

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ЭЛЕМЕНТ СОЦИАЛЬНОЙ ИННОВАТИКИ

Одним из важных направлений социальной инноватики в региональном развитии является развитие исследовательской деятельности в регионе. Без должного информирования бизнеса и властных структур о потребностях и нуждах населения сама идея социального партнерства оказывается под угрозой. Именно исследовательская деятельность, активно проводимая органами власти и независимыми социологическими лабораториями, обеспечивает необходимую «обратную связь» общественности с остальными участниками социального партнерства.

Однако практическая исследовательская деятельность чревата ошибками и противоречиями. В частности, при исследованиях стратификационной картины общества возникают трудности при совмещении объективных и субъективных критериев определения принадлежности к среднему классу. Напомним, что классическое определение среднего класса звучит следующим образом: «Средний класс – совокупность социальных слоев, занимающих промежуточное положение между основными классами в системе социальной стратификации».¹ Однако подобное определение является неполным, поскольку не учитывает дополнительных условий выполнения средним классом своих социальных функций. Прежде всего, это определенный уровень материальной обеспеченности, который должен быть «средним» не относительно российского общества, но достаточным для развитой структуры расходов в абсолютных величинах.² Тем не менее, в сознании респондентов остается лишь неполное понимание среднего класса, что существенно осложняет исследовательскую деятельность.

В 2007 году Институтом Экономики КРЦ РАН было проведено масштабное исследование домохозяйств г. Петрозаводска. Выборочная совокупность формировалась по квотам, итоговая выборка составила 472 домохозяйства. При опросе использовался метод анкетирования. Целью исследования было выяснить мнение населения об условиях и образе жизни семей. С помощью анализа результатов исследования можно выявить определенные трудности, возникающие при интерпретации полученных данных.

¹ Волков Ю.Г. Социология: элементарный курс. – М., 2001. – С. 114

² Реальная Россия: Социальная стратификация современного российского общества. – М.: «Журнал Эксперт», 2006. – С. 72

Как можно увидеть, 55% семей относит себя к группе, обозначенной как «средний слой общества», 6% семей отнесли себя к категории «выше среднего слоя общества». Мы взяли эти социальные группы и рассмотрели их по основным критериям принадлежности к классическому среднему классу.

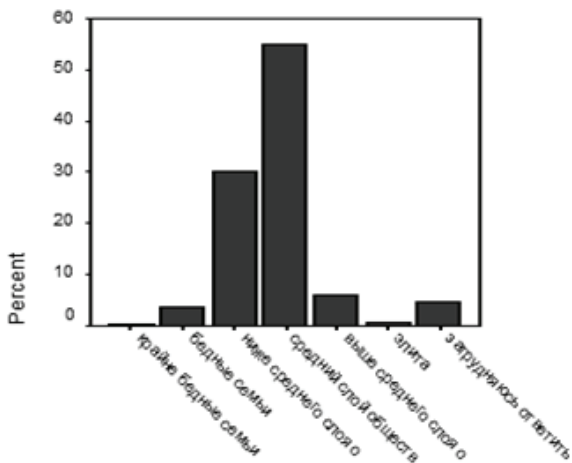


Диаграмма 1. «К какой категории Вы себя относите?», %

Напомним, что одним из основных критериев является соотношение суммарного дохода семьи и расходов семейного домохозяйства на питание. Классический критерий гласит, что на питание должно расходоваться не более $\frac{1}{4}$ дохода семьи, иначе она уже не соответствует обычному представлению о среднем классе.¹ Результаты представлены в Таблице 1. 49% опрошенных семей из среднего слоя общества признали, что расходы на питание занимают у них более половины суммарных семейных доходов, что показывает их крайне низкий уровень материальной обеспеченности с точки зрения теорий о среднем классе. Гораздо более оптимистичными выглядят показатели социальной группы, отметившей себя как «выше среднего слоя общества». 78% семей из данной группы тратят на питание менее половины своих доходов. Подобный процент свидетельствует о существенной разнице между представителями группы «среднего слоя общества» и «выше среднего слоя общества». Группа «выше среднего слоя общества», очевидно, имеет структуру расходов, более соответствующую структуре расходов классического развитого среднего класса.

¹ Гурова Т. На старте российской мечты / Т. Гурова // Интернет-публикация <http://www.expert.ru/printissues/expert/2001/45/45ex-mat3/>

Более конкретное и цифровое выражение эта разница обнаруживает себя в вопросе: «Размер совокупного месячного дохода семьи» – см. Таблицу 2. Обращает на себя внимание тот факт, что ответы семей, отнесших себя к среднему слою общества распределились весьма равномерно (8000–12000 – 13,1%; 12000–16000 – 15,3%; 16000–20000 – 17,5%; 20000–25000 – 12,4%; 25000–30000 – 21,2%, 30000–50000 – 11,7%). Все это свидетельствует о крайней неоднородности и сильной дифференциации данной группы, что осложняет исполнение этой группой социальных функций. Все более очевидным становится, что респонденты выбирали категорию «средний слой населения» исключительно из стремления выбрать среднюю категорию, в то время как на практике данную группу целостной признать не представляется возможным.

