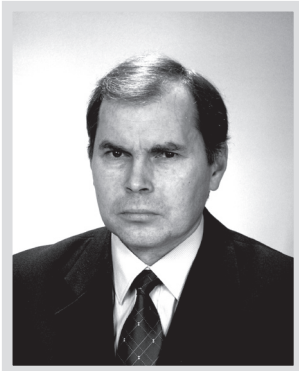


УДК 316.334.23

Региональное предпринимательство в зеркале мнений экспертов по бизнесу (на материалах Республики Татарстан и Республики Марий Эл)



Тюленев А.И.

Кандидат социологических наук,
доцент кафедры социальных наук и технологий
Марийского государственного технического университета

Предпринят краткий экскурс в теорию предпринимательства, в ходе которого рассмотрены веберовская концепция рационализации хозяйственной активности людей, зомбаровская периодизация эволюции предпринимательства от насильственных форм к мирным видам деловой практики, а также веберовско-зомбаровский идеальный тип предпринимателя эпохи индустриализма. На основе анализа и систематизации данных экспертного опроса выстроен идеальный тип современного российского регионального предпринимателя в аспекте его доминирующих личностных качеств и поведенческих мотиваций.

Ключевые слова: предпринимательство, рациональный бизнес, капитализм, рациональный капитализм, чистый идеальный тип, генетический идеальный тип, веберовско-зомбаровский идеальный тип рационального предпринимателя, идеальный тип современного российского предпринимателя.

Развитие капитализма в России актуализирует изучение его главных социальных движущих сил. С какой мировоззренческой позиции ни рассматривать генезис капитализма, получается, что ведущим фактором общественного прогресса в условиях этой общественно-экономической формации выступает целенаправленная, систематическая и неутомимая деятельность торговцев, промышленников, просто предприимчивых людей, вовлекающих в процесс производства и потребления огромное количество предметов и средств труда, благодаря чему происходит стремительный рост производительной способности общества.

Эту мысль неоднократно высказывал К. Маркс, утверждая в своих работах, посвященных капитализму, что именно капиталисты стали тем классом, который неимоверно развил производительные силы общества, уничтожив стягивающие по рукам и ногам инициативу энергичных и предприимчивых людей оковы феодальных производственных отношений. Менее чем за сто лет своего классового господства, писал он, буржуазия создала более многочисленные и более грандиозные производительные силы, чем все предшествовавшие поколения, вместе взятые [1, с. 7].

Сходные идеи отстаивал М. Вебер с той лишь разницей, что придерживался иной трактовки капитализма и капиталистического предпринимательства. По Веберу, «капитализм» и «капиталистические» предприятия существовали во всех сколько-нибудь развитых в культурном отношении странах мира (Вавилоне, Индии, Китае, Европе Средневековья и Нового времени), поскольку страсть к наживе и стремление к приобретательству за счет превышения доходов над издержками коренятся в природе человека, к какому бы этническому коллективу или общественному классу он ни принадлежал [2, с. 49].

Последователи Вебера утверждали, что в каждом обществе имеется определенное количество лиц, готовых «опробовать новые возможности», связанные с извлечением прибыли из проявления того или иного вида предпринимательской активности. Рост числа таких лиц сдерживают лишь патриархальные или традиционные общественные установления, налагающие табу на свободную, независимую от властных структур предпринимательскую деятельность [см.: 3, с. 17].

Возвращаясь к Веберу, подчеркнем, что предпринимательство рассматривалось им как эволюцион-

ный феномен, последовательно проходящий через такие стадии развития, как: авантюристическое, торговое, ориентированное на войну, политику, управление и «мирное» приобретательство [см.: 2, с. 50-51].

