси – это сохранение таких противоречий в связке «бизнес-образование – потребности практики», как: 1) повышенный спрос на высококвалифицированных специалистов с рыночным экономическим мышлением и соответствующим такому мышлению активным экономическим поведением; 2) высокая плата за бизнес-образование, препятствующая широкому обучению бизнес-навыкам; 3) проблема применения бизнес-знаний на отечественных предприятиях; 4) наличие у обладателей современных профессий приоритетной практической, а не теоретической подготовки. Сегодня основными характеристиками бизнес-образования в Беларуси остаются государственное регулирование, слабое интегрирование в международное бизнес-образование, малочисленность бизнес-тренеров в регионах. На наш взгляд, отечественное бизнес-образование уже стоит перед альтернативой получения универсальных или специальных знаний. Специфика национальной экономики определяется ее переходом к социально ориентированному рынку с сохранением плановых показателей. Поэтому обучение менеджеров целесообразно осуществлять в рамках отраслевой направленности, организовывая совместные программы с предпринимательскими структурами.

Изменения в научных подходах, в которых исследуется отечественное предпринимательство, в правовой базе, регламентирующей предпринимательство как особый вид хозяйственной деятельности, в поиске морально-этической составляющей в предпринимательстве (этика бизнеса), в системе подготовки кадров, а именно для частного сектора национальной экономики (бизнес-образование), – все это качественные перемены, которые преобразовали социальную структуру нашего общества. Одновременно произошли изменения в трансформационной активности предпринимателей. Диссертантом представлена периодизация существенных изменений в поведении субъектов предпринимательства в зависимости от влияния политико-управленческой и реформаторской деятельности властей на социально-инновационную деятельность предпринимателей. В итоге хронология изменений поведенческих стратегий предпринимателей показана в формате систематизации причинно-следственных взаимоотношений с властями и обществом. Названия этапов отражают их основные характеристики: 1) перестроечный (1985–1990); 2) социально-аномический (1991–1993); 3) консервативный (1994–2003); 4) нормотворческий (2004–2010); 5) менеджерский (2011 – настоящее время).

В 1990-е гг. белорусские власти взяли на себя инициативу поддерживать развитие предпринимательства как общественно полезной деятельности.

Предприниматели изначально такую стратегию поддержали. Однако проблема первых предпринимателей заключалась в том, что в стремлении получить моральную и материальную независимость от государства, желании реализовывать большое количество ранее неизведанных возможностей они еще не задумывались о долгосрочных перспективах своего предприятия, т. е. о социальной ответственности, что привело к росту социальной напряженности. Тем не менее предприниматели имеют постоянную поддержку около 1/3 населения Беларуси. Постепенно трансформационная активность предпринимателей перешла под максимальный контроль властей. В настоящее время для социально ответственного предпринимателя главным ожидаемым результатом становится, наравне с получением прибыли, социальная поддержка его действий. Высокий уровень дохода демонстрирует, с каким успехом был реализован задуманный предпринимательский проект, и одновременно повышает репутацию предпринимателя в деловых кругах. Успешность реализованных проектов (как позитивный результат в достижении поставленных целей) и высокая деловая репутация (как нематериальная ценность) выступают средством, которое может обеспечить предпринимателям широкое социальное признание.

Во второй главе **«Теоретико-методологические основания исследования предпринимательства»** проработан научно-теоретический базис для изучения предпринимательства как деятельности, направленной на определение новых возможностей, создание благоприятных условий и наличие средств для их реализации. Анализ современных теоретических разработок по предпринимательской алертности как проявления внимательности к возможностям позволил разработать социологическую модель предпринимательской алертности. Показана роль доверия в получении информации для реализации потенциальных возможностей.

Современный мейнстрим в предпринимательской тематике сформирован в результате определенного научного соперничества за лучшее объяснение происходящих в предпринимательстве процессов. Он определяется четырьмя направлениями: 1) изучение нестандартных проблем, возникающих во время жизненного пути предприятия; 2) анализ роли социальных сетей в обеспечении доступа предпринимателей к ресурсам и формировании их репутации; 3) изучение этнического предпринимательства, где этническая принадлежность выступает фактором успеха предпринимательства в «закрытых» сообществах; 4) исследование социально-экологических аспектов выживания предпринимательских организаций по аналогии с «естественным отбором».



Основанием для первого направления стала идея Ф. Тейлора о научной организации управления, нацеленной на рационализацию трудового процесса для повышения производительности труда рабочих. В наши дни специалист в области эффективного управления И. Адизес предлагает теорию жизненного цикла предприятий, согласно которой фирма образно (по аналогии с живыми существами) проходит несколько этапов развития: становление, рост, зрелость и смерть. Второе направление исходит из того, что участники социального взаимодействия в предпринимательской среде обладают различным доступом к значимым ресурсам (финансам, натуральным продуктам, власти, информации и т. д.) и вследствие этого одни из них зависят от других. Базой для современной сетевой теории послужила система взглядов Р. Эмерсона, Д. Хоманса и П. Блау, которые рассматривали социальное взаимодействие на макро- и микроуровнях как обмен целенаправленного усилия-действия на стимулы, выражаемые через соображения пользы, выгоды, награды. Усложняющаяся социокультурная динамика ведет к возникновению довольно разветвленной социальной сети. Х. Олдрич излагает принципы, связывающие сетевое поведение и предпринимательский успех, а также определяет влияние социальных сетей на возможности предпринимательского старта в зависимости от модели сети (случайная, фрагментированная, неиерархическая) и от модели сети малого мира. Третье направление – развитие этнического предпринимательства – обусловлено созданием этническими группами бизнес-организаций, действующих часто вопреки классическим рыночным законам и даже наперекор работе большинства фирм, на которых трудятся представители этнического большинства определенной страны. В.В. Радаев отмечает, что одна из основных причин развития этнического предпринимательства – это социально-экономическая маргинальность этнических меньшинств. В. Зомбарт одним из первых изучил этническое предпринимательство, определив сам факт переселения как сильный источник для развития капиталистического духа. Четвертое направление – популяционная экология – опирается на модель «естественной организации», теоретической базой которой послужили работы Т. Парсонса (концепция систем и подсистем), Р. Мертона (парадигма функционального анализа социальной теории и социальной структуры), А. Этциони (социоэкономический подход к изучению сложных организаций) и др. В «естественном» подходе М. Хэннан и Дж. Фримен определяют организационную экологию как науку о динамике организационных сообществ, в которой изучаются конкурентная организационная среда и процессы, связанные с появлением и «умиранием» фирм. Эти направления объединены теоретическими наработками, расширяющими подходы к предметной области

исследований предпринимательства, и прикладными знаниями, которые ориентированы на практическое применение исследованных возможностей.

Развитие темы предпринимательской алертности восходит к середине XVIII в., когда Р. Кантильон сформулировал тезис, согласно которому расхождения между спросом и предложением на рынке дают возможность отдельным субъектам рыночных отношений покупать товары дешевле и продавать их дороже (с фр. предприниматель – посредник). П. Друкер считает, что эффективному руководителю для достижения поставленной цели необходимы определенные условия, помогающие их достичь. Эти условия не создаются отдельными личностями, они доступны для всех, кто умеет распознавать возможности. Первым ученым, который с целью обнаружения благоприятных возможностей использовал термин «алертность», стал И. Кирцнер. Он полагает, что действия участников рынка не могут быть спланированы из-за невозможности согласовать абсолютно все решения по причине неполного владения рыночной информацией. Предприниматель И. Кирцнера похож на предпринимателя Р. Кантильона, стремящегося к постоянному доходу, связанному с неопределенностью рынка. Кирцнеровский предприниматель рискует настолько, насколько он смог обеспечить себя информацией о ходе рыночных операций. Если прочувствовать алертность принимающего решения участника рынка к новым целям и средствам их достижения, то закономерность изменений в решении субъекта объясняется как процесс обучения извлекать уроки из опыта принятия решений. Предлагаемые предпринимателями возможности могут стать доступными всем участникам рынка. Но полной согласованности решений участников рынка не происходит по причине различного владения ими информацией. Бдительность предпринимателя к незамеченным другими субъектами рынка возможностям И. Кирцнер назвал предпринимательской алертностью.

Идея И. Кирцнера об умении предпринимателями реализовывать доступные, но незамеченные другими возможности получила широкое признание. Многим импонирует мысль, что возможности не создаются специальными людьми (например, шумпетеровским предпринимателем-инноватором), они доступны в обществе каждому желающему распознавать или открывать возможности. Количество исследований по данной теме велико, поэтому можно говорить о формировании концепции предпринимательской алертности. Литературный обзор научной информации о предпринимательской алертности показал, что на сегодняшний день выделено определенное количество компонент: 1) восприятие и поиск информации (англ. *sensing and searching information*); 2) познавательная способность (*cognitive ability*);

3) знания и опыт (knowledge and experience); 4) личностные индивидуальные качества, например, лидерство, мотивация проактивности, креативность, уверенность в собственных силах как самооффективность (personality factors); 5) разветвленные социальные сети (social networks); 6) предпринимательская среда, включающая государственную политику и способы ее проведения, социально-экономические условия, предпринимательские и деловые навыки, финансовая и нефинансовая помощь (entrepreneurial environment). Диссертант предлагает представить эти компоненты как составляющие единого целого – предпринимательской алертности, чтобы затем проанализировать упорядочивание основных компонент и установить между ними связь для формирования определенного вида предпринимательской алертности.

Авторское видение предпринимательской алертности заключается в целостном представлении выделенных шести основных (традиционно изучаемых) компонент, которые логически выстраиваются в последовательности, начиная с субъективных причин (отличительные качества, свойства, достоинства характера человека, связанные с деловой сферой) и заканчивая инвайроментальной средой, которая складывается как под воздействием самого субъекта (внутренняя предпринимательская среда), так и независимо от него (внешняя предпринимательская среда): личностные качества индивида ↔ познавательные способности ↔ знания и опыт ↔ восприятие и поиск информации ↔ социальные сети ↔ внутренняя предпринимательская среда ↔ внешняя предпринимательская среда. Существующее многообразие компонент можно объединить в единое понятие о моделируемом объекте (предпринимательской алертности) и визуально представить в виде модели в сферической проекции (рисунок 1).

