

М.В.Богданова

**ЭТИКО-СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ:
АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР**

Богданова Марина Владимировна — научный сотрудник Центра прикладной этики (Тюмень).

Предпринимательство как самостоятельный вид профессиональной деятельности оформилось в Новое время. Содержание этого понятия изначально отличалось достаточной неопределенностью. Действительно, нужно обладать воображением, чтобы называть предпринимателями пиратов, торговцев, ростовщиков, владельцев мануфактур и предприятий,- управляющих. Некоторую ясность в определение предпринимательства может внести упоминание о тех, кого нельзя назвать предпринимателями. Рабочий, занятый у конвейера, научный сотрудник, врач, военный, государственный чиновник—не предприниматели в той мере, в какой они не используют свой труд как средство приращения капитала. Таким образом, отличительная черта предпринимательства — самостоятельное оперирование собственностью в сфере производства, обращения и обмена.

В литературе советского периода проблема предпринимательства рассматривалась преимущественно в историческом аспекте. Поскольку частнопредпринимательская деятельность была запрещена уголовным законодательством, ее теоретические оценки имели тенденциозную направленность и не могут рассматриваться в качестве научных выводов. Вероятно, единственная попытка внести оправдательный аргумент в тему предпринимательства была связана с дискуссией о "предприимчивости", время от времени возникавшей в советской периодике в связи с вопросом о праве хозяйственных руководителей на самостоятельное решение. Результатом дискуссии стала внедренная в массовое сознание мысль, что дельцы тоже могут быть честными.

Исследования предпринимательского поведения стали занимать заметное место в репертуаре общественно-политической литературы с начала 1990-х годов. Появилось много публицистических и "инструктивных" изданий о том, как завести свое "дело", стали публиковаться переводы учебников по бизнесу и менеджменту.

Сегодня, в фокусе внимания исследователей — такие темы, как взаимодействие предпринимательства и власти, идентификация российского предпринимательства, предпринимательство как культурный феномен, природа российского предпринимательства и христианское православное вероисповедание, современное российское предпринимательство и предпринимательство других постсоциалистических стран. Центральное место занимает вопрос о нравственной мотивации предпринимательского поведения. Естественно, при рассмотрении этого вопроса чаще всего апеллируют к исследованию протестантской этики М.Вебером.

Применительно к российскому предпринимательскому духу вопрос переформулируется в контексте православного вероисповедания. Так В.Ф.Шаповалов в статье "Откуда придет дух капитализма?" [1], отталкиваясь от веберовского постулата об избирательном средстве капиталистического типа хозяйства и "мирского служения", исследует "капиталистический дух" в российском обществе, религиозно-культурные источники русской духовной культуры и аскетического рационализма.

Речь идет об образцах дооктябрьского российского предпринимательства, которые, по мнению Шаповалова, вполне соответствуют духу аскетического рационализма,

сформировавшемся, однако, на основе иных, по сравнению с западными, идеалах. В качестве примера приводятся фамилии Третьяковых, Мамонтовых, Морозовых, которые принадлежали к старообрядческому вероисповеданию. Таким образом, дух аскетического рационализма получает религиозное обоснование. Основное различие православия и протестантизма автор усматривает в мотивировке жизненного поведения и акцентирует "персонализм" православной этики в отличие от "индивидуализма" этики протестантской. "Персонализм" не содержит противопоставления собственной личности другим и отличается большей "внимательностью" по отношению к другим людям. Таким образом, русская духовная культура, природу которой составляет православное вероисповедание, освобождает человека от низменных инстинктов зависти и злобы и может стать основой оздоровления духовно-нравственной атмосферы общества. Отсюда следует также вывод о духовной природе подлинного предпринимательства.

Аналогичная попытка была предпринята в свое время американским социологом Андреасом Бассом в работе "Хозяйственная этика русско-ортодоксального христианства" [2]. Следуя веберовской идее, Басе исследовал вопрос о том, каким образом этика русского православного христианства управляла установками людей в отношении мира и влияла на их экономическое поведение.

