

## К ВОПРОСУ О НАУЧНЫХ ПОДХОДАХ ПО ВЫДЕЛЕНИЮ ЭТАПОВ СТАНОВЛЕНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Шведова М.Ф.

*ГАОУ ВПО ТО «Тюменская государственная академия мировой экономики управления и права» (625051, г. Тюмень, ул. 30 лет Победы, 102), e-mail: shvedova-72@yandex.ru*

Становление и развитие рыночных отношений в России требует глубокого исследования феномена малого бизнеса, содержания его экономической и социальной функции. Особенностью формирования малого бизнеса в переходной системе является то, что исходным пунктом его становления выступала не частная, а тотальная государственная собственность. Процесс изменения форм собственности в России не происходил одномоментно, он был опосредован ходом реформ общества в целом и характеризовался специфическим содержанием каждого периода (в плане как правовых основ, так и социально-экономических условий). В статье рассматриваются различные подходы учёных к выделению этапов становления малого бизнеса в контексте изменения отношений собственности. При этом отмечается, что временная периодизация процесса формирования малых форм бизнеса не совпадала в точности с трансформационными изменениями отношений собственности, поскольку изменение состояния внутренней среды бизнес-систем является откликом на флуктуации внешней среды, и необходимо определённое время, чтобы система могла адаптировать свои параметры (как в статике, так и в динамике) с целью достижения интегративного равновесия в новых условиях.

Ключевые слова: изменение отношений собственности, традиционный подход, модифицированный подход, новые экономические субъекты, автономизация малого бизнеса, временная локализация.

## TO THE QUESTION ON SCIENTIFIC APPROACHES ON ALLOCATION OF STAGES OF FORMATION OF THE SMALL-SCALE BUSINESS IN MODERN RUSSIA

Shvedova M.F.

*Tyumen State Academy of World Economy, Management and Law (625051, Tyumen, 30 let Pobedy street, 102), e-mail: shvedova-72@yandex.ru*

Formation and development of market relations in Russia requires a thorough study of the phenomenon of small businesses, the content of its economic and social functions. The peculiarity of the formation of small businesses in the transition system is that the starting point of its formation appeared not private, and total state ownership. The process of changing ownership in Russia did not occur overnight, it was mediated by the reforms of society as a whole and characterized by specific content of each period. The article discusses various approaches to the selection of scientists stages of the establishment of small businesses in the context of changes of ownership. It is noted that the time periods of the formation of small business forms do not coincide exactly with the transformational change of ownership.

Key words: change of relations of the property, the traditional approach, the modified approach, new economic subjects, small-scale business autonomism, time localization.

### Введение

Бизнес – чрезвычайно многогранная и интегральная сфера человеческой деятельности, относящаяся к числу понятий, весьма богатых по своему содержанию. В силу своей многозначности в этом понятии обнаруживается множество сторон, к исследованию каждой из которых необходимо применять свои методологические подходы. Методология исследования малого бизнеса, как значимого слоя в бизнес-системе, весьма разнообразна и определяется целями проводимых исследований, охватывающих те или иные аспекты функционирования малого бизнеса. Изучение процесса развития малых форм бизнеса ведется достаточно интенсивно, однако акцентуации внимания на периоде становления этого процесса – недостаточно, поскольку в большинстве научных трудов при исследовании

социальной и экономической объективации современного российского малого бизнеса анализируется процесс развития в целом, тогда как содержание начальных стадий (стадий становления) рассматривается весьма схематично.

**Целью** представленного исследования является анализ научных подходов к определению периодов становления малого бизнеса с выделением специфики и систематизацией нормативно-правовой базы каждого этапа. Проведенный анализ представляется важным, поскольку содержание именно начальных стадий оказало влияние на дальнейшее развитие малого бизнеса, опосредуя достаточно сложную адаптацию малых форм к экстерналиям рынка.

При анализе полученных результатов необходимо учитывать, что формирование малых бизнес-форм было опосредовано трансформационными изменениями отношений собственности. Однако в контексте временной периодизации эти процессы не совпадают, поскольку изменение состояния внутренней среды бизнес-систем является откликом на флуктуации внешней среды, и необходимо определенное время, чтобы система могла адаптировать свои параметры (как в статике, так и в динамике) с целью достижения интегративного равновесия в новых условиях.