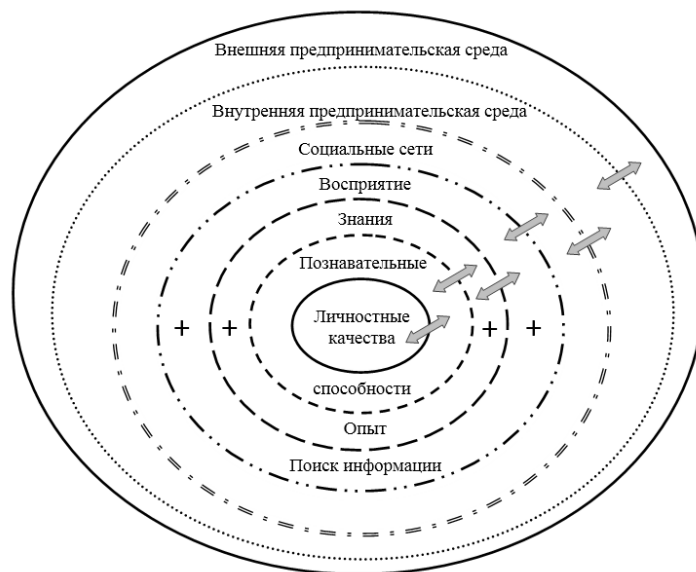


Рисунок 1. – Социологическая модель предпринимательской алертности

Социологическая модель предпринимательской алертности реализуется, если ее компоненты располагаются иерархично, взаимосвязаны и находятся в постоянном взаимодействии, по мере накопления знаний и опыта саморазвиваются, дополняются новыми компонентами и меняются по причине взаимодействия с прежними компонентами. Специфика предпринимательства как креативной и поисковой деятельности обуславливает разнообразие проявления модели. Прикладная направленность модели заключается в способности проследить влияние личностных характеристик предпринимателя и внешних факторов на получение им достоверной рыночной информации для принятия верного решения. Если максимальное владение рыночной информацией позволяет предпринимателю увеличить экономический эффект, то наличие высокопрофессиональных знаний и практических навыков дает ему возможность усилить социальный эффект от своей деятельности (видимая реакция общества).

Доверие является важным средством обеспечения предпринимателей необходимой рыночной информацией. Суть современного феномена доверия в предпринимательстве состоит в обоюдном стремлении субъектов уменьшить транзакционные издержки взаимодействия (время на поиск информации и ведение переговоров, спецификацию и защиту прав собственности) за счет снижения затрат на обеспечение надежного и устойчивого партнерства. Во внутренней предпринимательской среде доверие направлено на выстраивание эмоционально-позитивных деловых отношений внутри персонала и между партнерами. Высокий уровень обезличенного доверия повышает вероятность создания во внутренней предпринимательской среде объединений, чья работа основана на неродственных контактах. Высокий уровень родственного доверия сужает организационно-правовые основы предпринимательской деятельности, что ведет к ограничению ее реализации. Внешняя предпринимательская среда, сформированная в экономике с сильной командной властью и неразвитой системой кредитования, усиливает подчиненность предпринимателей властям.

Таким образом, при анализе актуальных научных разработок по предпринимательской тематике диссертант сделал акцент на дальнейшем изучении понятия «предпринимательская алертность». Систематизация изученных компонентов и установка между ними взаимосвязи позволили обогатить представление о предпринимательской алертности. Построение социологической модели предпринимательской алертности – это логическое завершение изучения теоретических разработок по предпринимательству в рамках диссертационного исследования.

В третьей главе **«Практические аспекты социального взаимодействия в предпринимательстве»** проанализированы различные формы социального взаимодействия в отечественном предпринимательстве (на примере малого

предпринимательства). Именно на малых предприятиях (МП) проходят селекцию новые предпринимательские идеи, из которых выживают наиболее востребованные, эффективные и динамичные. Основная роль крупных компаний заключается в продвижении и массовизации продуктивных идей на широкий рынок за счет колоссальной концентрации капитала. На примере МП социологическими методами изучено выстраивание деловых отношений предпринимателями как во внутренней предпринимательской среде, так и во внешней, а именно налаживание взаимодействия с представителями органов власти в рамках государственных программ поддержки бизнес-инкубирования и развития государственно-частного партнерства (ГЧП).

В общественном сознании населения Беларуси сформировался позитивный образ конкуренции (83,9 %), что говорит о формировании активного рыночно ориентированного экономического сознания. Национальная специфика развития института предпринимательства заключается в том, что так называемый крупный бизнес (бывшие советские предприятия-гиганты, а ныне – открытые и закрытые акционерные общества) унаследовал стабильный государственный патронаж. Средний бизнес имеет небольшие в процентном отношении экономические показатели: в 2019 г. его доля в ВВП составляла 7,0 % по сравнению с 15,9 % микро- и малых предприятий. Индивидуальные предприниматели (ИП) также имеют небольшую долю в ВВП – 3,2 %. Следовательно, в национальную экономику наибольший экономический вклад среди субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) вносят микро- и малые предприятия. Согласно данным Министерства экономики Республики Беларусь, произведенный микро-, малыми и средними организациями удельный вес ВВП постоянно растет: к концу 2019 г. он составил 26,1 % и возрос по сравнению с 2009 г. на 7,3 %. За данный период количество средних предприятий снизилось с 2773 до 2235 ед., а количество микроорганизаций увеличилось почти в полтора раза – с 65 204 до 96 789 ед. На протяжении последнего десятилетия удельный вес средней численности работников микро-, малых и средних организаций, численности ИП к общереспубликанскому итогу несколько увеличился – с 33,1 % до 35,0 %. При небольшом увеличении постоянно занятых наблюдается значительное увеличение занятых в этом секторе экономики за счет наемных работников, с которыми заключаются гражданско-правовые договоры (временно занятых) – с 17,6 тыс. чел. в 2012 г. до 69,6 тыс. чел. в 2019 г. Этому способствовали сокращение численности работников на госпредприятиях и принятые властью решения об отмене ограничений для ИП по найму работников. Доля торгово-закупочной деятельности остается высокой, хотя за последнее десятилетие несколько

снизилась – с 42,5 % до 35,6 %. Этому содействовала Программа развития внутренней торговли и общественного питания Республики Беларусь, в которой еще с 2011 г. ставилась задача поэтапного перепрофилирования рынков в торговые центры. Современные отраслевые тенденции развития предпринимательства таковы, что в условиях формирования в качестве основного элемента инфраструктурного обеспечения деятельности фирм интернет-экономики все большее количество отраслей будет охватываться информационно-коммуникационными технологиями (ИКТ). Однако применение ИКТ пока незначительно изменило отраслевую структуру белорусского МСП, что свидетельствует о низкой согласованности работы между предпринимательскими организациями (и государственными тоже) в рамках слабо сформированной системы взаимного обмена информацией.

Итак, именно МП являются «визитной карточкой» белорусского МСП. В рамках небольшого предприятия быстрая реорганизация обеспечивает скорейший эффект. В этой связи многие работники МП в ходе опросов отмечают, что именно здесь они находят возможности для раскрытия и реализации своих профессиональных и личностных качеств. Это подтверждают и специалисты кадровых служб МП, которые из наиболее важных для профессионального и карьерного роста работников качеств выделяют высокий профессиональный уровень (81,6 %), исполнительность (61,2 %), опыт работы (57,1 %), пробивные способности (42,9 %). Руководители МП выстраивают трудовые отношения по разным основаниям, но в приоритете – профессионализм. Затем идут контрактная основа доверия, снижающая риски в работе, и экономический интерес, объединяющий сотрудников. В последнюю очередь учитывается признание безусловного авторитета себя как начальника.

В партнерских предпринимательских отношениях руководители МП ориентируются на результативную и качественно выполненную совместную деятельность. Поэтому при выборе потенциального партнера предпочтение отдается профессионализму (33,9 %), организации совместной работы – достижению результатов (42,2 %), стратегии общего дела – нацеленность на получение совместной прибыли (33,3 %). Полагаем, что сегодня профессионализм, исполнение законов и общий интерес являются у руководителей МП реперными точками выстраивания отношений не только с коллегами-предпринимателями, но и другими социально-профессиональными группами. В то же время руководители МП не заинтересованы участвовать в нейтральных гражданских процессах, касающихся работы общественных объединений предпринимателей, бизнес-ассоциаций, фондов. Членство малого предпринимательства в деловых объединениях определяется ответом на вопрос

о том, насколько реально малое предприятие с помощью данного объединения может решить свои проблемы.

Вектор развития МСП направлен на менее прибыльные отрасли национальной экономики, тогда как государство сохраняет монополию в прибыльных отраслях. Это формирует как минимум соревновательную модель взаимодействия в формате «бизнес – власть». По мнению руководителей МП, если при возникновении разногласий с представителями власти они сами нацелены на компромисс и сотрудничество (стиль поведения – компромиссный), то госчиновники воспринимают их не как партнеров, а как конкурентов (стиль поведения – прессингующий). Предприниматели реалистично оценивают проблему налаживания диалога с властными структурами и, несмотря на периодические возникающие разногласия, ориентированы на сотрудничество. Предприниматели ценят среди чиновников, занимающихся вопросами развития предпринимательства, тех, которые адекватно воспринимают ситуацию и готовы к конструктивному диалогу, владеют служебной информацией, способны правильно ее использовать и, главное, имеют желание ее применить во взаимодействии власти и бизнеса.

Традиционно тема доверия в предпринимательстве возникает при обсуждении диалога с властью в рамках ГЧП. Культура доверия в предпринимательской среде Беларуси характеризуется высоким уровнем межличностного доверия и низким уровнем институционального доверия, т. е. предприниматели очерчивают свой «радиус доверия» семейным кругом (57,2 % доверяют родственникам). Как результат, в республике существует «седлообразное» распределение предприятий, где на одном краю шкалы – большое количество мелких семейных фирм, на другом – небольшое число крупных государственных, а середины практически нет. Современная рационалистическая природа доверия позволяет расширить семейный «радиус доверия» за счет неродственных связей. Но изначально ограниченный доступ малого предпринимательства к материальным и административным ресурсам снижает заинтересованность предпринимателей в расширении поля своей деятельности. Поэтому семейные малые предприятия часто занимают на рынке узкопрофильные ниши, становясь впоследствии монополистами в выбранном направлении. Проигрывая в динамичности, во времена кризисов семейные предприятия более устойчивы из-за консервативности и закрытости, что свойственно идеологии брачно-семейных отношений. На современном этапе в Беларуси семейные предприятия подошли к порогу передачи управления из первого поколения предпринимателей второму. Поэтому для большинства МП, созданных на основе семьи, основной проблемой становится формирование

трудовых династий как элемента культуры предпринимательских отношений. Безусловно, способствуют развитию отечественного семейного предпринимательства высокая степень доверия молодежи по отношению к своим родителям в плане откровенного обсуждения перспективных бизнес-идей (67,1 %) и одобрение студентами (54,7 %), разработки специальной программы поддержки семейного предпринимательства.