Гораздо целостнее смотрятся данные по категории «выше среднего слоя общества». Более 72% этой группы заявили о совокупном месячном доходе свыше 30000 рублей. Особо отметим, что цифра 30000 рублей можно представить в российских реалиях как некую границу между средним и низшим классами общества. Если семья состоит из 3 человек (муж, жена и ребенок-иждивенец), то доход на каждого члена семьи составляет не меньше 10000 рублей в месяц. Мы приходим к выводу, что 10000 рублей в месяц на одного члена семьи – необходимый минимум по доходовому критерию, чтобы семью можно было причислить к среднему классу.

Выясняется, что именно группа «выше среднего слоя общества» больше подходит на роль российского среднего класса. Эта тенденция станет еще отчетливее, если мы перейдем к блоку вопросов об уровне имущественной обеспеченности. Вопрос стоял следующим образом: «Приобретала ли Ваша семья за последние годы современную бытовую технику и другое имущество?». Несмотря на то, что категория «выше среднего слоя общества» занимает всего 6% от общей совокупности респондентов, на долю этой группы приходится больше 10% приобретений значимых вещей. Причем, чем дороже приобретение, тем больше доля этой группы, и тем меньше доля категории «средний слой общества». На наш взгляд, эти статьи расходов на данный момент являются одними из определяющих. Ведь владение какой-либо недвижимостью, а также проведение операций по её приобретению, продаже является по единодушному мнению социологов одним из самых ярких свидетельств о материальном благополучии среднего класса.¹ Наиболее наглядные примеры сравнения приобретений за последние годы движимого и недвижимого имущества групп «среднего слоя» и «выше среднего слоя общества» представлены в Таблицах 3, 4, 5, 6.

¹ Силласте Г. Экономическая социология: учебное пособие / Г. Силласте. – М.: Гардарики, 2005. - С. 248

Таблица 3

«Приобретала ли Ваша семья за последние годы современную бытовую технику и другое имущество?», %, в зависимости от самооценки своего положения в обществе

К какой категории вы себя относите * стиральная машина Crosstabulation

| | | | стиральная машина | Total |
|------------------------------------|-----------------------------|----------------------------|-------------------|-------|
| | | | 1 | |
| К какой категории вы себя относите | бедные семьи | Count | 5 | 5 |
| | | % within стиральная машина | 4,8% | 4,8% |
| | ниже среднего слоя общества | Count | 23 | 23 |
| | | % within стиральная машина | 22,1% | 22,1% |
| | средний слой общества | Count | 55 | 55 |
| | | % within стиральная машина | 52,9% | 52,9% |
| | выше среднего слоя общества | Count | 16 | 16 |
| % within стиральная машина | | 15,4% | 15,4% | |
| элита | Count | 2 | 2 | |
| | % within стиральная машина | 1,9% | 1,9% | |
| затрудняюсь ответить | Count | 3 | 3 | |
| | % within стиральная машина | 2,9% | 2,9% | |
| Total | Count | 104 | 104 | |
| | % within стиральная машина | 100,0% | 100,0% | |

Таблица 4

«Приобретала ли Ваша семья за последние годы современную бытовую технику и другое имущество?», %, в зависимости от самооценки своего положения в обществе

К какой категории вы себя относите * видеомонитор Crosstabulation

| | | | видеомонитор | Total |
|------------------------------------|-----------------------------|-----------------------|--------------|-------|
| | | | 1 | |
| К какой категории вы себя относите | бедные семьи | Count | 1 | 1 |
| | | % within видеомонитор | 3,6% | 3,6% |
| | ниже среднего слоя общества | Count | 6 | 6 |
| | | % within видеомонитор | 21,4% | 21,4% |
| | средний слой общества | Count | 14 | 14 |
| | | % within видеомонитор | 50,0% | 50,0% |
| | выше среднего слоя общества | Count | 4 | 4 |
| % within видеомонитор | | 14,3% | 14,3% | |
| элита | Count | 2 | 2 | |
| | % within видеомонитор | 7,1% | 7,1% | |
| затрудняюсь ответить | Count | 1 | 1 | |
| | % within видеомонитор | 3,6% | 3,6% | |
| Total | Count | 28 | 28 | |
| | % within видеомонитор | 100,0% | 100,0% | |

Таблица 5

«Приобретала ли Ваша семья за последние годы современную бытовую технику и другое имущество?», %, в зависимости от самооценки своего положения в обществе