Современник Вебера В. Зомбарт проследил генезис и эволюцию предпринимательской активности от самых грубых и примитивных форм до цивилизованных, «мирных» видов деловой практики, направленной на получение прибыли за счет ненасильственной хозяйственной деятельности. Агентами капиталистического предпринимательства у него выступают разбойники, феодалы, государственные чиновники, спекулянты, торговцы, ростовщики, промышленники, извлекающие прибыль из своей предприимчивости доступными им средствами. Эти средства Зомбарт дифференцирует на «немирные» и «мирные». Он утверждает, что использование насильственных и ненасильственных средств разводит предпринимателей по разные стороны баррикад, тогда как стремление к наживе объединяет склонных к проявлению предприимчивости лиц. К предпринимателям «новой волны», выходящим на авансцену деловой активности и символизирующим наступление Нового времени, Зомбарт относит спекулянтов, торговцев, ростовщиков и промышленников [4].

Аккумулируя наиболее распространенные в инновационной предпринимательской среде личностные и деловые характеристики, Вебер и Зомбарт, дополняя друг друга, создают идеальный тип предпринимателя эпохи модерна. Вебер, в частности, отмечает, что новое, рациональное капиталистическое предпринимательство отличается от предшествовавших ему форм приобретательства формальным отделением предприятия от домашнего хозяйства, ориентацией производства на товарный рынок, а также строгой бухгалтерской отчетностью [см.: 2, с. 51]. Рациональному бизнесмену периода индустриализма, по Веберу, свойственны: стремление к приобретению денег законным путем; неутомимая деятельность в рамках избранной профессии; расчетливость; умеренность; прилежание; пунктуальность; честность, полезная для обретения высокого социального статуса; вкус к азарту и риску; поиск новых идей и возможностей; энергия, воля и настойчивость в достижении целей [см.: 5, с. 72-76].

Зомбарт акцентирует внимание на комплексе «мещанских добродетелей», уравнивающих и дополняющих собственно предпринимательские качества: алчность, стремление к приобретательству, страсть к приключениям, азарт, авантюризм, готовность идти на риск, изобретательность и пр. Зомбартовские «мещанские добродетели» включают в себя такие личностные характеристики, как: трудолюбие, практицизм, умеренность, осторожность, бережливость, аккуратность, расчетливость, честность, пунктуальность, строгое соблюдение договоров и т.д. [см.: 6, с. 99].

Сконструированный Вебером и Зомбартом идеальный тип делового человека представляет собой созданный умозрительным путем собирательный образ типичного «мирного» предпринимателя, движимого жадной наживы ничуть не меньше своих предшественников, но стремящегося аскетизировать повседневную жизнь и придать предпринимательской деятельности характер религиозного служения. Ориентация на идеальные цели, главной из которых выступает «спасение души», становится тем фактором, который рационализирует образ жизни предпринимателя, заставляя его отказываться от всего того, что мешает достижению успеха в хозяйственной деятельности, так как один лишь этот успех служит ему подтверждением избранности к спасению.

Веберовско-зомбартовский идеальный тип вбирает в себя характерные черты предпринимателя-протестанта эпохи раннего индустриализма, когда, собственно говоря, и стало возможным систематическое, возобновляемое получение прибыли за счет разумной организации труда юридически свободных лиц в рамках частного капиталистического предприятия. Идеальный тип такого рода совсем не является идеалом предпринимателя, которому следует подражать и к которому надо стремиться, чтобы стать рациональным, нравственным и полезным обществу бизнесменом. Портрет идеального, совершенного во всех отношениях предпринимателя, был написан гораздо раньше Б. Франклином. Американский ученый, писатель и государственный деятель, сполна вкусивший черствый хлеб ремесленнического, «малого» бизнеса, сформулировал кодекс правил, которым должен следовать предприниматель, дабы стать безупречным во всех отношениях бизнесменом и этим своим личным опытом поспособствовать рационализации мира деловых людей в целом. Основу франклиновского кодекса составляют три главных жизненных принципа: трудолюбие, точное исполнение денежных обязательств и бережливость. Эти принципы преобразованы в конкретные образцы поведения, которым должен следовать стремящийся к самосовершенствованию предприниматель: 1) воздержанность в еде и питье; 2) немногословность, необходимость избегать пустых разговоров, от которых нет пользы ни одному из собеседников; 3) поддержание порядка во всем; 4) решительность в исполнении принятых планов; 5) искренность, честность; 6) справедливость; 7) умеренность; 8) чистота, опрятность в одежде и в жилище; 9) спокойствие или способность не волноваться по пустякам, из-за неприятностей обычных и неизбежных; 10) целомудрие; 11) скромность [7, с. 482-483].