Бизнес-инкубирование представляет собой процесс целевой подготовки и первичной социализации субъектов предпринимательских отношений, включающий материально-техническое и правовое сопровождение их хозяйственной деятельности. Эксперты (предприниматели – 38,9 %, госслужащие – 25,8 %) считают наиболее перспективным для развития предпринимательства классический (многопрофильный) бизнес-инкубатор (БИ). Наименее привлекательны БИ, ориентированные на слабозащищенные категории населения (соответственно 2,8 % и 6,5 %). В Беларуси сильны позиции узкопрофильных БИ с технологическим бизнесом, которые уже стали практико-ориентированными площадками для обучения предпринимательству. Большинство экспертов положительно оценивают роль БИ в повышении уровня знаний по ведению бизнеса у фирм-резидентов (предприниматели – 64,4 %, госслужащие – 67,8 %). Технологические БИ представляют собой элитарную группу, которая становится проводником в цифровую экономику. Классические БИ привлекают общедоступностью представителей нетехнологического бизнеса и население. Для предпринимателей остается важной помощь в получении кредита, гранта (53,0 %) и повышается значимость услуги инкубатора в поиске партнеров и инвесторов (43,9 %). Предоставление производственных площадей, конференц-залов по востребованности уже не является первоочередной услугой бизнес-инкубаторов (23,3 %).

Технология бизнес-инкубирования включает в себя особую социальную среду, обеспечивающую динамичность процесса становления бизнесов. Успех работы БИ обусловлен наличием подготовленной команды управления (предприниматели – 61,1 %, госслужащие – 77,4 %), ясной и четкой стратегии развития (соответственно 51,1 % и 80,6 %) и ролью БИ во взаимодействии с местной администрацией и объединениями предпринимателей (соответственно 32,8 % и 32,3 %). Предпринимателей интересует БИ, в котором есть команда профессионалов с четкой стратегией развития инкубатора и который окажет помощь в повышении уровня знаний по ведению бизнеса (предприниматели – 64,4 %, госслужащие – 67,8 %). Поэтому целенаправленное формирование организационной культуры повышает конкурентоспособность БИ. И если предприниматели рассматривают БИ как средство получения индивидуального



результата (свое дело), то госслужащие – как кузницу кадров из предприимчивых людей, способных стать высокопрофессиональными управленцами. В перспективе коммуникабельность, гибкость в мышлении, уверенность в собственных силах резидентов должны активизировать взаимодействие БИ с бизнес-школами, консалтинговыми и юридическими фирмами, органами власти, учебными заведениями и т. д., вследствие чего сформируется сеть устойчивых контактов, способствующих тиражированию инновационных технологий.

ГЧП как альтернативный вариант приватизации для властей Беларуси представляет собой удобный формат взаимодействия с предпринимательскими структурами. На общем фоне положительного отношения к ГЧП со стороны власти (80,7 %), предпринимателей (65,5 %) и общества (47,8 % от числа опрошенных) данная форма взаимодействия государства и частного бизнеса остается малопонятной для главного потребителя благ – населения (31,1 % опрошенных затруднились ответить). Пока население рассматривает себя скорее основным потребителем результатов ГЧП-проектов, чем активным участником в решении социально значимых проблем.

Факторный анализ принципов ГЧП показал, что на формирование поведенческих стратегий предпринимателей серьезное влияние оказывают нормативно-правовые условия совместной деятельности («правовая предсказуемость и гласность» и «соблюдение законов и обеспечение прав»), а на госчиновников – системно-правовые («равный доступ к ГЧП партнеров и правовая предсказуемость» и «государственная поддержка развития ГЧП»). То есть, если предприниматели в ГЧП продумывают свое поведение в границах правовой определенности с публичностью, то служащие видят свои действия как системообразующие стандарты государственной деятельности. В итоге предприниматели остаются верными стратегии «вписаться в правила», в то время как госчиновники продолжают занимать доминирующую позицию в ГЧП. Именно эти факторы (предсказуемость закона, гласность, добросовестная конкуренция) будут оказывать влияние на формирование поведенческих стратегий предпринимателей и госчиновников в формате ГЧП.

И предприниматели, и госслужащие указали на собственный низкий уровень квалификации и компетенции как на значимую причину всех барьеров и рисков в ГЧП. При этом предприниматели рассматривают себя и чиновников с позиции делового партнерства (фактор «низкая квалификация партнеров»), в то время как госслужащие возлагают большую ответственность на самих себя (фактор «низкая эффективность госслужбы»). Обе стороны единодушны в том, что фактор «монополизация и недобросовестная конкуренция» усложняет

реализацию ГЧП. На наш взгляд, проблема развития ГЧП заключается не столько в низком уровне компетенции, сколько в неуверенности потенциальных партнеров в своих знаниях. Данный этап развития ГЧП можно назвать адаптационно-институциональным, поскольку апробируются способы выстраивания отношений участников ГЧП-проектов и накапливается практический опыт хозяйственных отношений, который впоследствии найдет свое отражение в обновленном республиканском законодательстве о государственно-частном партнерстве.

В четвертой главе **«Перспективы развития предпринимательства в Беларуси»** представлено социологическое осмысление технологического предпринимательства как динамически развивающегося вида предпринимательской деятельности.

Высокотехнологическое предпринимательство становится феноменом мирового масштаба не только в экономике, но и в социальной жизни, поскольку через разработанные новые продукты/услуги активно проникает в различные профессиональные сферы и изменяет привычный жизненный уклад. Дискуссия о социальной значимости инженера-предпринимателя разворачивается во времена второй промышленной революции (вторая половина XIX – начало XX в.), главной характеристикой которой становится внедрение массового и непрерывного поточного производства. Промышленное предпринимательство: 1) по мнению Т. Веблена, невозможно в принципе из-за конфликта бизнеса (предпринимателей) и индустрии (инженеров), возникающего на почве противоречащих друг другу расточительности бизнеса («хищнический» инстинкт бизнесменов) и рациональности технического прогресса (производительный инстинкт инженеров, связанный с радостью творчества и познания); 2) по мнению Й. Шумпетера, возможно, но в крайне редких случаях, когда инженер включает в свою логику построения системы технического обслуживания предприятия экономический элемент, причем не на самом последнем этапе. Ф. Тейлор, как и Т. Веблен, делает ставку именно на инженеров в силу их наибольшей близости к науке и результатам технического прогресса, поэтому в концепции «научного менеджмента» инженерные специалисты наделяются функцией контролера в принятии решений.

К середине 1960-х гг. увеличение класса инженеров в социалистических и капиталистических странах усиливает роль инженеров в социально-экономическом развитии национальных экономик. Но если в СССР отсутствие рыночных отношений и официальный запрет на предпринимательскую деятельность значительно сужают рамки профессиональной реализации инженеров, то в западных капиталистических странах возрастает интерес к

инженеру, обладающему предпринимательскими навыками. Этому способствует конкурентная среда. В середине 1960-х – начале 1970-х гг. в западном обществе начинает формироваться образ инженера-предпринимателя, деятельность которого постепенно расширяется за счет развития и применения новых технологий. В научной терминологии появляется феномен технологического предпринимателя. По мере роста важности инноваций в национальных экономиках увеличивается значимость технологического предпринимательства. Вывод о том, что повышают конкурентоспособность и стимулируют экономический рост не наука и техника как таковые, а скорее всего трансформация в экономическое использование результатов научно-технического прогресса (НТП), подтвердил следующее предположение: промышленная инновация представляет собой процесс согласования технологических возможностей с потребностями рынка, а фирма-разработчик является точкой слияния между ними. В контексте подхода Р. Росвелла роль технологического предпринимателя сводится к созданию им нового технологического предприятия с последующей постоянной координацией совместных усилий команды по достижению НТП. Выявлено, что на организацию технологического предприятия существенное влияние оказывает предыдущий опыт профессиональной деятельности. В технологическое предпринимательство, как правило, приходят из двух сфер – исследовательско-академической и производственно-промышленной. Сегодня технологических предпринимателей называют учеными-предпринимателями.

На наш взгляд, отличительная черта технологического предпринимателя состоит в том, что он сам создает потребности, предварительно размышляя по двум направлениям: 1) обнаружить глубинную и пока еще неудовлетворенную потребность; 2) предложить новый, более дешевый способ удовлетворения уже существующей потребности. Коммерческая успешность нового продукта/технологии зависит от того, насколько точно технологический предприниматель сумеет выявить среди множества латентных потребностей самые востребованные, а затем предложить их обществу как вновь ему необходимые, но с новым способом их удовлетворения. Но поскольку процесс коммерциализации потребностей все более ускоряется и усложняется, то изменяется и функционал предпринимателя. Таким образом, динамичное развитие потребительского рынка обуславливает изменение сути предпринимательской функции: она не утрачивает свое значение, а меняет его с обслуживания потребностей на их создание. Причем создание потребности заключается в преобразовании латентной (скрытой) потребности в явную.

Конечная цель технологического предпринимателя – осмысление, разработка и производство потребности. Для удовлетворения выявленной потребности он сам создает такие продукты (технологии), которые овладели бы потребителями в силу своего новшества (например, для быстрой навигации по страницам в гаджетах сенсорный экран удобнее кнопочного). Новый продукт (новая технология) порождает новые потребности, создавая своего потребителя. Однако у потребителей не всегда присутствует понимание необходимости в дополнительных потребностях. Поэтому технологический предприниматель активизирует коммерческий PR, когда идет раскручивание бренда с акцентом на сознание и поведение потенциальных потребителей. В технологическом предпринимательстве PR-кампания имеет сильный образовательный контекст, который делает новый продукт (новую технологию) популярным и более востребованным. Вследствие активного пользования созданные новые продукты и технологии позволяют менять мир, и, благодаря информационным сетям, делается это в кратчайшие сроки. Итак, технологический предприниматель создает потребности, связанные с развитием науки и техники. Отсюда следует, что в технологическом предпринимательстве формирование спроса на товар, технологию или услугу напрямую зависит от уровня научно-технических знаний предпринимателя, подкрепленных профессиональным мастерством выполнения поставленных задач.

Пережив риск деиндустриализации, Беларусь прилагает максимальные усилия по ликвидации технологического разрыва и включению в общемировой ритм наравне с лидирующими странами. Стремление попасть в топ технологически развитых стран заставляет власти Беларуси изыскивать дополнительные возможности для развития и внедрения высоких технологий, активизируя человеческие ресурсы. Неисчерпаемым резервом пополнения армии новаторов является молодежь, которая через техническое творчество способна наращивать научно-технический потенциал страны. Правильно организованное «погружение» молодежи в атмосферу изобретательства и рационализации позволяет обеспечить инновационную направленность творческих мыслей юных новаторов. Диссертант с помощью социологических методов исследовал потенциальные возможности технического студенчества в развитии предпринимательской деятельности в промышленности. Истоки появления новых идей и технологий необходимо рассматривать до прихода молодежи в вузы, а именно в сфере дополнительного образования, в которое входят технические центры, кружки. Сегодня организация системы научно-технического творчества молодежи (НТТМ) функционирует в классической образовательной колее «школа – институт – дополнительное образование».

