УДК 65.011.4 (043.3)

ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Степанова А.И.

Новгородский Государственный Университет им. Ярослава Мудрого, Управление корпоративного и проектного финансирования Открытого акционерного общества Объединенные машиностроительные заводы (Группа Уралмаш – Ижора)

Подробная информация об авторах размещена на сайте «Учёные России» - http://www.famous-scientists.ru

В современной России, в период значительных для государства и его народа преобразований во всех сферах жизни общества наблюдаются изменения. За последние десять лет реформы породили новые виды деятельности, стили жизни, слои населения.

В центре внимания исследований нового российского общества оказалось предпринимательство.

Российских предпринимателей беспокоит негативное общественное мнение об их деятельности и отчуждения населения, низкий социальный статус в общественном сознании, периодически возникающие деструктивные конфликты с органами власти, отсутствие российских образцов рыночного поведения (традиций, нравов, обычаев), низкая культура предпринимательства.

В итоге, феномен предпринимательства в России отличается своей специфичностью, природа которой лежит в особенностях становления данного класса. Стремясь к стандартам западного, образцового предпринимательства, российский бизнесмен не в силах игнорировать давно сложившиеся патриархальные традиции, арсенал накопившихся социальных ресурсов, амбициозность конкурентов, возможность самореализации и “переустройства мира на свой лад”.

В современной России, в период значительных для государства и его народа, преобразований во всех сферах жизни общества наблюдаются изменения. За последние десять лет реформы породили новые виды деятельности, стили жизни, слои населения.

В центре внимания исследований нового российского общества оказалось предпринимательство, обладающее своей специфичностью в сравнении с уже давно сложившимися и выступающим в виде эталона предпринимательством в Европе и США.

Существует великое множество трактовок термина "предпринимательство".

Чаще всего под ним понимается один из основных видов бизнеса, а бизнес, в свою очередь, определяется как профессиональная, непрерывное творческое делание денег, причем деньги нужны не ради их количества, а ради свободы, здоровья, и безопасности, кроме того деньги, неприносящие дополнительные деньги имеют тенденцию заканчиваться, поэтому другой важнейший компонент бизнеса - дело. Именно тесная взаимосвязь дела и денег создают возможность развития социума в целом, так как бизнесмен, умножающий свой капитал, умножает национальное богатство общества и обеспечивает всему общественному воспроизводству необходимую динамику. Страна, которой присущ такой тип воспроизводства, во многом защищена от сбоев и тем более потрясений в хозяйственной сфере; ее социально-экономический прогресс стабильно дина-

мичен и устойчив, перспективы обнадеживающи[1].

На основе вторичного анализа эмпирически полученных данных можно выделить четыре типа предпринимателей: авторитарный, капиталистический, демократический и театральный.

Характерная черта **авторитарного** типа предпринимателя - полная самодостаточность, отсутствие желания сравнивать себя с другими. Представляет собой независимую, склонную к рациональному мышлению индивидуальность. Данный образ отличается аналитическим складом ума, властностью, организаторскими способностями, умением руководить, решительностью в действиях. Он говорит уверенно. Как правило, образованный человек и руководитель крупной фирмы. Проявляет крайний индивидуализм в оценках, не разделяет мир на "своих" и "чужих". Главным девизом такого типа предпринимателей является стремление достичь той ситуации, в которой он управляет людьми, а не люди им. Предпринимателями становятся ради обладания экономической властью, влияния, славы. “Влияние” понимают как способ самореализации.

Самым одномерным является **капиталистический** тип предпринимателя. Это очень богатый (по мировым меркам) человек, который сам приобрел капитал, хорошо образован, “хозяин жизни”. Умеет ценить свое время: говорит коротко, четко, не рассуждает о понятиях.

“Капиталист” интересен, прежде всего, однозначной самоидентификацией. Так, ключевыми словами при ответах на любые вопросы являются “деньги”, “прибыль”, “нажива”. Он относит людей к группе “бизнесменов” и “капиталистов” только если они смогли заработать такое же большое состояние, как и он. Тех, кто лишь пытается “сделать деньги”, но не достигает успеха, не идентифицирует как предпринимателя. Считает, что в современном российском обществе престиж человека определяется только одним: “престижно иметь деньги, не престижно их не иметь”. Данный тип критически оценивают ситуацию тех, кто занимается бизнесом “ради любви к делу”. Большинство “капиталистов” утверждают, что быть богатым и действовать по закону не возможно, такая цель как прибыль должна достигаться любыми средствами.

