

# ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ КЛАСС В ВОЗРОЖДАЮЩЕЙСЯ РОССИИ\*

А.Ю.Чепуренко

*В статье дается развернутое изложение частично уже реализованного комплексного исследования современного российского предпринимательства. Предлагается расширительная его трактовка как всякой общественной деятельности, способствующей рыночной трансформации российской экономики. Автор резюмирует существующие в отечественной литературе точки зрения на социальное происхождение, типологию, экономическую и политическую активность бизнеса, а также на общественное восприятие предпринимательства, выдвигает собственные версии и гипотезы.*

Кажется, страна вплотную подошла к тому рубежу, на котором пропагандистский лозунг “Россия обязательно возродится” должен быть либо наполнен конкретным содержанием, либо снят с повестки дня за ненадобностью. Такая конкретизация возможна лишь в том случае, если ученым удастся, наконец, на основе эмпирических исследований, а не умозрительных схем, найти, а политикам — мобилизовать ту социальную силу, которая способна стать субъектом стратегических преобразований. В годы перестройки на эту роль претендовало — в силу однородности общества, а также традиций российской истории — государство. Но горбачевская революция сверху провалилась, Россия стоит перед дилеммой: предпринять еще одну попытку того же рода, но уже силами посттоталитарного государства, или довериться силам, формирующимся в недрах складывающегося гражданского общества? В данной связи надежды все больше возлагаются на то, что мотором этого процесса мог бы стать современный, динамичный, обладающий стратегическим мышлением, одним словом — цивилизованный предприниматель. В качестве промежуточного варианта рассматривается возможность взаимодействия государства и предпринимателей.

77

Без комплексного анализа предпринимательства, его экономического, социально-политического и духовно-нравственного потенциала в процессе модернизации российского общества, опирающегося на достижения мировой науки (1), данная дилемма не может быть разрешена.

Серьезные научные исследования по предпринимательству между тем, только начинаются. Соответствующее социологическое изучение развернулось лишь с 1991 г. (ВЦИОМ, Институт системных исследований проблем предпринимательства и маркетинга при Совмине России.)

Объектом исследования нашей группы является предпринимательство.

\* Статья представляет собой тезисное изложение исследовательской программы, осуществляемой в Российском независимом институте социальных и национальных проблем при участии В.Автономова, В.Вьюницкого, А.Панарина, Н.Тихоновой и С.Цакунова. Институт развития Москвы и др.), тогда же вышла в свет первая и пока единственная в отечественной литературе монография на эту тему (2).



Предмет изучения — социальные, экономические, политические и социокультурные аспекты предпринимательской деятельности в сегодняшней России. При этом мы стремимся выявить отличительные особенности российского предпринимательства, перспективы его развития, а также дать прогноз возможных сценариев взаимодействия предпринимателей с другими слоями и институтами гражданского общества, столь необходимого для гармонизации потребностей общества и специфических интересов делового мира — во избежание острых социальных коллизий в условиях весьма болезненных преобразований.

В настоящее время среди экспертов, занимающихся проблемами предпринимательства, существуют следующие точки зрения на содержание данного понятия:

1) предпринимательство — специфическая деятельность, связанная с инновациями и риском. Предпринимателями в собственном смысле слова в российском обществе являются лишь те, кто олицетворяет собой синтез экономической самостоятельности, финансовой мощи и технико-технологических новаций;

78

2) предпринимательство — всякая деятельность, направленная на комбинирование факторов производства с целью извлечения дохода. Соответственно, предпринимателем может быть признан всякий субъект, осуществляет ли он сугубо репродуктивные или новаторские функции, лишь бы они способствовали максимизации дохода. В данной трактовке предпринимательство и бизнес выступают как синонимы;

3) предпринимательство — экономический и социокультурный феномен, присущий определенной (западной) цивилизации. В России функции нововведения (изобретатели и т.п.) и “делания денег” (дельцы) отделены друг от друга, а потому предпринимательства как такового не существует.

Авторы данного проекта исходят из того, что в условиях реформации общественно-экономической системы решающим критерием предпринимательства является системообразующий, социально-новаторский характер деятельности. Поэтому в настоящем исследовании применяется расширительная трактовка предпринимательства как типа общественной деятельности, способствующего рыночной трансформации российской экономики — безотносительно к методам, способам и конечным целям, которые при этом преследуют субъекты предпринимательства. Такая трактовка позволяет рассматривать предпринимателей как сложную, внутренне дифференцированную социальную группу, в состав которой входят как собственники, так и управленцы (менеджеры).