Советская система организации изобретательства и рационализации была выстроена по функционально-отраслевому принципу, поэтому в гражданском секторе народного хозяйства механизм коммерциализации научно-технической продукции практически отсутствовал. Современный вектор коммерциализации несколько изменил функционал системы НТТМ, которая в настоящее время представляет собой: 1) площадку-«песочницу» для желающих не отставать в освоении и применении новейших технологических разработок (традиция массовости); 2) технически оснащенную, динамически развивающуюся базу ранней профессиональной подготовки (нацеленность на профессионализм); 3) сферу генерирования инженерных идей с возможностью рыночного тестирования опытных образцов инновационных разработок (перспективы коммерциализации). Очевидна новая философия НТТМ – коммерциализация технических разработок юных новаторов. Для настоящего ренессанса НТТМ необходимо накопление критической массы инженерных идей с рыночным потенциалом, которые возникают у новаторски мыслящей молодежи, потому что, несмотря на переориентацию ценностных установок всей системы НТТМ на коммерциализацию, научно-технологическое развитие свершает не обслуживающий технический персонал, а изобретатель, создатель инновационной продукции. Также необходимо модернизировать институт наставничества, так как коллективное (29,6 %) и индивидуальное (15,5 %) техническое творчество, подкрепленное производственной практикой (12,6 %), до сих пор, по мнению студентов-инженеров, является действительно эффективным механизмом возникновения новых инженерных бизнес-идей.

На базе высших учебных заведений технического профиля НТТМ из учебно-воспитательного преобразуется в большей степени в научно-практический компонент (у 12,9 % студентов бизнес-идея возникла во время занятия научно-исследовательской работой в вузе). Серьезным фактором повышения конкурентоспособности выпускников технических вузов становится их обучение бизнес-ориентированным дисциплинам, как это принято в престижных технологических университетах. Образовательные программы зарубежных инженерных вузов направлены на освоение технологического предпринимательства (расширенной и дополненной социальными технологиями версии инженерного предпринимательства). На примере социологического опроса студентов инженерных специальностей, обучающихся в БНТУ (г. Минск), можно сказать, что молодежь определяет важность бизнес-образования с нацеленностью на международное сотрудничество (знание иностранного языка (51,4 %) и умение вести переговоры (50,1 %)), не уделяя должного внимания знаниям, необходимым

для юридической фиксации технического эффекта работы инженера (основы законодательства в хозяйственной деятельности (40,9 %), патентование и интеллектуальная собственность (25,6 %)). То есть большинство студентов-инженеров рассматривают бизнес-ориентированные дисциплины как основу для лучшей адаптации к рыночным условиям хозяйствования, но не как подспорье для инженера-изобретателя, желающего коммерциализировать инженерную идею.

Интерес студентов-инженеров к получению бизнес-знаний еще не означает, что все они уйдут (или должны уйти) в предпринимательство, и именно в промышленный бизнес, и тем более создадут свою фирму. Но для того чтобы чаша весов между желаниями просто расширить кругозор и открыть собственное дело перевесила в сторону промышленного предпринимательства, необходимо в первую очередь разрушить стереотипы самих инженеров о сложностях стать предпринимателями. В тройку факторов, которые бы благоприятствовали привлечению студенческой молодежи технических специальностей в промышленный бизнес, вошли: 1) статичный – «капитал под бизнес-проект», где наличие капитала и бизнес-идеи можно решить в режиме «здесь и сейчас»; 2) системный – «практико-ориентированное обучение», включающее в себя специально организованный, управляемый процесс взаимодействия наставников и обучающихся для получения предпринимательских знаний и умений; 3) альтернативный (наемному труду) – «вынужденный бизнес». Если первый и третий факторы подвержены сильному влиянию внешних условий, на которые вуз не может влиять непосредственно (наличие у студентов значительных денежных ресурсов, текущая ситуация на рынке труда и т. д.), то второй фактор является регулируемым. Его можно активизировать за счет организации системной работы в технических вузах по следующим направлениям: 1) обучение предпринимательским знаниям и умениям; 2) получение практических навыков ведения бизнеса в стартапах; 3) прохождение производственной практики у предпринимателя. Для производительного эффекта спецкурсы следует составлять таким образом, чтобы студенты не просто обогащали свое мировоззрение, а конкретно повышали патентную грамотность, получали знания об интеллектуальной собственности и законодательстве в области хозяйственной деятельности. Лучшим вариантом станет разработка и практическое использование совместных программ с предпринимательскими структурами, что позволит адаптировать новое поколение к новейшим технологиям на ранних этапах обучения. Патронаж бизнеса обогатит дополнительными бизнес-знаниями образование инженерных кадров, а также повысит престиж и статус профессии

инженера стараниями инженеров-предпринимателей – профессионалов в продвижении новых продуктов (новых технологий). Практико-ориентированное обучение в технических вузах следует организовывать на базе технопарков, приглашая на мастер-классы успешных инженеров-предпринимателей. Таким образом, для инженеров инновационная инфраструктура (научно-технические технопарки, стартапы и т. д.) при технических вузах – это лучшая альтернатива бизнес-школам.

В Беларуси технологическое предпринимательство находится в центре внимания научных дискуссий и практических разработок на государственном уровне. Активно создаются специализированные учреждения, направленные на коммерциализацию научно-технических разработок, – центры трансфера технологий, технологические парки и т. д. Высокие социальные ожидания от технологического предпринимательства связаны с его нестандартным, но эффективным содержанием, т. е. технологический предприниматель занят не просто поиском и отбором рыночных возможностей, но и преобразовывает вероятность в возможность. На наш взгляд, мотивирующим фактором в преобразовании возможностей является создание условий для реализации стремления технологического предпринимателя стать первопричиной технических и социальных изменений, которые последуют за внедрением разработок. Изменения могут коснуться социальных институтов, социальной структуры, вызвать появление новых социальных норм. Реализация нововведений позволяет разработчику прочувствовать данный процесс как управляющее воздействие на окружающую действительность. Поэтому сильна субъективность технологического предпринимателя, которая основана на следующих принципах: 1) самостоятельная постановка разрабатываемых проблем; 2) создание условий для целей и задач неситуативного характера; 3) формирование алгоритма быстрого реагирования на изменения внешней среды.

Неолуддизм рассматривается как попытка приостановить позитивный НТП. Однако он не представляет серьезной угрозы развитию НТП, поскольку не имеет долгосрочной стратегии развития. Новаторам такое противодействие необходимо рассматривать как еще одну возможность мобилизовать свои усилия на разрешение проблем, возникающих в результате внедрения новых технологий. Поэтому и вопрос о формировании нового образа мышления возникает как следствие проблем адаптации интеллектуальных ресурсов к соответствующему технологическому укладу. Увеличивающееся проникновение и усиление воздействия IT-технологий во всех сферах жизнедеятельности субъектов обуславливает формирование социально-

технологического мышления. Его суть заключается во взаимном влиянии социального мировоззрения субъекта, в котором отражены его социальные интересы и потребности, и рационально-упорядочиваемого мышления, направленного на создание новых технологий для решения практических задач. Технологическая составляющая в социально-технологическом мышлении неотделима от технических средств производства, так как является логическим продолжением их комплексного освоения субъектом. Широкомасштабная организация технологического предпринимательства характеризуется высокой мобильностью рабочей силы, требует взаимозаменяемости и рассредоточения, так как используемые IT-устройства связаны с оперативной передислокацией. Благодаря развитию различных технологий (бизнес-технологий, образовательных, информационных, социальных, управленческих и т. д.) технологическим предприятием скоро будут называть любую новую форму организации бизнеса. Роль технологического предпринимательства в долгосрочном развитии Беларуси будет возрастать, поскольку оно напрямую связано с интеллектуальным фактором.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

### **Основные научные результаты диссертации**

1. Представляя собой непрерывный социально-исторический процесс, социально-экономическая трансформация предпринимательства в Беларуси становится атрибутом повседневной социальной реальности. Осуществление предпринимательской деятельности происходит под влиянием значимых факторов, которые регулируют условия организационно-правового функционирования (нормативно-правовой), преобразовывают морально-этическое содержание (морально-этический) и корректируют социально-профессиональное самоопределение (образовательный) предпринимательства. Нормативно-правовая база, регулирующая порядок функционирования предпринимательства в Республике Беларусь, изначально была направлена на поддержку частной инициативы и создание общих принципов взаимодействия в рамках правовой среды с новыми субъектами хозяйствования. В настоящее время правовое регулирование властью предпринимательской деятельности призвано обеспечивать достаточно широкое поле деятельности для предпринимателей в рамках конкретной организационно-правовой формы осуществления своего дела. Под воздействием предъявляемых обществом требований значительно изменились морально-этические принципы ведения предпринимательской деятельности. Если в середине 1980-х гг. предприниматели оценивали свою деятельность с позиций значимости



*планируемого вклада в решение экономических проблем*, то сегодня социальная роль предпринимателей оценивается в первую очередь по результатам *осуществленного ими вклада в решение социальных проблем*. В итоге социальное признание значительно способствует успешному развитию предпринимательской деятельности. Появление бизнес-образования связывалось с потребностью получить специализированные знания и освоить передовые технологии управления в условиях рынка. Отечественная практика применения предпринимательских знаний и навыков определяет тенденцию подготовки бизнес-управленцев в рамках отраслевой направленности, что позволяет расширить институциональные возможности социальных практик включения хозяйствующих субъектов в национальную экономику. В перспективе бизнес-образование перестанет быть привилегией предпринимателей и постепенно будет встраиваться в общеобразовательный процесс социальных субъектов, получающих различные профессии. В настоящее время трансформационная активность белорусских предпринимателей сознательно направлена на рационализацию и повышение эффективности предпринимательства как социально-экономической деятельности и характеризуется достижительными стратегиями поведения, предсказуемыми для общественных запросов и адаптирующимися к условиям хозяйствования, которые определяются социально-экономической политикой властей [1–3; 8; 10; 11; 16; 18; 19; 22; 23; 26; 35; 40–48; 50; 53; 54; 56–61; 62; 66].

2. В современных исследованиях предпринимательства внимание фокусируется на проблеме принятия решения, которое верно с точки зрения получения максимальной предпринимательской прибыли. Предприниматель, лучше проинформированный о рыночных возможностях и умеющий учитывать опыт работы с рыночной информацией, сможет предложить более интересные возможности (или способы) решения возникающих проблем по сравнению с менее информированным предпринимателем. Способность предпринимателя распознавать наилучшие возможности называется предпринимательской алертностью (И. Кирцнер). В результате социологической реконструкции теоретико-методологических направлений изучения предпринимательства были выделены содержательные изменения научных исследований, касающихся новых форм взаимодействия, которые возникают в процессе идентификации возможностей: 1) научная организация управления, исследования которой инициировал Ф. Тейлор, детализирована И. Адизесом в жизненном цикле предприятий; 2) разработанная Д. Хомансом, П. Блау и Р. Эмерсоном теория социального обмена получила свое развитие в изучении влияния социальных сетей на предпринимательский процесс у Х. Олдрича;

3) предрасположенность народностей к занятию предпринимательством, исследованную В. Зомбартом, сегодня анализируют как этническое предпринимательство (Р. Уолдингер, Х. Олдрич, Р. Уорд); 4) «естественная организация» (Т. Парсонс, Р. Мертон, А. Этциони), где организация рассматривается как специфическое социальное явление со своими законами развития, в современной интерпретации звучит как «популяционная экология» (М. Хэннан, Дж. Фримен, Г. Кэрролл), в которой вопрос о причинах разнообразия организационных форм становится фундаментальным. Важность предпринимательской алертности увеличивается с ростом интеллектуального труда при создании инновации. Это объясняется тем, что знания представляют собой упорядоченную, приобретенную определенным образом информацию, которая с различной степенью достоверности и объективности отображает в сознании субъекта существующую действительность [2; 4; 25].