Исходя из веберовско-зомбартовской методологии, в анкете, предложенной экспертам по бизнесу, были представлены комплексы личностных качеств и поведенческих мотивов предпринимателя, кото-

рые следует рассматривать не как идеал бизнесмена, а как идеальный тип делового человека нашего времени, сконструированный на основе синтеза наиболее распространенных в предпринимательской среде личностных качеств и поведенческих мотивов. Основная цель проведенного опроса заключалась в том, чтобы собрать, проанализировать и обобщить мнения экспертов и на этой основе скорректировать изначально предложенную заготовку идеально-типической конструкции личностных характеристик и мотивационных предпочтений типичного современного российского регионального бизнесмена.

В опросе, проведенном в Республике Татарстан (июль 2009 г.) и Республике Марий Эл (декабрь 2009 г.), приняли участие по 50 специалистов в области предпринимательства от каждой республики: ученых, преподавателей, руководителей предприятий, менеджеров. Обращение к такому методу социологического исследования как экспертный опрос обусловлено простым соображением: специалисты в области предпринимательства располагают гораздо большей информацией о современном состоянии и перспективах развития регионального бизнеса, чем обычные граждане, не имеющие к нему прямого отношения.

Кроме того, представилось любопытным выявить реакцию экспертов, в особенности тех, кто практически занимается бизнесом, на предложенную заготовку идеально-типической конструкции, состоявшую из механического, никак не упорядоченного набора личностных качеств и мотивов, в той или иной мере распространенных в предпринимательской среде. Эта заготовка должна была стать своеобразным зеркалом, в котором опрашиваемый эксперт-бизнесмен мог увидеть свое отражение и, возможно, даже скорректировать имевшийся у него изначально образ себя как предпринимателя за счет включения в этот образ тех черт и мотивов, которые показались ему позитивными или социально значимыми.

Как бы то ни было, задача-минимум заключалась в том, чтобы дать возможность экспертам-предпринимателям создать оптимальный, с их точки зрения, образ самих себя как представителей регионального делового мира. Задумка эта была навеяна исходным тезисом концепции «зеркального Я», афористически выраженным в строфе: «Все друг дружке – зеркала, / Сообщают, как дела». Зеркальное (отраженное) Я Ч.Х. Кули, как известно, предполагает наличие трех взаимосвязанных компонентов: представления индивида о том, как он выглядит в глазах другого человека; воображаемого суждения индивида о том, что о нем думает этот другой человек; возникающего у индивида в результате двух предыдущих мыслительных операций особого чувства, вроде гордости или стыда [см: 8, с. 136].

Не исключено также, что респонденты-эксперты восприняли предложенный набор личностных ка-

честв и мотивов как некий образ «обобщенного другого», как установку «всего сообщества» [9, с. 228] предпринимателей, характеристические черты и мотивационные предпочтения которых при всем своеобразии их комбинаций, составленных опрошенными, должны лежать в пределах, очерченных заготовкой идеально-типической конструкции.

Так или иначе, анализ и обобщение полученных в ходе экспертного опроса данных с помощью довольно часто применяемой в современной социологии методологии и методики моделирования социальных явлений и процессов [10] позволили сконструировать идеальный тип предпринимательских качеств и мотиваций. Этот идеальный тип создан в стиле Вебера-Зомбарта. Но это – не «чистый», а «генетический» тип, вобравший в себя особенности конкретного исторического времени и конкретной социальной группы – регионального предпринимательства России начала XXI в. И, тем не менее, его не следует уподоблять конкретному реальному объекту, современному российскому региональному предпринимательству. Это собирательный образ наиболее распространенных, с точки зрения экспертов, «типичных» для региональной предпринимательской среды личностных черт и деятельностных мотивов.