Исследование предпринимательского этоса предполагает анализ происхождения господствующих ценностей и норм поведения бизнесменов. Эскизная характеристика основных ценностей предпринимательской деятельности и их внутренней динамики дана Р.Г.Апресяном в работе "Ценностные контрверсы предпринимательства" [3]. Автор исследует этические основания предпринимательской деятельности, делая акцент на таких ценностях как созидательность, независимость, взаимопользование.

Соотнося базовые ценности предпринимательства — полезность, успешность, эффективность, с соответствующим ему типом личности, именуемым психологами "реалистичным", Р.Г.Апресян указывает на следующую закономерность: "реалист" может быть и мировоззренческим циником, и скептиком, и романтиком, но в практической деятельности его всегда отличает реалистичная постановка целей, выбор оптимальных средств, трезвый учет условий, в которых приходится действовать.

Отграничив таким образом нормы, регулирующие практическую деятельность предпринимателя от его мировоззренческой позиции, автор выделяет два типа интерпретации предпринимательского феномена. В первом случае предпринимательство отождествляется с разновидностью социально-творческой деятельности. Во втором, в классической марксистской теории, предпринимательство рассматривается как почти паразитическая эксплуататорская деятельность.

Такая противоречивость внешнего восприятия предпринимательства дополняется его внутренней социально-экономической неоднородностью. Описывая последнюю, автор предпринимает попытку осмысления предпринимательской деятельности сначала через категорию созидательности. В одних случаях, указывает Р.Г.Апресян, предпринимательская целеустремленность, инициативность, решительность соединяются с расчетом, дисциплиной, бережливостью, а в других — с лихостью, оборотистостью, рвачеством. По мнению автора, речь при этом идет лишь о типах, тенденциях. Анализ явных тенденций и приводит автора к установлению того, что предпринимательство как тип востребует одни ценностные ориентиры и блокирует другие.

При исследовании предпринимательства с точки зрения его внутренней и внешней независимости выделяются два способа ее обретения. Первый — обладание свободными деньгами, которое наиболее эффективно достигается через предпринимательскую деятельность. Второй — достижение успеха, который позволяет человеку освободить себя от предписанных правил и ввести свои установления в социальном пространстве, завоеванном благодаря собственному успеху. При этом Р.Г.Апресян замечает, что независимость с точки зрения логики успеха не всегда является важной и приоритетной

ценностью в силу того, что условия могут измениться и выгодным будет не независимость, а конформизм.

Отношения взаимной полезности становятся основным объектом внимания автора? при исследовании ценностных оснований предпринимательского выбора в условиях организации производства товарной продукции. По мнению Р.Г.Апресяна, вовлеченность в рыночные отношения требует взаимного учета интересов и прав, и в силу этого с неизбежностью реализуется принцип: "Ты — мне, я — тебе". Данный принцип, по мнению автора, являясь сутью отношений взаимопользования, задает экономическую основу равенства. Что касается отношений конкуренции в предпринимательстве, то, по мнению автора, они противоречивы. С одной стороны, ситуация конкуренции предполагает равенство возможностей, а с другой — является предпосылкой для сопоставления достижений друг друга и, в конечном итоге, приводит к необходимости подвергать сравнению всех со всеми.

Показав неоднозначность "философии" предпринимательства, автор указывает на необходимость разработки этики бизнеса, то есть определенной системы норм и представлений, накладывающих на экономическую деятельность ограничения, не сопряженные непосредственно с хозяйственной целесообразностью, выгодой и эффективностью.

Исследование предпринимательского этоса в культурологическом ключе представлено в статье А. А. Московской "Взаимовлияние экономики и культуры: опыт анализа" [4]. Интерпретируя культурную жизнь страны, во-первых, как один из объектов экономической теории и, во-вторых, как "партнера" экономики в ситуации хозяйственной и культурной разобщенности, автор статьи обращается к анализу механизмов, посредством которых культура воздействует на экономику и получает от нее ответные импульсы. Речь идет не просто о технической стороне и "профиле" российского предпринимательства, а о его совместимости с культурным опытом россиян.