Наиболее распространенным в сфере малого и среднего бизнеса является **демократический** тип предпринимателя. Этот образ выступает в виде свободного простого человека.

Представитель данного типа, как правило, выглядит скромным и не притязательным. Ему приходится не легко, надо “много бегать”, “тащить на себе всю рутину”, “работать 12-14 часов в день”. Несмотря на существующие трудности в сфере малого бизнеса данный тип является наиболее мобильным и адаптированным, готовым к любым переменам.

Демократический тип предпринимателя отличается своим идеализмом и стремлением быть свободным в действиях. К своему делу он относится с уважением, ценит свою независимость, считая ее основным мотивом в бизнесе. В одном из интервью представитель данного типа отметил, что “по сравнению с ощущением свободы, деньги ничего не дают”. Главное получать “удовлетворение от работы”, “поставить дело на высокий уровень”[2].

“Демократы” довольно часто относятся к своим наемным рабочим как к “партнерам”, участвующим в управлении предприятием. Такой бизнесмен идентифицирует себя с нижним эшелоном предпринимателей, но не испытывает тёплых чувств к двум предыдущим типам (авторитарный и капиталистический), считая, что главное в них - амбиции.

Итак, предприниматели демократического типа, с одной стороны, простой человек, много работающий в тяжелых условиях. С другой стороны, он не просто тянет лямку, а работает ради осуществления идеалов, ради переустройства мира,

[1] Турянская Т.Н. Социология предпринимательства. // Проблемы интеграции Юга России в мировую экономическую систему: сборник научных статей. Выпуск III. РМУЭУ. Ростов-на-Дону. ООО "Терра". 2002.

[2] Шкаратан М.О. Феномен предпринимателя: интерпретация понятий// Мир России. 2006. №2

даже, если на уровне своего небольшого предприятия. Именно это позволяет ему уважать себя и окружающих.

Наименее деятельным в сфере бизнеса является **театральный** тип предпринимателя, образ которого - персонаж. Данный тип существует вне социальной среды и своей деятельности. Он публичен. Прикладные результаты значений для него не имеют. Им движет лишь “желание доказать себе, что он на многое способен” и стремление “изменить свой статус”. Желание изменить свой статус - единственный признак того, что он ощущает себя членом общества, элементом иерархической социальной системы. Вместе с тем, он обладает определенными психологическими чертами, делающими его истинным предпринимателем - это человек “волевой”, “творческий”, “энергичный”, “принимающий новшества”. Он идентифицирует себя с творческим человеком, инноватором, автором идей. Считает, что предприниматель не обязательно должен быть собственником и заниматься бизнесом ради денег. Основная функция, как считают представители театрального типа состоит в генерировании идей. Предприниматель - персонаж ориентирован на приобретение в обществе более высокого статуса и считает занятие предпринимательством престижным. Он - “действующее лицо спектакля в театре одного актера”.

Таким образом, было отмечено четыре основных типа предпринимателей, каждый из которых значительно отличается друг от друга. Естественно, существуют и смежные образы предпринимателей со своими общими чертами и различиями.

Формирование класса предпринимателей в России - процесс достаточно медленный с точки зрения становления более менее стабильного, устойчивого слоя в обществе. По мере развития данного процесса, предпринимательский слой становится более не однородным как по своему происхождению, так и по своему достигнутому положению. Время прихода в мир бизнеса - это явление не только хронологического, но и социального порядка. Приходящийся на разное время предпринимательский старт означает не столько различия в количественной мере предпринимательского опыта, сколько различия в качестве этого опыта, в социальных характеристиках его носителей. При классификации предпринимателей необходимо учитывать периоды экономических реформ. Любая перемена в сфере экономики непосредственно влияет и на социальное состояние общества. Явные изменения в предпринимательской сфере, как правило, приходится в период значительных, фундаментальных экономических реформ. От активности, инициативности и нравственности людей, относящихся к классу предпринимателей, во многом зависит так необходимый стране быстрый рост экономики, что должно обеспечивать и быстрое увеличение числа рабочих мест, и рост заработной платы, и решение ряда других задач, связанных с качеством жизни населения.