Диагностика мнений экспертов относительно того, какие качества и мотивы преобладают в предпринимательской среде, с целью установления социального типа этих качеств и мотивов производилась по следующей методике. Исходя из теории предпринимательства, качества и мотивы были сгруппированы в три блока, репрезентирующих традицию, модерн и постмодерн. В первый блок вошли такие качества, как готовность к риску, инициативность, целеустремленность, решительность, самостоятельность, а также следующие мотивы: прибыль ради накопительства и для удовлетворения личных потребностей; власть, связи, высокое социальное положение; достойный уровень жизни и уверенность в себе. Эти качества и мотивы отличают предпринимателя традиционного типа, авантюриста, движимого стремлением к получению выгоды любой ценой, не считаясь с риском, затратами и потерями. Второй блок образовали такие качества, как честность, порядочность, ответственность, состоятельность, дисциплинированность, а также мотивы, связанные с интересом развития бизнеса, деловым успехом, профессиональным долгом, чувством собственного достоинства и материальной независимостью от государства. Качества и мотивы, вошедшие во второй блок, характеризуют предпринимателя эпохи модерна, в котором алчность, неумная энергия и безрассудный риск обузданы «мещанскими добродетелями». Третий блок составили следующие качества и мотивы: склонность к новизне и поиску, реалистичность, трезвость мышле-

ния, информированность (качества), а также поиск и реализация новых возможностей, общественное признание, реализация личностного потенциала и благотворительность (мотивы). Качества и мотивы, включенные в этот блок, отличают предпринимателя времени постмодерна, хорошо информированного новатора и реалиста, которому не чужда социальная ответственность.

Систематизация данных по Татарстану позволила распределить личностные качества по трем группам. В группу самых рейтинговых попали инициативность – 57,5 %, готовность к риску – 57,5 %, склонность к новизне и поисковой деятельности – 55,0 %, информированность – 55,0 %. В группе средних по рейтингу оказались реалистичность, трезвость мышления – 42,5 %, решительность – 35 %, ответственность – 35,0 %, честность, порядочность – 32,5 %. И, наконец, в самую низкую по рейтингу группу вошли целеустремленность – 30 %, самостоятельность – 22,0 %, дисциплинированность – 10,0 %, состязательность – 5,0 %. Вопрос неальтернативный, поэтому сумма ответов превышает 100,0 %.

В первой группе оказались две традиционные и две постмодернистские личностные характеристики предпринимателей. По второй преобладают качества, отнесенные к модернистским. В третьей доминируют традиционные. Таким образом, в сознании экспертов сложился неоднозначный образ делового человека, сочетающего в себе традиционные и постмодернистские качества. Полагаем, что этот образ возник не спонтанно, а под влиянием сложной и противоречивой социальной среды, включающей в себя элементы традиционализма, модерна и постмодерна.

Общая картина мотивов типичного предпринимателя РТ, с точки зрения экспертов, выглядит так. Первые четыре позиции в рейтинге мотивов занимают внутренние побудители предпринимательской активности, определяемые как аффективно-традиционные. А именно: достойный уровень жизни – 62,5 %; прибыль для удовлетворения личных потребностей – 60,0 %; власть, связи, высокое социальное положение – 47,5 %; прибыль ради накопительства – 42,5 %. Полученная шкала мотивационных предпочтений указывает на то, что носители предпринимательского капитала сконцентрированы в основном на реализации тех задач, которые их европейские и американские коллеги решали в период самоосвобождения буржуа от сковывающей предпринимательскую инициативу опеки со стороны государственной бюрократии.

Результаты опроса по Республике Марий Эл дают основания полагать, что среди экспертов, а значит, и в предпринимательской среде, традиционалистские представления о личностных качествах типичного бизнесмена распространены в большей степени, чем в Республике Татарстан. Так, в четвер-

ку качеств-лидеров попали характеристики, которые квалифицируются как традиционные: готовность к риску (68,0 %), инициативность (56,0 %), решительность и целеустремленность (52,0 %). Далее расположились такие качества, как: информированность и реалистичность, трезвость мышления (44,0 %), склонность к новизне и поисковой деятельности (42,0 %), самостоятельность (38,0 %). И, наконец, на последних местах в рейтинге качеств оказались ответственность (32,0 %), честность и порядочность (20,0 %), дисциплинированность (8,0 %) и состязательность (6,0 %).