К какой категории вы себя относите * гараж Crosstabulation

| | | | гараж | Total |
|------------------------------------|-----------------------------|----------------|--------|--------|
| | | | 1 | |
| К какой категории вы себя относите | ниже среднего слоя общества | Count | 2 | 2 |
| | | % within гараж | 13,3% | 13,3% |
| | средний слой общества | Count | 7 | 7 |
| | | % within гараж | 46,7% | 46,7% |
| | выше среднего слоя общества | Count | 5 | 5 |
| % within гараж | | 33,3% | 33,3% | |
| затрудняюсь ответить | Count | 1 | 1 | |
| | % within гараж | 6,7% | 6,7% | |
| Total | Count | | 15 | 15 |
| | % within гараж | | 100,0% | 100,0% |

Таблица 6.

«Приобретала ли Ваша семья за последние годы современную бытовую технику и другое имущество?», %, в зависимости от самооценки своего положения в обществе

К какой категории вы себя относите * легковой автомоб иномарка Crosstabulation

| | | | легковой автомоб иномарка | Total |
|------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|---------------------------|--------|
| | | | 1 | |
| К какой категории вы себя относите | ниже среднего слоя общества | Count | 3 | 3 |
| | | % within легковой автомоб иномарка | 7,0% | 7,0% |
| | средний слой общества | Count | 25 | 25 |
| | | % within легковой автомоб иномарка | 58,1% | 58,1% |
| | выше среднего слоя общества | Count | 13 | 13 |
| % within легковой автомоб иномарка | | 30,2% | 30,2% | |
| элита | Count | 1 | 1 | |
| | % within легковой автомоб иномарка | 2,3% | 2,3% | |
| затрудняюсь ответить | Count | 1 | 1 | |
| | % within легковой автомоб иномарка | 2,3% | 2,3% | |
| Total | Count | | 43 | 43 |
| | % within легковой автомоб иномарка | | 100,0% | 100,0% |

Становится очевидным, что именно категория «выше среднего слоя общества» осуществляет в процентном соотношении необходимое число значимых покупок, чтобы и по имущественному критерию входить в классический средний класс. Подтверждают это и результаты обработки вопроса: «Какая из приведенных ниже оценок наиболее точно характеризует Ваши денежные доходы?». Более половины респондентов из категории «средний слой общества» ответили, что доходов хватает на «необходимые продукты и одежду» – см. Таблицу 7. В это же время 50% респондентов из категории «выше среднего слоя общества» утверждают, что денег им достаточно для любых покупок, еще 46% опрошенных из этой категории ощущают нехватку средств лишь при таких дорогих покупках как приобретение автомобиля и пр.

Таблица 7

«Какая из приведенных ниже оценок наиболее точно характеризует Ваши денежные доходы?», %, в зависимости от самооценки своего положения в обществе

Денег вполне достаточно * К какой категории вы себя относите Crosstabulation

| | | | К какой категории вы себя относите | | | | | | затрудняюсь ответить | Total |
|-------------------------|---|---|------------------------------------|--------------|-----------------------------|-----------------------|-----------------------------|-------|----------------------|-------|
| | | | крайне бедные семьи | бедные семьи | ниже среднего слоя общества | средний слой общества | выше среднего слоя общества | зпита | | |
| Денег вполне достаточно | денег вполне достаточно | Count | 0 | 0 | 0 | 16 | 13 | 3 | 3 | 35 |
| | | Expected Count % within К какой категории вы себя относите | .1 | 1,2 | 10,6 | 19,3 | 2,1 | .2 | 1,5 | 35,0 |
| | покуп больш тов длит польз не вызыв трудн | Count | 0 | 0 | 14 | 91 | 12 | 0 | 8 | 125 |
| | | Expected Count % within К какой категории вы себя относите | .3 | 4,4 | 37,7 | 69,0 | 7,5 | .9 | 5,2 | 125,0 |
| | денег хват на необх прод и одежду | Count | 0 | 5 | 93 | 122 | 1 | 0 | 5 | 226 |
| | | Expected Count % within К какой категории вы себя относите | .5 | 7,9 | 68,2 | 124,8 | 13,6 | 1,6 | 9,4 | 226,0 |
| | хватает только на продукты | Count | 1 | 9 | 22 | 8 | 0 | 0 | 2 | 42 |
| | | Expected Count % within К какой категории вы себя относите | .1 | 1,5 | 12,7 | 23,2 | 2,5 | .3 | 1,8 | 42,0 |
| | денег не хват на прод приход влез в долги | Count | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 |
| | | Expected Count % within К какой категории вы себя относите | .0 | .1 | .9 | 1,7 | .2 | .0 | .1 | 3,0 |
| Total | | Count | 1 | 15 | 130 | 238 | 26 | 3 | 18 | 431 |
| | | Expected Count % within К какой категории вы себя относите | 1,0 | 15,0 | 130,0 | 238,0 | 26,0 | 3,0 | 18,0 | 431,0 |

Напрашивается очевидный вывод: социальная группа, определяющая свое положение в обществе, как «выше среднего» по объективному показателю уровня материальной обеспеченности соответствует классическому среднему классу. В то время как истинно «срединные» респонденты никак не могут претендовать на вхождение в ряды среднего класса.