Подходы ученых к выделению этапов становления малого бизнеса в современной России – различны. Автор данной статьи в процессе анализа научных трудов счел возможным классифицировать их (подходы) в две группы: традиционные и модифицированные.

В рамках традиционного подхода бизнес рассматривается как элемент общей социетальной системы. Концепции традиционного подхода рассматривают субъективно-объективный уровень социальной реальности, когда, во-первых, социетальная система воспроизводит социальное качество своих структур и, следовательно, субъектов социальных отношений, во-вторых, малый бизнес в процессе отношений с другими элементами социетальной системы придает этой системе новое системное качество, то есть возникает, согласно Осипову Г.В., тенденция к адаптации к формам и способам функционирования социетальной системы ее структурных и личностных элементов [9, с. 116]. Таким образом, в русле традиционного подхода рассматриваются процессы собственно становления социальных отношений малого бизнеса, а также – образования социальной группы среднего класса.

В модифицированном же подходе бизнес выступает как внешний континуум по отношению к какому-либо социальному объекту. Этот подход анализирует процесс становления малого бизнеса несколько уже (по сравнению с традиционным), в рамках микроуровня, опосредованного спецификой конкретного социологического исследования. Тем не менее вторичный анализ материалов эмпирических исследований модифицированного подхода позволяет также выделять определенные этапы, но все же в

большей степени характеризует количественное и качественное содержание конкретного временного периода.

Традиционный подход исследования этапов становления российского малого бизнеса присутствует в трудах таких ученых, например, как А. Агеев, А. Блинов, А. Бусыгин, А. Виленский, В. Виноградов, В. Горфинкель, Г. Назарян, В. Радаев, М. Рыбина, А. Чепуренко.

Так, А.О. Блинов, рассматривая этапы становления малого бизнеса, связывает этот процесс с появлением новых экономических субъектов – представителей различных форм собственности (государственной, индивидуальной, арендной, кооперативной) – при переходе к многоукладной экономике и выделяет три этапа: 1987–1991 гг., 1992–1993 гг., 1994–1995 гг. Наиболее благоприятными годами для развития сектора малого бизнеса А.О. Блинов считает первый период (1987–1991 гг.) – период создания кооперативов и арендных предприятий, их массового преобразования в течение 1990–1991 гг. в малые предприятия. Безусловными положительными моментами данного периода ученый считает то, что, во-первых, «на основе малых предприятий происходила автономизация малого бизнеса относительно государственного сектора и тем самым – относительно системы жесткого централизованного управления» и, во-вторых, условия хозяйствования на малых и средних предприятиях включали элементы, «отражавшие состояние распада административной системы» [2, с. 15]. При этом развитие арендного и кооперативного движения не могло преодолеть технической отсталости и создать инновационный климат как массовое явление, так как «условия хозяйствования на государственных, арендных и коллективных малых и средних предприятиях не представляли собой нечто целое» [2, с. 17]. Кроме того, многие малые предприятия, учрежденные крупными государственными компаниями по типу дочерних, создавались, по мнению А.О. Блинова, главным образом, в целях повышения доходов управленческой элиты, что привело к «небывалой дифференциации доходов» населения.

Следующий этап автономизации малого бизнеса (1992–1993 гг.), по А.О. Блинову, характеризовался интенсификацией приватизационного процесса в сфере обслуживания и торговли, а также ростом числа малых предприятий в сфере производства, что ученый объясняет более высокой адаптивной способностью и мобильностью малых фирм по сравнению с крупными. При этом на складывающиеся позитивные процессы в малом бизнесе разрушительное воздействие оказывала неэффективная государственная налоговая и ценовая политика, как следствие – «страну захлестнула волна псевдопредпринимательства».

Третий этап становления малых форм бизнеса (1994–1995 гг.) А.О. Блинов характеризует как переход к качественно новому, равновесному состоянию, выраженному существенным замедлением темпов роста числа малых предприятий. Кроме того, в этот

период отмечается явно выраженное изменение профиля деятельности многих малых фирм «от производства к торговле» (в отличие от 1993 г., когда изменения профиля по типу «производство – торговля» находились в равновесном состоянии при небольшом преобладании изменений «от торговли к производству»). Следующие после третьего периода годы (1995–1998 гг.) А.О. Блинов рассматривает как процесс развития (не становления, но развития) малого бизнеса с выделением дескриптивных и прогнозных тенденций.