Описывая институциональные контуры социально-экономических противоречий современного российского общества, Московская указывает на разделение общества на ряд принципиально различающихся страт: частное предпринимательство; работники госсектора; группы переходного состояния (речь идет о работниках предприятий, производящих высоко рентабельную продукцию, не нуждающихся на момент реорганизации в принципиальной технологической перестройке); пенсионеры; маргиналы. Акцентируя внимание на двух из этих страт (слоев) — госсекторе как самом массовом и бизнесе как самом мобильном — автор указывает, что от отношений между ними зависит профиль складывающейся общественной системы.

Подчеркивается некоторая противоположность в поведенческих установках этих слоев: система приоритетов предпринимательства укладывается в рамки либерализма (экономическая свобода, этический индивидуализм, снижение до минимума функций государства и т.д.), установки работников госсектора лежат в пределах государственного социализма (приоритет государства перед свободным рынком, коллективизм, большие социальные гарантии государства и т.д.). По авторской гипотезе из этих двух укладов именно предпринимательство в силу его социальной активности, наличия экономических ресурсов, высокого социального статуса обладает достаточным потенциалом для формирования "смычки" между блоками современного российского общества и замещения противостояния сотрудничеством между ними.

При анализе современного российского предпринимательства А.А.Московская выделяет три характерные институциональные формы: торговля, производство, банковская деятельность. По мнению автора, "лицо" современного российского "актуального эмпирического либерализма" составляют "лавочки" — молодые люди (20-25 лет), не успевшие психологически привязать себя к определенной социально-профессиональной группе. Их общественное становление пришлось на последние годы застоя. Данное обстоятельство, вкупе с открытой продажей бюрократией своих властных

возможностей, породило, как отмечается в статье, всплеск индивидуалистической психологии в среде юношества, что, в конечном итоге, сделало данное поколение подходящим материалом для "рекрутирования" в сферу первоначального, грубого и непритязательного торгового предпринимательства".

Что касается исторических корней либерализма в России, Московская считает, что дореволюционный опыт либерализма в экономике и гражданском праве был весьма усеченным, поскольку капитализм в относительно развитом качестве просуществовал в России недолго, около 50-ти лет. При этом специфической особенностью отечественного цивилизованного капитализма было ограничение его развития монархией, сословными перегородками, тем, что после завершения промышленного переворота капитализм в России сразу перешел в фазу монополизма, минуя опыт эпохи свободной конкуренции.

Как идейное течение либерализм в России опирался на интеллигенцию, а не свою собственную экономическую основу — буржуазию и купечество. Говоря об источниках российского индивидуализма, автор квалифицирует его как плод дворянского сознания, в силу чего для отечественного индивидуализма были характерны идеалистичность, мифологичность, исключительность. Сочетание же монархии, крепостного права и общинности создало особый культурный контекст российской государственности, который растворял отдельного человека в коллективных связях и многообразии личных зависимостей.

Примерно до 50-х—60-х годов XX века, пока социальное неравенство не стало негласной нормой социальной жизни, либерализм в России не получил серьезной почвы для своего развития. К первому поколению советского индивидуализма автор относит нынешних 45-летних, считая их самыми способными учениками "застоя", относя сюда "как диссидентов, так и будущих номенклатурных циников", ибо на их становление дважды выпало крушение социальных идеалов.

Развертываемая в статье концепция российского либерализма, как основообразующего элемента становления и развития отечественного предпринимательства, указывает на причинную связь между особенностями развития либерализма в России и современным состоянием предпринимательства. При этом Московская не предлагает прогнозов относительно возможных вариантов "смычки" между основными социальными укладами, и, соответственно, тенденциями в социальной жизни современного общества; в то же время не подвергается сомнению сама возможность подобной "смычки".

Идентифицирующие признаки предпринимательства рассмотрены в статье В.В.Радаева "Что значит "принять управленческое решение" [5].

Автор анализирует результаты завершеного в апреле 1993 года анкетного опроса 277 предпринимателей (на базе выборки Мосгорстата). Организаторов опроса интересовало, как хозяйственные руководители истолковывают смысл собственной деятельности. Исследовательский инструментарий представлен как открытой формой вопроса — описание "наиболее удачного предприятия", так и закрытой — при выяснении обстоятельств принятия "наиболее удачного управленческого решения" опрашиваемым предъявлялись суждения-подсказки.