Тем самым мы получаем, что размер среднего класса достигает не декларируемых 20%, а всего лишь 6%.

Серьезные ошибки в оценке стратификационной картины общества существенно влияют на действия органов государственной и муниципальной власти. В заявлениях В. Путина неоднократно декларировалось намерение увеличить численность среднего класса до 60% от всего населения страны к 2020 году.¹ Согласно оценкам ряда ученых, использующих нерелевантный критерий самоидентификации, средний класс в России на 2008 год составляет до 33% от всего населения.² Подобные заявления создают иллюзию успешного формирования среднего класса. Однако истинная величина среднего класса по оценкам исследователей, не прибегающих к субъективным критериям, не превышает 10% от общего населения России, в регионах же этот показатель не превышает 6%,³ именно это значение было выявлено в нашем исследовании, учитывающем региональную специфику положения респондентов.

Несмотря на эти факты, довольно часто представители государственной и муниципальной власти считают, что средний класс в России сложился, поэтому помогать ему больше не надо. В действительности, отечественный средний класс очень малочислен и слаб и нуждается в государственной поддержке. На практике подобное убеждение оборачивается отсутствием социальной поддержки группам, составляющим костяк среднего класса: предпринимателям, высококвалифицированным специалистам и сотрудникам государственного сектора экономики. Подобное пренебрежение препятствует складыванию гармоничной стратификационной картины общества и его стабильности.

На приведенном автором работы примере можно убедиться, что исследовательская деятельность играет большую роль в социальной инноватике региона. Именно грамотно проведенные исследования позволяют вовремя фиксировать нарастающие в обществе социальные проблемы, чтобы своевременно и успешно преодолевать только зарождающиеся трудности. Без всяких сомнений, развитие исследовательской деятельности позволит органам государственной и муниципальной власти лучше ориентироваться в жизни общества и успешнее бороться с социальными проблемами общества.

¹ Жить по-человечески. Владимир Путин выступил на расширенном заседании Госсовета // Российская газета. № 4585. С. 1-2

² Горшков М. Российское общество в социологическом измерении / М.К. Горшков // Социологические исследования. - 2009. - № 3. - С. 19

³ Блаженкова О. Средний класс. Все, что вы уже знали, но боялись произнести вслух/ О. Блаженкова, Т. Гурова // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nns.ru/Elect99/analit/comments/kom1495.html>

Литература

1. Волков Ю.Г. Социология: элементарный курс. – М., 2001. – 251 с.
2. Горшков М. Российское общество в социологическом измерении / М.К. Горшков // Социологические исследования. – 2009. – № 3. – С. 15–27
3. Жить по-человечески. Владимир Путин выступил на расширенном заседании Госсовета // Российская газета. № 4585. С. 1–2
4. Реальная Россия: Социальная стратификация современного российского общества. – М.: «Журнал Эксперт», 2006. – 680 с.
5. Силласте Г. Экономическая социология: учебное пособие / Г. Силласте. – М.: Гардарики, 2005. – 383 с.
6. Блаженкова О. Средний класс. Все, что вы уже знали, но боялись произнести вслух/ О. Блаженкова, Т. Гурова // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nns.ru/Elect99/analit/comments/kom1495.html>
7. Гурова Т. На старте российской мечты / Т. Гурова // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.expert.ru/printissues/expert/2001/45/45ex-mat3/>

Степанова Светлана

к.э.н., доцент

*кафедра управления и экономики петрозаводского филиала
НОУ ВПО С-Пб академия управления и экономики*

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА НА ТЕРРИТОРИИ РЕСПУБЛИКИ КАРЕЛИЯ (НА ПРИМЕРЕ ПУДОЖСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА)

Развитие сельского туризма на территории муниципальных образований Республики Карелия может играть существенную роль в социально-экономическом развитии региона, повышении жизнеспособности депрессивных сельских районов и улучшении уровня жизни местного населения. Кроме того, развитие сельского туризма способствует сохранению окружающей среды, культуры и традиций народа, проживающего на территории Карелии.

Следует также подчеркнуть, что развитие сельского туризма является перспективным направлением в развитии туристского потенциала Карелии не только в период туристского сезона, длящегося в республике в течение трех летних месяцев, но и в период туристского «межсезонья». Столь короткий период туристского сезона даже при современном уровне развития туристской инфраструктуры занижает возможности республики в предоставлении туристских услуг и не способствует эффективно использованию туристско-рекреационного потенциала Карелии.