В целом подход А.О. Блинова дает представление о конкретных этапах процесса становления малого бизнеса в России, хотя носит схематичный характер. Это объясняется тем, что целью исследования ученого явилось обоснование экономических рычагов воздействия на малые предпринимательские структуры в целях их ускоренного развития, поэтому многоаспектно собственно процесс становления малого бизнеса автором не рассматривался (при этом количественные характеристики каждого этапа приводятся достаточно развернутые) [2, с. 15–24].

Еще один подход в рамках традиционного, рассматривающий процесс становления малого бизнеса, представлен в авторской части «Предпринимательская деятельность малого предприятия» В.Я. Горфинкеля в коллективном труде по предпринимательству [11, с. 140–191]. При анализе этапов становления малого предпринимательства в России ученый не локализует по временным периодам процесс становления: В.Я. Горфинкель рассматривает содержание законодательных документов, регламентирующих деятельность малых предприятий в стране, что позволяет в хронологической последовательности представить процесс становления в целом.

Данный подход в целом характеризуется еще большей комплиментарностью в контексте темы статьи (по сравнению с трактовкой А.О. Блинова), что опять же объясняется целями научного исследования. При этом очень информативен подход ученого к изучению процесса становления малого бизнеса посредством анализа нормативных актов в хронологической последовательности их принятия и влияния на качественное наполнение системы малого бизнеса, поскольку изучение нормативной базы позволяет выявлять содержание государственной политики по регулированию деятельности малых предприятий, кроме того, без законодательного оформления условий, форм, связей как становление, так и функционирование малого бизнеса невозможно.

Более подробный анализ этапов представлен в трудах А. Виленского, В. Виноградова, М. Рыбиной. Общим для обозначенных подходов является целеполагание исследования именно процесса становления малых форм бизнеса с выделением конкретных временных этапов и их качественной характеристикой. Различия проявляются в авторских определениях локализации этапов.

Так, А. Виленский выделяет три периода в становлении российского малого бизнеса. Первый этап ученый выделяет с конца 1980-х по 1991 год, называя данный этап «золотым веком» малого бизнеса ввиду наличия возможностей быстрого и легкого накопления капиталов, развития производства дефицитных товаров. Второй этап А. Виленский локализует с 1992 по середину 1994 года и определяет как период «грюндерства», причем во всех сферах предпринимательской деятельности (в отличие от первого периода, когда преобладало в основном торговое посредничество). Третий этап (с июля 1994 по конец 1995 года) характеризуется значительным сокращением прироста числа малых предприятий, поскольку к этому времени, по мнению ученого, оказались практически исчерпаны ниши и возможности сверхприбыльной торгово-посреднической деятельности, а также проводимая российским правительством политика умеренно-жесткой финансовой стабилизации имела выраженный санационный эффект. Однако именно в этот период малые предприятия в борьбе за выживание научились самостоятельно приспосабливаться к сложностям рынка, «начали играть роль, характерную для малого предпринимательства в нормальной рыночной экономике – роль создателя почвы для новой системы хозяйствования».

В целом необходимо отметить, что А. Виленский был одним из первых ученых (в рамках традиционного подхода), кто детерминировал процесс становления малого бизнеса в России определенными этапами временной локализации во взаимосвязи с формированием целостной системы рыночного хозяйствования [7].

М. Рыбина в своем исследовании, так же как и А. Виленский, выделяет три этапа становления малого бизнеса, при этом локализация этапов по времени отличается от предыдущей тем, что первый этап М. Рыбина фиксирует 1992–1994 гг., определяя 1980-е – начало 1990-х гг. как «предысторию развития современного малого бизнеса», второй и третий этап ученый относит соответственно к 1995–1998 и 1999–2001 гг. [4].