Для выявления смысла понятия "предпринимательство" респондентам предлагалось охарактеризовать свое собственное "наиболее удачное решение". Полученные ответы идентифицировались по типу действия: функционирование, собственно предпринимательство, изобретательство, благотворительность. Анализируя полученные материалы, автор указывает на то, что большинство описанных респондентами "наиболее удачных решений" (они были связаны с обеспечением текущей работы предприятий) имели функциональный характер — 47,5%. Собственно предпринимательскому типу действия соответствовали 28% описаний. Речь идет о решениях, связанных, во-первых, с изменениями в организации собственной деятельности, и, во-вторых, с проективной активностью руководителя — выработкой

новых идей. Следующим по значимости оказался такой тип деятельности как изобретательство — 14,2%. И, наконец, самая незначительная группа ответов идентифицирована с благотворительностью.

Автор делает вывод, что предпринимательство отождествляется субъектами экономической деятельности с хозяйственным управлением ("менеджментом") или с любым хозяйственным начинанием. При этом руководители скорее пытаются "взять от ситуации", чем "изменить ситуацию".

Для исследования обстоятельств принятия "наиболее удачного управленческого решения" респондентам предлагались суждения-подсказки, соотносимые с идеально-типическими конструкциями—традиционным, аффективным, инновационным, ценностным действиями. Хотя в исследовании и использовалась веберовская схема идеальной типизации, классификация мотивов была несколько иной. Традиционное действие понималось в данном случае как воспроизведение собственного опыта, а инновационность связывалась не с изобретением чего-либо нового, но с освоением нового знания, собственным профессиональным продвижением. Аффективные начала усматривались в привнесении интуитивных, эстетических элементов в процесс принятия решения. Ценностное действие квалифицировалось как возложение на себя обязательств перед коллективом, обществом.

В результате установлено преобладание традиционной ориентации при принятии управленческого решения. Что касается такой идеально-типической конструкции, как ценностно-фиксированное действие, то оно оказалась на последнем месте. Схожая картина, указывает автор, имела место и в случае, когда руководителям была предложено принять решение на примере конкретной ситуации — приема на работу. В этом случае на первом месте оказался выбор знакомого человека.

Заключительные выводы исследователя: и в случае найма на работу, и при оценке обстоятельств принятия "наиболее удачного управленческого решения" преобладает традиционная мотивация. Однако автор не объявляет российских предпринимателей "ярыми традиционалистами", несмотря на достаточно большую роль в их деятельности простого "функционирования".

Как известно, Макс Вебер именно традиционализм называл первым противником "духа" капитализма. Но, вероятно, тип восприятия и поведения, именуемый Вебером как "традиционалистским", несколько отличается от традиционализма, характерного для отечественных предпринимательства.

Особое внимание отечественных исследователей привлекает проблема соотношения предпринимательской деятельности и деятельности политической. В.Лепехин в статье "Проблемы изучения предпринимательской элиты в современной России" [6] представляет результаты исследований политической роли предпринимательства в России. Сначала предлагаются некоторые модели поведения предпринимателей в сфере политики, а затем описываются предпринимательские объединения, которые направлены на осуществление политического влияния. Остановимся, во-первых, на мотивации политического самоопределения предпринимателей; во-вторых, на предлагаемой автором классификации предпринимателей; в-третьих, на типах предпринимательских объединений, играющих, по мнению В.Лепехина, все более важную роль в политике.

Предпринимательство, полагает автор, начинает играть самостоятельную политическую роль. С этого времени можно наблюдать процесс политического самоопределения предпринимателей. В числе мотивов такого самоопределения выделены региональные, отраслевые интересы; приверженность разного рода идеологиям (либеральной, центристской, национально-патриотической); исключаются из ряда мотивов "социально-корпоративные интересы".

Основным критерием классификации предпринимателей является форма собственности предприятия. Автор выделяет следующие типы предпринимателей:

директора, менеджеры и руководители отдельных производственных звеньев государственных предприятий; руководители, менеджеры предприятий и фирм смешанных форм собственности; владельцы и менеджеры частных предприятий и фирм. Логичным продолжением этой классификации стало бы, на наш взгляд, выделение основного признака, положенного в ее основание, — им является в данном случае наличие директора, менеджера.