3. Предпринимательскую алертность автор представляет в виде социологической модели, состоящей из взаимосвязанных компонент. Базовые «личностные качества» порождают «познавательные способности», которые предопределены целями и задачами конкретной профессиональной сферы. Имеющиеся «знания и опыт» позволяют достичь результатов и являются теоретико-эмпирической базой для дальнейшего выбора наилучшей из альтернатив посредством «восприятия и поиска» необходимой информации. Внешний поиск информации происходит через активацию «социальных сетей», к которым есть доверие. Накопленная информация позволяет сформировать «внутреннюю предпринимательскую среду» с переходом во «внешнюю предпринимательскую среду», где необходима информация о внешних факторах, влияющих на функционирование предпринимательства. Построенная социологическая модель предпринимательской алертности ориентирована на управление моделируемым явлением – повышенной внимательностью к незамеченным возможностям. Основные принципы модели: 1) многоуровневость (компоненты как понятия нерядоположены по содержанию, форме проявления, значимости и т. д.); 2) объективно-системная релевантность (наличие упорядоченной структуры с прямой и обратной связью между компонентами); 3) комплексность (всестороннее возрастающее развитие всех компонент на основе интенсификации приобретенных знаний); 4) открытость (может быть усовершенствована за счет новых компонент, которые значительно преобразуют характеристики предпринимательской алертности с учетом изменений во взаимодействии с известными структурными составляющими); 5) многовариативность (необходимость принимать во внимание несколько вариантов развития событий с учетом специфики

предпринимательской деятельности как наиболее активной формы хозяйственной деятельности); б) прикладная направленность (отбор практически ориентированных методов в прогнозировании и планировании предпринимательской деятельности). Выстраивая деловые отношения на микроуровне (внутренняя предпринимательская среда) и макроуровне (внешняя предпринимательская среда), предприниматели стремятся создать единую систему доверительных отношений для эффективной работы с рыночной информацией. Теоретическая значимость социологической модели предпринимательской алертности заключается в объединении традиционных компонентов в формате модели, задающей их иерархичность и соподчиненность. Прикладная направленность данной модели увеличится за счет практики ее применения в социологии (изучение трансформации поведенческих стратегий предпринимателей) и предпринимательстве (применение в управлении процессом поиска рыночной информации для реализации новых ранее незамеченных возможностей на рынке) [2; 29; 49; 67].

4. Микро- и малые предприятия, внося среди субъектов малого и среднего предпринимательства наибольший экономический вклад в национальную экономику, становятся в ней одним из весомых составных элементов. В отношении малого предпринимательства деятельность властей сориентирована на оказание содействия с перспективой инициативного социального взаимодействия на разных уровнях. На микроуровне «радиус доверия» большинства предпринимателей ограничивается их семейно-родственными связями, что, с одной стороны, усиливает экономическую и профессионально-воспитательную функции семьи, а с другой – поддерживает узкую специализацию малого семейного предприятия, обеспечивающую качественное усвоение профессиональных навыков. Но в целом во внутренней предпринимательской среде отношения детерминируются в первую очередь на профессионализме и экономическом интересе сотрудников и в последнюю – на авторитете руководителя. По мнению руководителей МП, результатом делового партнерства является качественно выполненная совместная деятельность, которая нацелена на получение обоюдной прибыли. Членство в общественных объединениях предпринимателей определяется пользой от решения конкретной проблемы, т. е. как одна из форм инвестиций в собственное дело. В бизнес-инкубаторах, входящих в инфраструктуру поддержки малого и среднего предпринимательства (мезоуровень взаимодействия с властью), предприниматели стремятся благодаря информационно-экономической поддержке властей реализовывать свои профессиональные знания. Бизнес-инкубирование в Беларуси имеет

следующую специфику: 1) традиционный нетехнологический бизнес обеспечивает региональное развитие; 2) высокотехнологический бизнес осуществляет выход на мировой рынок; 3) бизнес-инкубаторы становятся практико-ориентированной образовательной платформой для предпринимателей. Самоокупаемое бизнес-инкубирование может выйти из инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства и функционировать уже в формате государственно-частного партнерства (макроуровень взаимодействия с властью), эволюционировав в отношении с властями из зависимых субъектов в полноправных партнеров. Современный этап развития ГЧП в Беларуси определяется как адаптационно-институциональный и имеет следующие характеристики: 1) низкая информированность общества, снижающая его активность в ГЧП-проектах; 2) поведенческие стратегии предпринимателей формируются под влиянием нормативно-правовых факторов, госслужащих – системно-правовых; 3) главный барьер в реализации ГЧП-проектов – низкая самооценка предпринимателями и госслужащими своей квалификации. Риски и ответственность в ГЧП-проекте государственный и частный партнеры несут в той мере, в какой они сами смогут договориться. При этом контроль властей сохраняется в полном объеме [1; 2; 5–7; 9; 13–15; 17; 18; 20; 21; 24; 28; 30–34; 38; 39; 52; 55; 60; 63–65; 72; 73–75; 77].

5. Технологическое предпринимательство представляет собой наиболее конкурентоспособную модель инновационного развития Беларуси. Технологический предприниматель уже воспринимается как общественный лидер, способный применять технологические разработки на благо социальных преобразований и достижение экономической производительности. В технологическом предпринимательстве акцент сделан на соответствии наукоемкой идеи целям и стратегиям массового создания и последующей реализации технологических бизнесов. Отличительная черта технологического предпринимателя состоит в том, что, применяя высокоспециализированные знания, он изменяет суть предпринимательской функции с обслуживания потребностей (по Й. Шумпетеру) на их создание, что заключается в преобразовании латентной потребности в явную (по И. Кирцнеру). Конечная цель усилий технологического предпринимателя – создать при формировании потребности такую комбинацию высокотехнологичных идей и инженерных разработок в сфере высоких технологий, которая изначально должна соответствовать стратегии массового, недифференцированного, стандартизированного производства и сбыта новых технологий/продуктов и дальнейшей реализации технологических бизнесов, т. е. разработать

уникальную высокотехнологическую инновацию с обязательной перспективой ее рутинизации. Умение видеть возможность разных комбинаций позволяет технологическому предпринимателю производить уникальные технологии с предвидением будущего рынка высоких технологий, способных изменить мир.

Переориентация отечественной системы НТТМ на новаторскую деятельность с расширенными возможностями коммерциализации инженерных идей простимулирует юных инноваторов к разработке наукоемкой продукции, востребованной потребителями. Введение НТТМ в инновационную структуру вернет техническое творчество с любительского уровня (развитие персональных способностей) на профессиональный (массовое новаторство). Взаимодополняющая поддержка властями и бизнесом позволит сделать НТТМ центром возрождения научно-интеллектуальной элиты. Введение в высшее инженерное образование элементов динамичного бизнес-образования поможет сформировать у студентов инженерных специальностей новое инженерное мышление, позволяющее быстрее и легче адаптироваться к экономическим преобразованиям. Бизнес-образование в техническом заведении необходимо развивать в рамках отраслевых программ с привлечением успешных инженеров-предпринимателей. Перспективное развитие и всепроникающее воздействие технологического предпринимательства способствуют формированию социально-технологического мышления, которое опосредованно взаимным влиянием социальных и технологических знаний/опыта и направлено на решение практико-ориентированных задач. Методология социологического изучения технологического предпринимательства будет развиваться посредством совершенствования методов изучения социально-технологического мышления как механизма накопления социальных и технологических знаний и опыта [2; 12; 27; 36; 51; 68–71; 76].

### **Рекомендации по практическому использованию результатов**

Отдельные положения и рекомендации диссертации были использованы в процессе создания курса лекций по экономической социологии в БГЭУ (Пинский филиал, 2003–2006 гг.), по экономической социологии и социологии труда в УО «Частный институт управления и предпринимательства»; при выполнении под научным руководством диссертанта НИР «Роль предпринимательских общественных объединений во взаимодействии государственных органов управления и субъектов малого бизнеса в Республике Беларусь» (БРФФИ, 2011–2013 гг.); при выполнении в качестве исполнителя НИР «Интеграция инженерного образования и бизнес-образования в

технических университетах Украины и Беларуси как фактор развития национальных экономик» (БРФФИ-ГФФИУ, 2016–2018 гг.) и НИР «Условия функционирования и перспективы развития семейного предпринимательства в Республике Беларусь» (2018–2020 гг.); при выполнении в качестве исполнителя ГПНИ «Социологическая модель развития предпринимательства в условиях социально ориентированной рыночной экономики Республики Беларусь» (2016–2020 гг.)

Практическая значимость диссертационного исследования состоит в том, что полученные результаты использованы (4 справки об использовании):

- при подготовке материалов о различных аспектах предпринимательской деятельности в Республике Беларусь для авторской рубрики «Предпринимательство» в еженедельнике «Экономическая среда» (газета «Рэспубліка», 2010 г.);

- при разработке инструментария и проведении социологического опроса по теме «Развитие механизма государственно-частного партнерства и приватизации в г. Минске» (МНИИСЭП, 2012–2013 гг.);

- при проведении занятий по учебной дисциплине «Прикладная социология» на всех факультетах БНТУ в 2018/2019 учебном году, а также при подготовке материалов Международной научной конференции «Беларусь в условиях глобализации и интеграции» (БНТУ, г. Минск, 25.10.2018 г.);

- при оформлении заявки на выполнение инновационного проекта «Внедрение модели образовательного центра «детский технопарк» как ресурс развития научно-технического творчества детей и молодежи» были использованы научные разработки диссертанта по социологической модели технологического предпринимательства, в основе которой заложено научно-техническое творчество молодежи как ранняя профессиональная подготовка инженеров-предпринимателей (МГДДиМ, 2018–2022 гг.).

Результаты диссертации могут использоваться научно-исследовательскими организациями при разработке программ и проведении социологических исследований предпринимательства; органами государственного управления на республиканском, региональном и местном уровнях в процессе реализации партнерских программ с предпринимательскими структурами; предпринимательскими структурами для организации кадровой политики, разработки и принятия управленческих решений; высшими учебными заведениями для разработки отраслевых программ при подготовке специалистов для предпринимательской деятельности; учреждениями дополнительного образования как научно-практический источник по социологии предпринимательства.

## СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ СОИСКАТЕЛЯ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

### Монографии

1. Андрос, И. А. Белорусский предприниматель в обществе и государстве: историко-социологический анализ / И. А. Андрос. – Минск : Беларус. навука, 2015. – 365 с.
2. Андрос, И. А. Белорусское предпринимательство: социологическое прочтение / И.А. Андрос. – Минск : РИВШ, 2019. – 230 с.