Не останавливаясь подробно на авторском анализе каждого этапа, хочется выделить следующие особенности: во-первых, характеристика каждого этапа дается М. Рыбиной в контексте развития инфраструктуры и форм государственной поддержки малого бизнеса в целом; во-вторых, второй и третий периоды в большей степени характеризуют этапы функционирования малого бизнеса «ex post», к периоду становления «ex ante» в периодизации М. Рыбиной можно отнести лишь первый этап. Кроме того, присутствует неясность по отношению к периоду конца 1980-х гг.: если рассматривать процесс *развития* современного малого бизнеса, то данный период вполне закономерно можно отнести к «предыстории» (по М. Рыбиной) этого процесса, но исследование автора направлено на определение этапов *становления* малого бизнеса, в этом плане необходимо отметить, что период 1985–1991 гг. является основным в стадии становления общего процесса развития современного российского малого бизнеса. Важность данного периода подтверждается и

исследованием В. Виноградова в русле традиционного подхода, который выделяет первым этапом становления малого бизнеса 1987–1991 гг. и характеризует его «этапом наиболее динамичного развития малого предпринимательства» [6, с. 197], а также – исследованиями в рамках модифицированного подхода.

Проводя анализ научных работ модифицированного подхода, уместно повторить, что в русле данного подхода становление малого бизнеса изучается опосредованно, в зависимости от специфики задач прикладных социологических проектов.

Исследования модифицированного подхода направлены в большинстве своем на изучение процесса возрождения современного российского предпринимательства. В этом контексте необходимо отметить, что понятия «бизнес» и «предпринимательство» тесно связаны. Так, А. Бусыгин определяет предпринимательство как умение организовать собственный бизнес и достаточно успешно осуществлять функции, связанные с его управлением [13, с. 26]. В Законе РФ «О предприятиях и предпринимательской деятельности» от 25 декабря 1990 г. под предпринимательской деятельностью понималась инициативная самостоятельная деятельность граждан, направленная на получение прибыли. Этот же подход присутствовал в Федеральном законе от 14 июня 1995 г. «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации». Бизнес же (дословно, по С.И. Ожегову) означает любое занятие, дело, приносящее доход [8, с. 47], кроме того, бизнес – это явление, связанное с деятельностью людей, которая основана на самостоятельной инициативе, ответственности и инновационной предпринимательской идее. В России становление рыночной системы обусловило инновационную по сути роль предприятий малого бизнеса. Поэтому разграничение понятий «бизнес» и «предпринимательство» весьма затруднено, и в большинстве случаев социологической, экономической и правовой практик отмечается их синонимичное использование.

Наиболее верификационными работами модифицированного подхода в контексте изучения процесса становления малого бизнеса представляются социологические исследования А. Радаева, Т. Заславской, Ф. Шереги, А. Безгодова, А. Чириковой, коллектива авторов – Е. Глущенко, А. Капцова, Ю. Тихонравова. В названных работах исследуются различные аспекты современного российского предпринимательства в теоретико-эмпирическом контексте, что позволяет проследить определённую хронологию процесса становления малого бизнеса.

Так, А. Безгодов в «Очерках социологии предпринимательства» анализ особенностей современного российского предпринимательства начинает с рассмотрения стратегий собственно эмпирических исследований. Автор выделяет три временных периода в матрице методических подходов, определяемых как логикой исследовательских стратегий, так и темпоральной особенностью российской бизнес-среды.

Первый этап А. Безгодов локализует 1990–1993 гг., второй – 1993–1997 гг., третий – после 1997 г. Предваряя анализ каждого этапа, автор обосновывает выделение 1990 г. – как отправной точки временной периодизации исследовательских стратегий тем, что до конца 1980-х гг. проблематика предпринимательства была практически не востребована, «в первую очередь – по причине отсутствия выраженного предмета исследования». И только на рубеже 1980–1990-х гг., считает А. Безгодов, началось интенсивное формирование нового социального слоя, базовой отличительной чертой которого стала причастность к организации и управлению различных форм негосударственных предприятий. «Именно легализация и институционализация различных организационных форм негосударственного сектора стала толчком к формированию предпринимателей как нормативной социальной группы... Предпринимателей как общественно признанной группы не существовало вплоть до начала массового создания малых и совместных предприятий, явившихся первыми полноценными формами индивидуального или группового предпринимательства». Таким образом, первый этап изучения российских предпринимателей (1990–1993 гг.) автор характеризует преобладанием поисковых стратегий, определяя в качестве основных задач – поиск идентификаторов нового социального слоя и анализ проблемных областей предпринимательства с учетом особенностей функционирования и развития российской социально-экономической системы.