В статье приведена типология предпринимательских объединений, играющих, по мнению автора, значительную роль в сфере политики. Выделяются следующие типы предпринимательских объединений: "клиентелы" — предпринимательские структуры, сгруппировавшиеся вокруг государственных должностных лиц; своего рода профсоюзы предпринимателей — предпринимательские объединения функционально-отраслевого типа; лоббистские структуры, обеспечивающие "смычку" предпринимательских структур с государственными органами; финансово-промышленные группировки, аккумулирующие финансовые и иные средства для инвестиций в политическую сферу.

О.В.Перепелкин в статье "Российский предприниматель: штрихи к социальному портрету" [7], опираясь на вторичный анализ опубликованных данных, предпринимает попытку составить социальный портрет современного предпринимателя. Используются данные социальных обследований, проведенных Фондом "Общественное мнение" и Институтом социологии РАН.

Анализируя процесс зарождения нового класса, Перепелкин выделяет в нем три "волны". Первую, по его мнению, являют советские предприниматели, имевшие все черты психологических аутсайдеров, занимавшие периферийное положение в обществе по какому-либо из признаков — национальному, возрастному, социальному. Доля предпринимателей этой "волны" выше среди крупных бизнесменов, чем среди мелких и средних. Вторая волна, как указывает автор, сформировалась примерно за два года, ее составили те, кто начал дело с нуля, пытаясь реализовать себя в бизнесе, не задумываясь об экономической эффективности. Третью "волну" представляет "начальство", которое чаще всего назначалось на "предпринимательские посты".

В соответствии с обозначенными тремя "волнами" автор выделяет три типа современного отечественного предпринимателя — "прирожденный предприниматель", "предприниматель-идеалист", "начальник". Наряду с этим он указывает на появление в последнее время еще одного типа — "массового предпринимателя". Можно предположить, что в основу различения этих типов неявно положен критерий, связанный со степенью рациональной осмысленности субъектом целей своей экономической деятельности.

Говоря о принадлежности к той или иной общности, автор выделяет две складывающиеся в России когорты бизнесменов — "перестроечную" и "новую". Особенностью "перестроечной" является то, что она сохранила связь с интеллигентской средой, породившей ее. "Новую" характеризует то, что ее представители чаще всего не имеют диплома о высшем образовании; разочаровавшись в традиционной системе образования, они ушли в бизнес.

Проводя анализ социального облика молодого предпринимателя, исследователь берет за основу и такой критерий, как социальный канал рекрутирования, связанный с ценностными ориентациями. Речь идет о ближайших жизненных целях, ориентациях, путях и способах достижения целей. Исходя из этого выделяются четыре страты молодых предпринимателей. Представители первой вышли из теневого бизнеса. Их отличительная черта — высокий уровень притязаний. Сферой бизнеса является торгово-посредническая деятельность. Для этой страты характерно противопоставление собственных ориентиров родительским. Основная ориентация — не на профессионализм, а на делание денег и использование связей.

Вторую страту составляют предприниматели из номенклатурно-комсомольской среды. Ее представителей отличает цепкость, деловая хватка, организаторские

способности. Доминирующие ориентиры — карьера руководителя, конкретная профессия не стоит в центре их интересов.

Для представителей третьей страты характерна ориентация на получение профессии. Бизнес для них — временное дело. Четвертая страта отличается сильно выраженной связью поколений. Путь достижения жизненных целей для таких предпринимателей лежит через овладение профессией, а сферой бизнеса является производство.

Т.И.Заславская в статье "Бизнес-слой российского общества: сущность, структура и статус" [8] рассматривает предпринимательство как тип деятельности, являющийся базой возникновения и развития социального слоя. В статье решаются следующие задачи: определение "внешних границ" предпринимательского слоя как элемента социальной структуры; эмпирическая идентификация предпринимательского слоя; исследование социальной структуры этого слоя. Автор использует данные ежемесячного мониторинга экономических и социальных перемен в России, проводимого ВЦИОМом и Интерцентром.