### Разделы в монографиях

3. Андрос, И. А. Экономическое поведение индивида: типы и способы реализации / И. А. Андрос, О. В. Кобяк // Экономический человек: закономерности формирования мышления и механизмы управления поведением / О. В. Кобяк. – Минск : Право и экономика, 2006. – С. 28–39.
4. Андрос, И. А. Логика инновационных решений в формировании экономического поведения социальных субъектов / И. А. Андрос // Интеллектуальные ресурсы белорусского общества: социологический анализ / Г. Н. Соколова [и др.]; под науч. ред. Г. Н. Соколовой. – Минск : Право и экономика, 2007. – С. 73–78.
5. Андрос, И. А. Перспективы развития белорусского предпринимательства в интеграционных процессах с Россией / И. А. Андрос // Беларусь на пути в будущее: социологическое измерение / И. В. Котляров [и др.]; редкол.: И. В. Котляров (гл. ред.) [и др.]; Ин-т социологии Нац. акад. наук Беларуси. – Минск : Беларус. навука, 2015. – Разд. 2.4. – С. 121–128.
6. Андрос, И. А. Социологическая модель развития предпринимательства в условиях социально ориентированной рыночной экономики / И. А. Андрос, О. В. Кобяк // Современное белорусское общество: социологическое прочтение. БГУ в ГПНИ «Экономика и гуманитарное развитие белорусского общества» на 2016–2020 гг. / А. Н. Данилов [и др.]; под общ. ред. А. Н. Данилова, Д. Г. Ротмана. – Минск : БГУ, 2018. – С. 32–46.

### Статьи в научных изданиях, включенных ВАК в перечень изданий для опубликования результатов диссертационных исследований и зарубежных изданиях

7. Кобяк, О. В. Формирование инновационного образа мышления и активизация экономического поведения работников отечественных предприятий / О.В. Кобяк, И.А. Андрос // Выш. шк. – 2008. – № 6. – С. 28–32.

8. Андрас, І. А. Прадпрымальніцкая дзейнасць у Беларусі: сацыякультурныя перадумовы станаўлення і развіцця / І.А. Андрас // Вес. БДПУ. Сер. 2. Гісторыя. Філасофія. Паліталогія. Сацыялогія. Эканоміка. Культуралогія. – 2010. – № 3. – С. 61–65.

9. Андрос, И. А. Профсоюзное движение в предпринимательской среде Республики Беларусь: стереотипы и реальность / И. А. Андрос // Труд. Профсоюзы. Общество. – 2010. – № 3. – С. 4–8.

10. Андрос, И. А. Феномен белорусского предпринимательства в социокультурном измерении / И. А. Андрос // Методологія, теорія та практика саціолагічнага аналізу сучаснага суспільства : зб. наук. пр. – Харків : ХНУ ім. В.Н. Каразіна. – 2010. – Вип. 16. – С. 362–366.

11. Андрос, И. А. Социальные и правовые условия развития негосударственного сектора в экономике Беларуси в оценках предпринимателей / И. А. Андрос // Гуманитар.-экон. вестн. – 2010. – № 3. – С. 12–16.

12. Андрос, И.А. Научная школа как способ кооперации ученых: условия возникновения и показатели развития / И. А. Андрос // Выш. шк. – 2010. – № 3(77). – С. 47–51.

13. Андрос, И. А. Современное белорусское предпринимательство / И. А. Андрос // Общество и экономика. – 2011. – № 6. – С. 13–28.

14. Андрос, И. А. Бизнес и власть в Беларуси: от социального недоверия к общественной солидарности / И. А. Андрос // Вісн. ХНУ ім. В. Н. Каразіна. – 2011. – № 941. – С. 149–153.

15. Андрос, И. А. Роль индивидуальных социально-экономических достижений в формировании хозяйственных стратегий жителей Беларуси: кластерный анализ / И. А. Андрос // Вісн. ХНУ ім. В. Н. Каразіна. – 2011. – № 948. – С. 109–113.

16. Андрос, И. А. Образ предпринимателя в западноевропейском научном сознании: от Р. Кантильона до М. Вебера / И. А. Андрос // Весн. БДУ. Сер. 3. Гісторыя. Філасофія. Псіхалогія. Паліталогія. Сацыялогія. Эканоміка. Права. – 2011. – № 1. – С. 58–61.

17. Андрас, І. А. Феномен прадпрымальнасці ў ацэнках беларускіх жанчын: шматмерны сацыялагічны аналіз / І. А. Андрас // Вес. БДПУ. Сер. 2. Гісторыя. Філасофія. Паліталогія. Сацыялогія. Эканоміка. Культуралогія. – 2011. – № 3. – С. 48–52.

18. Андрос, И. А. Малый и средний бизнес Беларуси: условия, этапы, проблемы становления и развития / И. А. Андрос // Україн. Соц. журн. – 2011. – № 1–2. – С. 70–75.



19. Андрас, І. А. Інтэграцыя бізнес-асяроддзя Беларусі і Расіі: эканомікасацыялагічны аспект / І. А. Андрас // Вес. БДПУ. Сер. 2. Гісторыя. Філасофія. Паліталогія. Сацыялогія. Эканоміка. Культуралогія. – 2012. – № 1. – С. 24–28.
20. Кобяк, О. В. Специфика механизма взаимодействия государственных органов власти и общественных объединений предпринимателей в Республике Беларусь / О. В. Кобяк, И. А. Андрос // Вес. БДПУ. Сер. 2. Гісторыя. Філасофія. Паліталогія. Сацыялогія. Эканоміка. Культуралогія. – 2012. – № 3. – С. 28–32.
21. Андрос, И. А. Процесс оптимизации деятельности государственных органов в оценках жителей г. Минска / И. А. Андрос, О. В. Кобяк, И. А. Яковлева // Вес. БДПУ. Сер. 2. Гісторыя. Філасофія. Паліталогія. Сацыялогія. Эканоміка. Культуралогія. – 2014. – № 1. – С. 24–28.
22. Андрос, И. А. Особенности становления предпринимательской активности в дореволюционной России: историко-социологический анализ / И. А. Андрос // Соц. альм. – 2015. – Вып. 6. – С. 450–456.
23. Андрос, И. А. Роль индивидуальной трудовой деятельности в возрождении частной инициативы в Советском Союзе / И. А. Андрос // Соц. альм. – 2016. – Вып. 7. – С. 165–172.
24. Андрос, И. А. Основные предпосылки возникновения и развития экологического туризма / И. А. Андрос // Соц. альм. – 2017. – Вып. 8. – С. 483–493.
25. Кобяк, О. В. Феномен предпринимательства как объект социологических исследований / О. В. Кобяк, И. А. Андрос // Журн. Белорус. гос. ун-та. Философия. Психология. – 2018. – № 1. – С. 64–72.
26. Андрос, И. А. Белорусские предприниматели: 30 лет эволюции поведенческих стратегий / И. А. Андрос // Журн. Белорус. гос. ун-та. Социология. – 2018. – № 2. – С. 129–140.
27. Андрос, И. А. Студенты инженерных специальностей как перспективный кадровый потенциал малого промышленного предпринимательства / И. А. Андрос // Журн. Белорус. гос. ун-та. Социология. – 2018. – № 3. – С. 118–130.
28. Андрос, И. А. Теоретические аспекты социологической технологии изучения семейного предпринимательства / И. А. Андрос, С. Н. Бурова // Журн. Белорус. гос. ун-та. Социология. – 2019. – № 3. – С. 96–106.
29. Андрос, И. А. Доверие как ключевой компонент социального взаимодействия субъектов хозяйствования / И. А. Андрос // Соц. альм. – Вып. 10. – 2019. – С. 212–218.

30. Андрос, И. А. Развитие государственно-частного партнерства в Беларуси / И. А. Андрос, О. В. Кобяк // Вестник РУДН. Вестн. РУДН. Сер.: Социология. – 2020. – Т. 20. – № 2. – С. 348–362.

### **Статьи в журналах и сборниках научных трудов**

31. Андрос, И. А. Спрос на рабочую силу в контексте кадровой политики малого предприятия / И. А. Андрос // Социальные и социокультурные процессы в современной Беларуси: социологический анализ: сб. науч. тр. / Ин-т социологии НАН Беларуси; редкол.: Г. М. Евелькин [и др.]. – Минск: Технопринт, 2004. – Вып. 5. – С. 34–44.

32. Андрос, И. А. Миграционные процессы трудовых ресурсов в Республике Беларусь: социологический анализ / И. А. Андрос // Научные труды преподавателей 2004 г.: сб. науч. работ / Част. ин-т упр. и предпр.; под общ. ред. В. Г. Янчевского. – Минск: ЧИУиП, 2005. – С. 62–69.

33. Андрос, И. А. Основные тенденции в сфере занятости населения Беларуси: социально-демографический анализ / И. А. Андрос // Социальные и социокультурные процессы в современной Беларуси: сб. науч. тр. / Ин-т социологии НАН Беларуси; редкол.: Г. М. Евелькин [и др.]. – Минск: Экоперспектива, 2005. – Вып. 6. – С. 14–21.

34. Кобяк, О. В. Роль социально-профессиональной среды в формировании инновационного образа мышления и активизации экономического поведения работников / О. В. Кобяк, И. А. Андрос // Взаимодействие устойчивости и инновационности в развитии белорусского общества: сб. науч. тр. / Нац. акад. наук Беларуси, Ин-т социологии; редкол.: Е. М. Бабосов [и др.]. – Минск: Белорус. наука, 2009. – С. 155–162.

35. Андрос, И. А. Экономическое поведение жителей Беларуси в условиях мирового финансово-экономического кризиса: факторный анализ адаптационных стратегий / И. А. Андрос // Социум и власть. – 2011. – № 1. – С. 93–99.

36. Андрос, И. А. Научно-техническое творчество молодежи: советский и постсоветский опыт / И. А. Андрос // Социальный опыт комсомола и его значение для модернизации России: сб. науч. тр. / ФГБОУ ВО «ИГУ»; [науч. ред.: Т. И. Грабельных, В. А. Решетников]. – Иркутск: Изд-во «Оттиск», 2018. – С. 58–63.

37. Андрос, И. А. Бизнес-инкубирование малого предпринимательства в Беларуси / И. А. Андрос // Общество и экономика. – 2019. – № 3. – С. 156–172.

38. Андрос, И. А. Научно-техническое творчество молодежи: в поисках новой идеологии развития / И. А. Андрос, О. В. Кобяк // Общество и экономика. – 2020. – № 5. – С. 19–33.

39. Андрос, И. А. Динамика и тенденции развития малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь (2009–2018 гг.) / И. А. Андрос // Статистика в стратегическом развитии России : сб. науч. тр. / Иркутскстат; ФГБОУ ВО «ИГУ» ; [науч. ред. Т. И. Грабельных]. – Иркутск : Изд-во ИГУ, 2020. – С. 178–183.