Таким образом, возникает связь между качеством жизни населения и отдельного предпринимательского слоя. Прежде чем послужить на благо экономики страны, предприниматель должен сам добиться определенного уровня стабильности в его материальном положении. Как живут российские предприниматели сегодня и какова динамика стилей жизни предпринимательского слоя в России, предстоит выяснить посредством вторичного анализа существующих данных.

Мотивы получения прибыли, и мотивы меценатства находятся в душах предпринимателей в постоянном противоречии, вызывают определенное напряжение в самоощущении и восприятии, а в отдельных случаях сказываются на психическом состоянии бизнесменов. Об этом говорят социологические исследования, проведенные в апреле 2006 г. в Хабаровском крае. Опрос 40 бизнесменов этого региона выявил наличие практически у всех ряда социально-психологических проблем. Предпринимателей беспокоит негативное общественное мнение об их деятельности и отчуждения населения, низкий социальный статус в общественном сознании, периодически возникающие деструктивные конфликты с органами власти, отсутствие российских образцов рыночного поведения (традиций, нравов,

обычаев), низкая культура предпринимательства.

Только в последние годы в предпринимательской среде появилась генерация в основном молодых людей, руководствующихся позитивной установкой: “Цивилизованно и этично - значит выгодно!” Тезис о том, что соблюдение законов и этических норм является своеобразным гарантом успеха, безопасности и самого существования бизнеса и бизнесмена, поддерживают 43% опрошенных предпринимателей [1].

Таким образом, в изменениях сознания и стиля жизни российских предпринимателей, можно выделить следующие основные тенденции:

- сознание российского предпринимателя стало после 1998 года (августовский кризис) более реалистичным, зрелым и адекватным;
- несмотря на то, что ярко выделяется слой “обеспеченных” предпринимателей, материальный уровень жизни снизился у остальной части слоя, т.к. в реестре жизненных ценностей “материальная обеспеченность” перестала быть основным стимулом и ценностью;
- наблюдается сокращение свободного времени предпринимателя;
- стили жизни и их динамика достаточно сильно дифференцированы по группам в зависимости от материального положения и системы ценностей предпринимателей.

В итоге, феномен предпринимательства в России отличается своей специфичностью, природа которой лежит в особенностях становления данного класса. Стремясь к стандартам западного, образцового предпринимательства, российский бизнесмен не в силах игнорировать давно сложившиеся патриархальные традиции, арсенал накопившихся социальных ресурсов, амбициозность конкурентов, возможность самореализации и “переустройства мира на свой лад”.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Петров Н. Поделится ли предприниматель качеством жизни?//Стандарты и качество. 2006. №1.

2. Рощина Я. Стиль жизни предпринимателя: типы потребительских ориентаций// Вопр. экон. 2005. №7.

3. Турянская Т.Н. Социология предпринимательства. // Проблемы интеграции Юга России в мировую экономическую систему: сборник научных статей. Выпуск III. РМУЭУ. Ростов-на-Дону. ООО "Терра". 2002.

4. Шкаратан М.О. Феномен предпринимателя: интерпретация понятий// Мир России. 2006. №2

THE RUSSIAN BUSINESS FEATURES AT THE MODERN STAGE

Stepanova A.I.
Senior officer Corporate and Project Finance Department, OMZ

In modern Russia, changes are observed in the period of considerable for the state and its people transformations in all spheres of a life of a society. For the last ten years reforms have generated new kinds of activity, styles of life. In the centre of researches of a new Russian society there was a business. The Russian businessmen are anxious about the negative public opinion about their activity, the low social status in the public consciousness, periodically arising conflicts to authorities, absence of the Russian samples of market behavior (traditions, customs, customs), low culture of business.

As a result, the business phenomenon in Russia differs the specificity which nature lies in features of formation of the given class. Going to standards of the western business, the Russian business are not in forces to ignore for a long time developed patriarchal traditions, an arsenal of the collected social resources, ambition of competitors, possibility of self-realization and “World reorganizations to the own fashion”.