Т.И.Заславская усматривает в понятии "предпринимательство" узкий и широкий смысл. Термином "предприниматель" в ее исследовании именуется собственники, лично руководящие своими предприятиями, а в понятие "бизнес-слой" включается вся совокупность субъектов производительной, коммерческой, финансовой деятельности, отличающихся от предпринимателей лишь меньшими размерами бизнеса и индивидуальным типом труда.

Анализируя бизнес-слой, автор отмечает следующий факт: согласно мониторингу, 7% россиян, работающих по найму, одновременно заняты и собственным бизнесом, а 71% всех занятых бизнесом работает по найму. Характеризуя данное явление как особенность постсоциалистических стран, Т.И.Заславская обозначает его термином полупредпринимательство. Дифференцирующим признаком внутри данной категории выступает управленческий или исполнительный характер труда по найму.

Опираясь на анализ социологических данных, исследователь предьявляет своего рода социологическую "призму", раскладывающую экономически активное население России на "бизнес-слой", "работников вне бизнеса" (соответственно 11,5% и 88,5%), а собственно "бизнес-слой" — на "предпринимателей", "самозанятых", "бизнес-менеджеров", "полупредпринимателей", "менеджеров-совладельцев", "классических менеджеров", где доминирующее положение занимают "полупредприниматели". Обозначив структуру и статусные особенности бизнес-слоя, Заславская отмечает, что этот слой в России только еще начинает формироваться.

Соотнося структуру бизнес-слоя в России с бизнес-слоем в других постсоциалистических странах (Болгарии, Словакии, Чехии, Венгрии), опираясь на материалы международного исследования социальной стратификации в странах Восточной и Центральной Европы, автор разделяет их на две условные группы. Первую составляют страны с развитой рыночной экономикой и зрелым предпринимательским слоем (Венгрия, Болгария), вторую — страны, только начинающие переход к рынку. В целом международное сравнение свидетельствует о том, что Россия отстает от центрально-европейских постсоциалистических стран; однако, при явной "хилости" собственно предпринимательских групп, она отличается наличием наиболее мощного слоя менеджеров.

Значительные расхождения в методологических подходах к предпринимательству связаны с оценкой роли государства. Вопрос заключается в приписывании государству либо пассивной, либо активной роли в процессе становления нового социального и экономического класса. Одни исследователи отводят государству активную роль в деле "облегчения жизни бизнесменов", другие полагают, что успех развития предпринимательства зависит от того, насколько государство позволит себе не вмешиваться в экономическую жизнь страны.

Среди нерешенных проблем, отражающихся на качестве исследования современного российского предпринимательства, можно назвать прежде всего отсутствие базовых концептуализации, слабую изученность структурно-функциональных характеристик нарождающегося слоя, его влияния на ценностные нормы и поведенческие ориентиры современного российского общества. Актуальным является и поиск эффективных методов исследования данного феномена.

ЛИТЕРАТУРА

1. Шаповалов В.Ф. Откуда придет "дух капитализма"? // Социологические исследования. 1994. № 2.
2. Басе А. Хозяйственная этика русско-ортодоксального христианства: [Перевод фрагментов] // Бакштановский В.И., Согомонов Ю.В. Честная игра: нравственная философия и этика предпринимательства. Т.2. Торговец в храме свободы. Томск: Изд-во Томского университета, 1992.
3. Апресян Р.Г. Ценностные контрверзы предпринимательства // Вопросы философии. 1993. № 1.
4. Московская А.А. Взаимодействие экономики и культуры: опыт анализа // Общество и экономика. 1994. №3-4.
5. Радаев В.В. Что значит "принять управленческое решение" //Общественные науки и современность. 1995. № 1.
6. Лепехин В. Проблемы изучения предпринимательской элиты в современной России // Пределы власти: [приложение к журналу "Век XX и мир"]. 1994. № 4.
7. Перепелкин О.В. Российский предприниматель: штрихи к социальному портрету // Социологические исследования. 1995. № 2.
8. Заславская Т.И. Бизнес-слой российского общества: сущность, структура, статус // Социологические исследования. 1995. № 3.