40. Andras, I. Small Entrepreneurship Development in Belarus: Sociological Retrospective and Perspectives / I. Andras // Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies (Scopus). – 2020. – Vol. 12, № 2. – P. 169–186.

### **Материалы научных конференций**

41. Андрос, И. А. Социокультурные предпосылки становления предпринимательской деятельности в Беларуси / И. А. Андрос // Социологическое знание и социальные процессы в современном белорусском обществе : сб. материалов IV межинститут. науч.-практ. конф. молодых ученых, Минск, 7 июня 2004 г. / Ин-т социологии НАН Беларуси ; редкол.: Г.М. Евелькин [и др.]. – Минск : Технопринт, 2004. – С. 138–145.

42. Андрос, И. А. Занятость населения как отражение социально-экономических преобразований / И. А. Андрос // Проблемы прогнозирования и государственного регулирования социально-экономического развития : материалы V междунар. науч. конф., Минск, 21–22 окт. 2004 г. : в 5 т. / НИЭИ М-ва экономики Респ. Беларусь; редкол.: С. С. Полоник [и др.]. – Минск, 2004. – Т. 3. – С. 50–52.

43. Андрос, И. А. Особенности становления малого бизнеса в Беларуси: мнение женщин-предпринимателей / И. А. Андрос // Женщина. Образование. Демократия : материалы Седьмой междунар. науч.-практ. конф., Минск, 10–11 дек. 2004 г. / ЖИ «ЭНВИЛА». – Минск, 2005. – С. 236–239.

44. Андрос, И. А. Особенности инновационного менеджмента в контексте восточнославянской организационной культуры / И. А. Андрос, О. В. Кобяк // Менталитет славян и интеграционные процессы: история, современность, перспективы : материалы Четвертой междунар. науч. конф., Гомель, 26–27 мая 2005 г. / Гомел. гос. техн. ун-т им П. О. Сухого. – Гомель, 2005. – С. 49–50.

45. Андрос, И. А. Территориальная миграция трудовых ресурсов в Республике Беларусь: социологический анализ / И. А. Андрос // Демографические проблемы Беларуси и духовно-нравственное здоровье нации :

материалы Междунар. науч. конф., Гомель, 22 марта 2005 г. / Гомел. гос. ун-т им. Ф. Скорины [и др.] ; редкол.: Д. Г. Лин [и др.]. – Гомель, 2005. – С. 35–39.

46. Андрос, И. А. Заработная плата как фактор межотраслевых перемещений рабочей силы / И. А. Андрос // Государственное регулирование экономики и повышение эффективности деятельности субъектов хозяйствования: материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 21–22 апр. 2005 г. : в 2 ч. / Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь. – Минск, 2005. – Ч. 2. – С. 207–209.

47. Андрос, И. А. Факторы территориальной миграции трудовых ресурсов в Республике Беларусь / И. А. Андрос // Социологическое знание и социальные процессы в современном белорусском обществе : сб. ст., подгот. по итогам Пятой межинститут. науч.-практ. конф. молодых ученых, Минск, 24 июня 2005 г. / НАН Беларуси, Ин-т социологии. – Минск : УП «Экоперспектива», 2005. – С. 144–152.

48. Андрос, И. А. Предпосылки реализации политики в сфере занятости населения Республики Беларусь: социально-демографический аспект / И. А. Андрос // Социальные проблемы развития белорусского общества в условиях глобализации : сб. ст., подгот. по итогам Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 5–6 июня 2006 г. / Ин-т социологии НАН Беларуси ; редкол.: Г. М. Евелькин [и др.]. – Минск : А. Н. Вараксин, 2006. – С. 198–201.

49. Кобяк, О. В. Роль инновационного образования в формировании креативного индивидуального экономического мышления и инновационной общественной культуры / О. В. Кобяк, И. А. Андрос // Подготовка научных кадров высшей квалификации с целью обеспечения инновационного развития экономики : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 17–19 мая 2006 г. / Гос. комитет по науке и технологиям Респ. Беларусь, ВАК Респ. Беларусь, ГУ «БелИСА» ; под ред. И. В. Войтова [и др.]. – Минск : БелИСА, 2006. – С. 74–76.

50. Андрос, И. А. Трудовая миграция в Республике Беларусь: социально-демографический анализ / И. А. Андрос // Реалии и перспективы развития рынка труда и обеспечения занятости в Союзном государстве : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Москва, 2–3 нояб. 2005 г. / под общ. ред. С. С. Шухно [и др.]. – М. : Библиотечка «Российской газеты», 2006. – С. 176–180.

51. Кобяк, О. В. Уровень образования белорусских работников как фактор их отношения к труду или зачем отечественному менеджеру «ученый» персонал? / О. В. Кобяк, И. А. Андрос // Менталитет славян и интеграционные процессы: история, современность, перспективы : материалы VI междунар.

науч. конф., Гомель, 21–22 мая 2009 г. / Гомел. гос. техн. ун-т им П. О. Сухого. – Гомель, 2009. – С. 225–227.

52. Андрос, И. А. Потребительское поведение минчан на рынке молочной продукции: опыт социомаркетингового исследования / И. А. Андрос // Социальное знание и белорусское общество : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 3–4 дек. 2009 г. / Ин-т социологии НАН Беларуси. – Минск : Право и экономика, 2009. – С. 135–138.

53. Андрос, И. А. Социокультурные предпосылки становления предпринимательства в Беларуси: историко-социологический анализ / И. А. Андрос // Народы, культуры и социальные процессы на пограничье : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Гродно, 22–23 февр. 2010 г. / ГрГУ им. Я. Купалы [и др.] ; редкол.: Е. М. Бабосов [и др.]. – Гродно : ГрГУ, 2010. – С. 361–364.

54. Андрос, И. А. Социальный оптимизм белорусских предпринимателей в социологическом измерении / И. А. Андрос // Проблемы прогнозирования и государственного регулирования социально-экономического развития : материалы XI Междунар. науч. конф., Минск, 14–15 окт. 2010 г. / НИЭИ М-ва экономики Респ. Беларусь ; редкол.: А. В. Червяков [и др.]. – Минск : НИЭИ, 2010. – С. 147–150.

55. Андрос, И. А. Особенности функционирования предпринимательских профсоюзов в Беларуси / И. А. Андрос // Новые вызовы в экономике XXI века : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 24–25 марта 2011 г. / Ин-т экономики НАН Беларуси ; редкол.: Г. Л. Вердеванян [и др.]. – Минск : Право и экономика, 2011. – С. 86–88.

56. Андрос, И. А. Социокультурные предпосылки интеграции бизнес-среды Беларуси и России в рамках единого экономического пространства / И. А. Андрос // Актуальные проблемы приграничных районов Беларуси и Российской Федерации : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Витебск, 27 мая 2011 г. / Витеб. гос. ун-т ; редкол.: А. П. Солодков [и др.]. – Витебск: ВГУ им. П. М. Машерова, 2011. – С. 108–110.

57. Андрос, И. А. Социокультурный аспект интеграции Республики Беларусь и Российской Федерации в предпринимательских отношениях / И. А. Андрос // Менталитет славян и интеграционные процессы: история, современность, перспективы : материалы VII Междунар. науч. конф., Гомель, 26–27 мая 2011 г. : в 2 ч. / М-во образования Респ. Беларусь [и др.] ; под общ. ред. В. В. Кириенко. – Гомель: ГГТУ им. П. О. Сухого, 2011. – Ч. 2. – С. 10–12.

58. Андрос, И. А. Оценка социального феномена предприимчивости белорусскими женщинами (на примере г. Минска) / И. А. Андрос // Социальное

знание и проблемы консолидации белорусского общества : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 17–18 нояб. 2011 г. / Ин-т социологии НАН Беларуси ; редкол.: И.В. Котляров [и др.]. – Минск : Право и экономика, 2011. – С. 167–170.

59. Андрас, І. А. Інтэграцыйны патэнцыял бізнес-асяроддзя Беларусі і Расіі: эканоміка-сацыялагічны аналіз / І. А. Андрас // Экономика Республики Беларусь в интеграционных процессах: тенденции, проблемы и перспективы : сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 19–20 апр. 2012 г. / Ин-т экономики НАН Беларуси. – Минск : Право и экономика, 2012. – С. 373–378.

60. Андрос, И. А. Специфика белорусского GR-менеджмента в диалоге «бизнес – власть» / И. А. Андрос // Проблемы прогнозирования и государственного регулирования социально-экономического развития : материалы XIII Междунар. науч. конф., Минск, 25–26 окт. 2012 г. : в 3 т. / НИЭИ М-ва экономики Респ. Беларусь; редкол.: А. В. Червяков [и др.]. – Минск : НИЭИ, 2012. – Т. 2. – С. 101–102.

61. Андрос, И. А. К вопросу о формировании современного образа предпринимателя в концепции человеческого развития / И. А. Андрос // Довгирдовские чтения V: тенденции духовно-нравственного развития современного общества : материалы Междунар. науч. конф., Минск, 16–17 мая 2013 г. / Ин-т философии НАН Беларуси. – Минск : Право и экономика, 2013. – С. 330–332.

62. Андрос, И. А. Социологическая оценка феномена предпринимчивости на примере белорусской молодежи / И. А. Андрос // Интеллектуальный капитал Евразийского Союза: проблемы эффективного управления и использования в обществе, основанном на знаниях : материалы Междунар. науч. конф., Минск, 14–15 мая 2013 г. / Ин-т философии НАН Беларуси. – Минск : Право и экономика, 2014. – С. 124–127.

63. Андрос, И. А. Взаимодействие органов местного управления и предпринимателей в Республике Беларусь / И. А. Андрос // Местное самоуправление в политической системе современного белорусского общества : материалы науч.-практ. семин., Минск, 27 февраля 2014 г. / Институт социологии НАН Беларуси ; редкол.: В. Г. Гусаков [и др.]. – Минск : Беларус. навука, 2014. – С. 124–138.

64. Андрос, И. А. Государственно-частное партнерство в формировании национальной инновационной системы Беларуси / И. А. Андрос // Ключевые факторы и актуальные направления постиндустриального развития экономики Беларуси : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 24–25 апр. 2014 г.

/ Ин-т экономики НАН Беларуси. – Минск : Право и экономика, 2014. – С. 484–487.

65. Андрос, И. А. Роль малых предприятий в формировании новой экономики Беларуси: историко-социологический анализ / И. А. Андрос // Стратегия развития экономики Беларуси: факторы формирования и инструменты реализации : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 23–24 апр. 2015 г. / Ин-т экономики НАН Беларуси. – Минск : Право и экономика, 2015. – С. 447–450.

66. Андрос, И. А. Проблемы возрождения индивидуальной трудовой деятельности в Советском Союзе / И. А. Андрос // Социальное знание и проблемы интенсификации развития белорусского общества : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 12–13 нояб. 2015 г. / Ин-т социологии НАН Беларуси. – Минск : Право и экономика, 2015. – С. 204–207.