На втором этапе (1993–1997 гг.), по А. Безгодову, преобладают дескриптивные проекты, внимание которых фокусируется на точном измерении стандартных параметров новой социальной группы, определении дифференцирующих факторов и которые в целом характеризуют «переход от анализа проблем к анализу ретроспективных и прожективных оценок факторов эффективности предпринимательства в конкретных социально-экономических условиях» [3, с. 105–109]. Анализ стратегий эмпирических исследований предпринимательства, представленный в работе А. Безгодова, позволяет сделать вывод о том, что в конце 1980-х – начале 1990-х гг. XX в. шел интенсивный процесс формирования слоя российских предпринимателей, и уже к 1994 г. можно было говорить о существовании предпринимательства как активного социального слоя (при этом весьма разнородного, до конца не оформившегося, законодательно не защищенного). Организация и ведение малого бизнеса невозможны без осуществления предпринимательской функции, поэтому легализация и активизация предпринимательской функции является значимым критерием формирования малых форм бизнеса в рассматриваемый период.

Другое исследование в русле модифицированного подхода, проведенное авторским коллективом под руководством А.В. Радаева в 1992 г., в качестве объекта выделило руководителей негосударственных хозяйственных структур, основными задачами были заявлены – определение экономических позиций предпринимателя как субъекта

собственности, определение социальных позиций предпринимателя и его статуса как субъекта определенной социальной группы, определение идеологических позиций предпринимателя.

Несмотря на то что методология данного проекта носила поисковый характер (по матрице методических подходов, по А.В. Безгодову), в результате исследования была проведена социально-статусная идентификация российских предпринимателей, был дан подробный анализ каналов рекрутинга слоя российских предпринимателей и системы предпринимательских мотиваций. Необходимо отметить, что опрошенные на основном этапе рассматриваемого проекта предприниматели начали заниматься предпринимательством: 20% – до 1988 г., 46% – в 1988–1989 гг., 30% – в 1990–1991 гг.; в 1992 г. приток новых агентов предпринимательства заметно снизился (только 4,8% за первое полугодие) [1, с. 42–55]. Кроме того, в мотивационном блоке данного исследовательского проекта оценивались базовые мотивации с точки зрения ожиданий предпринимателя и уровня их реализованности на практике. Лидером среди требований, предъявляемых предпринимателями к своей работе, стала конкретность результатов деятельности (средний балл 2,8 по 5-балльной шкале), высокие оценки получили самостоятельность, независимость, уверенность в завтрашнем дне и ответственность за принимаемые решения (все – по 2,5 балла); на практике реализованными оказались только два мотива из двадцати – ответственность за принимаемые решения (2,8 балла) и самостоятельность (2,6 баллов), по 2,5 балла получили конкретность результатов и польза, приносимая людям [10, с. 150–181].

Таким образом, можно констатировать, что в период «косметических изменений действовавшей системы» [12, с. 14] уже шел процесс формирования бизнес-структур, представители которых осознавали степень личной ответственности за принимаемые решения, располагали определенной самостоятельностью в своей деятельности и могли оценить конкретность результатов этой деятельности, однако отсутствие независимости и уверенности в завтрашнем дне опосредованно говорит о том, что формирование негосударственных хозяйственных предприятий в этот период находилось на стадии становления.

Предпринимательство как предмет социологического анализа исследуется в IV главе коллективного труда Е. Глущенко, А. Капцова, Ю. Тихонравова, которые этапы становления нового предпринимательства связывают с эмпирически обоснованными типологическими описаниями российских предпринимателей [5].

Первая волна предпринимателей, по-мнению Е. Глущенко, А. Капцова, Ю. Тихонравова, начала формироваться сразу же после выхода Закона об индивидуальной трудовой деятельности (1986 г.). Она выявила «прирожденных предпринимателей», близких к капиталистическому типу, в отличие от предпринимателей «авантюрного» типа,

стремящихся только к быстрой личной наживе. Новые российские предприниматели являлись полной противоположностью доминировавшим в советском обществе людям с бюрократической ментальностью, ориентированным на медленное продвижение по карьерной лестнице, в рамках организации, на зависимое от начальства состояние. Авторы локализируют первый этап 1987–1989 годами. Вторая волна фиксируется учеными 1990–1991 гг., когда в бизнес приходят «предприниматели-идеалисты» и «начальство»: первые пытаются реализовать себя в деле, особенно не думая об экономической эффективности, вторые создают «гарантированный старт», используя возможности, которые были у них раньше. Формирование третьей волны предпринимателей относится к периоду после августа 1991 г., характеризуя ее появлением нового типа – «массового предпринимателя», объединяющего не только тех, кто способен к бизнесу, но и «предпринимателей поневоле», вынуждаемых к созданию собственного дела стечением обстоятельств.