Мотивационные предпочтения действующих предпринимателей РМЭ выстроены экспертами в следующем порядке: 1) прибыль для удовлетворения личных потребностей (72,0 %); 2) власть, связи, высокое социальное положение (56,0 %); 3-4) прибыль ради накопительства и материальная независимость от государства и общества (50,0 %); 5) достойный уровень жизни (36,0 %); 6-7) интересы развития бизнеса и деловой успех (26,0 %); 8) реализация личностного потенциала (24,0 %); 9) общественное признание, уважение окружающих (12,0 %); 10) поиск и реализация новых возможностей (10,0 %); 11) уверенность в себе (8,0%); 12-13) профессиональный долг и чувство собственного достоинства (6,0 %); 14) благотворительность и меценатство (2,0 %).

Обратим внимание, что в первую четверку попали три мотива, характеризующие традиционную модель мотиваций предпринимательской деятельности. Модель РМЭ более консервативна, чем ее татарстанский аналог. Однако сравнение двух мотивационных моделей позволяет сделать вывод, что предпринимательские мотивации как в РТ, так и в РМЭ динамичны. Причем эволюция этих мотиваций протекает в русле процесса рационализации мотивов хозяйственной активности предпринимателей, происходившего несколько веков назад в странах Западной Европы и Северной Америки, а в XX столетии в ряде государств Юго-Восточной Азии.

Таким образом, личностный (качества, мотивы) капитал российского регионального предпринимательства по своему социальному типу неоднороден и противоречив. В нем присутствуют мотивы и характеристики всех трех типов деловой активности – традиционного, модернистского и постмодернистского. Текущую динамику личностного капитала предпринимательства определяют две противоречивые и взаимосвязанные транзисии: от традиции к модерну и от модерна к постмодерну. Такой характер развития обусловлен эволюцией России и ее регионов к «высотам постиндустриального общества» в режиме неорганической, «догоняющей» модернизации, когда происходит переплетение архаичных и современных тенденций, затрудняющее обновленческие процессы и усиливающее их вероятностный характер.

Литература:

1. Маркс К., Энгельс Ф. Манифест коммунистической партии. – М.: Государственное издательство политической литературы, 1955. – 24 с.
2. Вебер М. Предварительные замечания // Избранные произведения. – М., 1990. – С. 44-60.
3. Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия // Мировая экономика и международные отношения. – 1989. – № 12. – С. 14-21.
4. http://business.polbu.ru/zombart_borsua/ch12_ii.html.
5. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма // Избранные произведения. – М., 1990. – С. 61–344.
6. Зомбарт В. Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека. – М.: Наука, 1994. – 443 с.
7. Франклин Б. Жизнь Вениамина Франклина. Автобиография // Франклин Б. Избр. соч. – М., 1956. – С. 418–555.
8. Кули Чарльз Хортон. Человеческая природа и социальный порядок. Пер. с англ. / Чарльз Хортон Кули. – М.: Идея-Пресс, Дом интеллектуальной книги, 2000. – 320 с.
9. Мид Дж. Аз и Я // Американская социологическая мысль: Тексты / Под ред. В.И. Добренькова. – М.: Изд-во МГУ, 1994. – С. 227–237.
10. Нугаев М.А. Теоретико-методологические основы исследования качества социального потенциала региона. – Казань: Изд-во Казанск. ун-та, 2006. – 168 с.

**Regional Business in a Mirror of Opinions of Experts on Business
(Basing on Data from the Republic of Tatarstan and the Republic of Mari El)**

A. Tjulenev
Mari State Technical University

The article presents short digression to the business theory in the course of which Weber's concept of rationalization of economic activity of people, Sombart's periodization of evolution of business from violent forms to peaceful kinds of business practice, and also Weber-Sombart ideal type of the businessman of Industrialism epoch are considered. On the basis of the analysis and ordering of data of expert poll the ideal type of modern Russian regional businessman from the point of view of his dominating personal qualities and behavioural motivations is built.

Key words: business, rational business, capitalism, rational capitalism, pure ideal type, genetic ideal type, Weber-Sombart ideal type of the businessman, ideal type of modern Russian businessman.