67. Андрос, И. А. Теоретические основания изучения социально ответственного предпринимательства: социологический подход / И. А. Андрос // Российское социологическое сообщество: история, современность, место в мировой науке : материалы науч. конф. к 100-летию Рус. соц. о-ва им. М. М. Ковалевского, С.-Петербург, 10–12 нояб. 2016 г. / отв. ред. : Ю. В. Асочаков. – СПб. : Скифия-принт, 2016. – 1238–1239.

68. Андрос, И. А. Интеграция инженерного образования и бизнес-образования как фактор развития промышленного предпринимательства / И. А. Андрос, С. В. Костюкевич, О. В. Кобяк // Система «наука – технологии – инновации» : методология, опыт, перспективы, сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. Минск, 1 дек. 2016 г. / под ред. В. В. Гончарова. – Минск : Центр систем. анализа и стратег. исслед. НАН Беларуси, 2016. – С. 79–84.

69. Андрос, И. А. Поддержка малого и среднего промышленного предпринимательства как стратегический вектор развития национальной экономики Беларуси / И. А. Андрос // Капитализм, популизм та модерн : материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф. по социологии, Киев, 18–19 мая 2017 г. / Киев. политехн. ин-т. – Киев : КПИ, 2017. – С. 27–28.

70. Андрос, И. А. Мотивационные установки студентов технических специальностей к занятию предпринимательством в промышленности / И. А. Андрос, О. В. Кобяк // Система «наука – технологии – инновации» : методология, опыт, перспективы: сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. Минск, 26–27 окт. 2017 г. / под ред. В. В. Гончарова. – Минск : Центр систем. анализа и стратег. исслед. НАН Беларуси, 2016. – С. 66–70.

71. Андрос, И. А. Потенциал предприимчивости в оценках студенческой молодежи (на примере студентов БНТУ, г. Минск) / И. А. Андрос // Глобальные

социальные трансформации XX – начала XXI вв. : материалы Всерос. науч. конф. XI Ковалев. чтения, С.-Петербург, 9–11 нояб. 2017 г. / отв. ред. : Ю. В. Асочаков. – СПб. : Скифия-принт, 2017. – С. 498–500.

72. Андрос, И. А. Семейное предприятие как социальная технология развития предпринимательства / И. А. Андрос // Социальные технологии в глобализирующемся мире: теория и практика : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 21–22 нояб. 2018 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: А. Н. Данилов (пред.) [и др.]. – Минск : РИВШ, 2018. – С. 69–70.

73. Андрос, И. А. Теоретико-методологические основания изучения семейного предпринимательства / И. А. Андрос, С. Н. Бурова // Философия и социальные науки в современном мире : материалы междунар. науч. конф. К 30-летию фак. философии и соц. наук Белорус. гос. ун-та, Минск, 26–27 сент. 2019 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: В. Ф. Гигин (пред.) [и др.]. – Минск : БГУ, 2019. – С. 275–279.

### **Тезисы научных конференций**

74. Андрос, И. А. Формирование хозяйственных стратегий жителей Беларуси на основе индивидуальных социально-экономических достижений / И. А. Андрос // Глобальная социальная турбулентность и Россия: Междунар. науч. конф. «Сорокинские чтения–2011»: сб. тезисов / МГУ им. М. В. Ломоносова. – М. : Университетская книга, 2011. – С. 17–18.

75. Andras, I. The public support towards entrepreneurship in Belarus: we are all a little bit puzzled / I. Andras // 13th Conference of the European Sociological Association “(Un)Making Europe: Capitalism, Solidarities, Subjectivities”, Athens, Greece, 29 Aug. – 1 Sept. 2017/ ESA Abstract Book, 2017. – P. 260.

### **Брошюра**

76. Костюкевич, С. В. Подготовка инженера-предпринимателя: предпосылки, факторы, перспективы / С. В. Костюкевич, И. А. Андрос, О. В. Кобяк. – Минск : РИВШ, 2018. – 74 с.

### **Электронные ресурсы**

77. Андрос, И. А. Роль предпринимательских общественных объединений во взаимодействии государственных органов управления и субъектов малого бизнеса в Республике Беларусь (№ ГР 20113384) [Электронный ресурс] / И. А. Андрос, Е. В. Янковская ; ГНУ «Институт социологии НАН Беларуси». – Минск, 2013. – 123 с. – Библиогр.: с. 108–122 (102 назв.) – Рус. – Деп. в ГУ «БелИСА» 02.10.2013 г. № Д201318.



## РЭЗЮМЭ

Андрас Ірына Аляксандраўна

**Сацыяльна-эканамічная трансфармацыя прадпрымальніцтва ў Рэспубліцы Беларусь**

**Ключавыя словы:** прадпрымальніцтва, трансфармацыя, прадпрымальнік, сацыялагічная мадэль прадпрымальніцкай алертнасці, малое прадпрыемства, узаемадзеянне, давер, улада, грамадства.

**Мэта даследавання:** распрацаваць канцэптуальныя асновы сацыялагічнага вывучэння сацыяльна-эканамічнай трансфармацыі прадпрымальніцтва ў Беларусі, інтэгруючы эвалюцыйна-гістарычны, тэарэтыка-метадалагічны і практыка-арыентаваны метады даследавання.

**Метады даследавання:** для вырашэння задач даследавання – эвалюцыйна-гістарычны, тэарэтыка-метадалагічны і практыкаарыентаваны метады; пры зборы сацыялагічных дадзеных – анкетнае і экспертнае апытанне, аналіз дакументаў; пры апрацоўцы дадзеных – частотны, спалучаны, кластарны і фактарны аналізы.

**Атрыманая вынікі:** вызначана трансфармацыйная спецыфіка айчыннага прадпрымальніцтва; абгрунтаваны тэарэтычныя падставы вывучэння прадпрымальніцтва; распрацавана сацыялагічная мадэль прадпрымальніцкай алертнасці; выяўлены асаблівасці сацыяльнага ўзаемадзеяння ў малым прадпрымальніцтве; сацыялагічна экспліцыравана сутнасць тэхналагічнага прадпрымальніцтва.

**Навуковая навізна:** прадстаўлены комплексны падыход да даследавання сацыяльна-эканамічнай трансфармацыі прадпрымальніцтва, у межах якога прадпрымальніцкая дзейнасць вывучана як сацыяльна ўкаранёны працэс. Распрацавана сацыялагічная мадэль прадпрымальніцкай алертнасці, якая дазваляе вывучаць рынкавую дасведчанасць суб'ектаў прадпрымальніцтва.

**Рэкамендацыі па практычным выкарыстанні атрыманых вынікаў:** органамі дзяржаўнага кіравання пры распрацоўцы праграм сацыяльна-эканамічнага развіцця; навукова-даследчымі арганізацыямі падчас правядзення даследаванняў; установамі адукацыі падчас стварэння інавацыйнай інфраструктуры і для падрыхтоўкі навучальных планаў і праграм, якія ўключаюць прадпрымальніцкую праблематыку.

**Галіна выкарыстання:** тэарэтычная і прыкладная сацыялогія; інфармацыйна-аналітычная дзейнасць у прадпрымальніцкай сферы і сферы сацыяльнага кіравання; падрыхтоўка спецыялістаў вышэйшай кваліфікацыі.

## РЕЗЮМЕ

Андрос Ирина Александровна

**Социально-экономическая трансформация предпринимательства  
в Республике Беларусь**

**Ключевые слова:** предпринимательство, трансформация, предприниматель, социологическая модель предпринимательской алертности, малое предприятие, взаимодействие, доверие, власть, общество.

**Цель исследования:** разработать концептуальные основы социологического изучения социально-экономической трансформации предпринимательства в Беларуси, интегрируя эволюционно-исторический, теоретико-методологический, практико-ориентированный методы исследования.

**Методы исследования:** для решения задач исследования – эволюционно-исторический, теоретико-методологический и практико-ориентированный методы; при сборе социологических данных – анкетный и экспертный опросы, анализ документов; при обработке данных – частотный, сопряженный, кластерный и факторный анализы.

**Полученные результаты:** определена трансформационная специфика отечественного предпринимательства; обоснованы теоретические основания изучения предпринимательства; разработана социологическая модель предпринимательской алертности; выявлены особенности социального взаимодействия в малом предпринимательстве; социологически эксплицирована сущность технологического предпринимательства.

**Научная новизна:** представлен комплексный подход к исследованию социально-экономической трансформации предпринимательства, в рамках которого предпринимательская деятельность изучена как социально укорененный процесс. Разработана социологическая модель предпринимательской алертности, которая позволяет изучать рыночную осведомленность субъектов предпринимательства.

**Рекомендации по практическому использованию полученных результатов:** Органами государственного управления при разработке программ социально-экономического развития; научно-исследовательскими организациями при проведении исследований; учреждениями образования при создании инновационной инфраструктуры и для подготовки учебных планов и программ, включающих предпринимательскую проблематику.

**Область применения:** теоретическая и прикладная социология; информационно-аналитическая деятельность в предпринимательстве и сфере социального управления; подготовка специалистов высшей квалификации.

## SUMMARY

Andros Irina Aleksandrovna

**Socio-economic transformation of entrepreneurship in the Republic of Belarus**

**Keywords:** entrepreneurship, transformation, entrepreneur, sociological model of entrepreneurial alertness, small enterprise, interaction, trust, power, society.

**The primary goal of our study** is to give scientific credence of conceptual foundations of theoretical and practical research of socio-economic transformation of entrepreneurship in Belarus in accordance with evolutionary-historical, theoretical-methodological and practice-oriented methods.

**Research design:** we used evolutionary-historical, theoretical-methodological and practice-oriented methods to achieve research goals. Questionnaire survey, expert survey and document analysis were used to collect valid sociological data. We have applied frequency and conjugate analyzes as well as cluster and factor analyzes as multivariate statistical methods for processing sociological data.

**The results obtained:** the transformational specificity of domestic entrepreneurship is defined; the theoretical foundations of the study of entrepreneurship are substantiated; the sociological model of entrepreneurial alertness is developed; the features of social interaction in small business is characterized; the technological entrepreneurship is sociologically explained.

**The scientific novelty:** the author presented a complex approach to the study of the socio-economic transformation of entrepreneurship. Within the framework of this approach entrepreneurial activity is studied as a social embedded process. The author developed the sociological model of entrepreneurial alertness that allows to study the market awareness of entrepreneurs.

**Application recommendations:** public control and administration authorities can use the main results of this research in the programs of social and economic development, scientific organizations – in various researches, educational institutions – in innovation infrastructure and in the preparation of curriculums and programs that include entrepreneurial issues.

**Sphere of implementation:** application areas for the findings are theoretical and practical sociology; information activities and predictive analytics in the field of social management and entrepreneurship; training of highly qualified certified key specialists.