Период после 1992 г. ученые определяют как этап полной реабилитации частной собственности. В настоящий момент (1995–1996 гг.), по мнению ученых, в большей степени «разведывательное» социологическое изучение предпринимателей сменилось на более углубленное социальное описание новой социальной группы в сравнении с основной частью общества. «Исследования ведутся с точки зрения положения данной группы в системах собственности и власти, сфер деятельности, общественной функции, моделей занятости» и др. [5, с. 306–311]. Таким образом, к 1995 г. можно констатировать объективацию и закрепление в обществе слоя предпринимателей, а значит – и завершение процесса его становления.

В целом анализ работ различных научных подходов (как традиционного, так и модифицированного) в изучении развития малого бизнеса с одновременной экстерниризацией в этот процесс специфики стадий преобразования форм собственности позволяют сделать вывод о том, что наиболее значимым периодом (периодом становления) в процессе развития сферы малого бизнеса являются годы с начала перестройки советской экономики (1986 г.) до окончания действия ваучера в Российской Федерации (1994 г.). И далее можно говорить об этапах дальнейшего развития малого бизнеса и степени эффективности его функционирования в тех или иных аспектах (государственной поддержки, социальной ответственности, влияния макроэкономических условий и т.д.).

Таким образом, окончание периода становления означает начало процесса детерминации системы малого бизнеса с оформлением идентичности своей организации, формированием, во-первых, элементов самовоспроизводства и, во-вторых (наиболее важное), самореференции системы малого бизнеса.

## Список литературы

1. Безгодков А.В. Очерки социологии предпринимательства / под ред. проф. Д.П. Гавры. – СПб. : Петрополис, 1999. – 224 с.
2. Блинов А.О. Малое предпринимательство. Организационные и правовые основы деятельности. – 2-е изд. – М. : Ось-89, 1998. – 336 с.
3. Булычкина Г.К. Мотивация трудовой деятельности предпринимателей. – М. : Республика, 1993. – 257 с.
4. Бусыгин А.В. Предпринимательство. – М. : ИНФРА-М, 1997. – С. 608.
5. Виленский А. Этапы развития малого предпринимательства в России // Вопросы экономики. – 1999. – № 5. – С. 20–38.
6. Виноградов В.В. Экономика России. – М. : Юристъ, 2002. – С. 320.
7. Глушенко Е.В., Капцов А.И., Тихонравов Ю.В. Основы предпринимательства. – М. : Вестник, 1996. – С. 336.
8. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Словарь русского языка. – 4-е изд., доп. – М. : Азбуковник, 1997. – С. 944.
9. Предпринимательство : учеб. для вузов / под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, проф. Г.Б. Поляка, проф. В.А. Швандара. – М. : ЮНИТИ, 2000. – 475 с.
10. Рабочая книга социолога. – 5-е изд. / под ред. акад. РАН Г.В. Осипова. – М. : URSS, 2009. – 480 с.
11. Радаев А.В. Новое предпринимательство в России глазами экономической социологии. Фрагменты исследовательской программы. – М. : Республика, 1993. – 257 с.
12. Радыгин А. Реформа собственности в России: на пути из прошлого в будущее. – М., 1994.
13. Рыбина М.Н. Основные этапы становления малого предпринимательства в условиях современных радикальных рыночных реформ в России // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – № 5. – URL: [www.mevriz.ru/articles/2001/2/918.html](http://www.mevriz.ru/articles/2001/2/918.html) (дата обращения: 28.11.2011 г.).

## Рецензенты

Ткачева Н.А., д.социол.н., профессор кафедры «Маркетинг и регионоведение» ГАОУ ВПО ТО «Тюменская государственная академия мировой экономики, управления и права», г. Тюмень.

Фомичев И.Ю., д.социол.н., профессор кафедры «Национальная экономика и менеджмент» ГАОУ ВПО ТО «Тюменская государственная академия мировой экономики, управления и права», г. Тюмень.