Дополнительные аргументы в пользу расширительной трактовки данного понятия видятся нам в следующем. Во-первых, в силу особенностей индустриализации, Россия ныне, как и в начале 20-х годов, представляет собой архимногоукладное общество. В целом мы “застряли” на стадии перехода от первичной ко вторичной индустриализации, хотя весьма широки (и продолжают расширяться) как доиндустриальные уклады (3), так и островки постиндустриализма. Как бы то ни было, в рамках доминирующих индустриальных социокультур выделяются два основных уклада — раннеиндустриальный и позднеиндустриальный. Их “маркетизация” рождает



предпринимателей двух различных типов. Для первого характерно стремление к прибыли, для второго — инновационная деятельность.

Стоп, скажет читатель, где это вы видели, допустим, директора оборонного предприятия, который гонится за прибылью? Его поведение определяется совсем иными приоритетами: сохранить хозяйственные связи, добиться получения дефицитных ресурсов, упрочить свое влияние в местной администрации, поддержать свой соцкультбыт и т.д.! Читатель совершенно прав, но это отнюдь не противоречит нашей трактовке. Ибо, во-вторых, мы исходим из выдвинутой когда-то Дж. Бьюкененом (4) (и развитой в ряде публикаций применительно к нашим условиям В.Найшулем) концепции бюрократического рынка, да еще и дефицитного (5), “прибыль” на котором не всегда является, или может быть выражена, некоей суммой денег. Эта “прибыль” может иметь статусное, политическое или иные измерения.

Исследовательские задачи нашей программы формируются следующим образом:

- выявление степени однородности нарождающегося предпринимательства по социальному происхождению, дифференциации внутри предпринимательского класса;
- исследование социальных функций и степени социальной ответственности деловых людей;
- анализ общественно-политического и общественно-государственного потенциала российского бизнеса;
- выявление возможностей духовной легитимации предпринимательства в современном российском обществе;
- выработка рекомендаций политическим и деловым кругам по оптимизации социальной стратегии.

\* \* \*

Первый вопрос, на который должно ответить исследование в данном разделе: есть ли прочные социальные корни предпринимательского класса в российском обществе, может в силу этого предпринимательская деятельность стать доминирующим видом экономической деятельности, а предприниматели — неотъемлемым элементом социальной структуры общества?

На уровне социального мифотворчества дан целый ряд ответов на этот вопрос:

1) социальных сил, способных породить в нашем обществе предпринимательство, нет и быть не может, ибо необходимые предпосылки его возникновения неорганичны для России, то же, что имеется — не более, чем имитация;

2) предпринимательские круги порождаются практически всеми элементами социальной структуры и стимулируют возникновение новых укладов в российской экономике;

3) предпринимательский класс порождается лишь некоторыми социальными группами и — в зависимости от их стартовых уровней — в нем выделяются уже достаточно различимые отряды и подгруппы, отличающиеся по способам первоначального накопления, размерам используемого капитала, экономическому потенциалу, социальному статусу, возможно-



ствам влияния на общественное мнение, политические процессы, государственные органы и политические партии.

Наиболее правдоподобным нам представляется третий вариант ответа, но в ходе социологических исследований гипотеза будет проверена. При этом, разумеется, будут учтены те точки зрения, которые уже высказаны в нынешних дискуссиях вокруг этого вопроса в научной публицистике. Они, в общем, сводятся к следующим вариантам:

1) Предпринимательство формируется в ходе так называемой номенклатурной приватизации из наиболее динамичных, приспособившихся к новым условиям представителей бывшей партгосноменклатуры, использующей свое положение в системе политической, государственной и хозяйственной власти для закрепления де-юре обычного права и создания первоначального капитала. Главными источниками рекрутирования предпринимателей признаются государственное чиновничество, технократы-управленцы высшего и среднего звена, партийно-комсомольская номенклатура (раньше — КПСС, а теперь — других движений и партий). Яркий пример — К.Ходорковский ("Менатеп"), МНТК "Микрохирургия глаза" во главе с С.Федоровым, руководство ряда коммерческих банков, бирж и т.д.;

80 2) Образование предпринимательского класса — результат легализации "теневой экономики", соответственно по происхождению деловые люди оказываются выходцами из теневого бизнеса (вспомним карьеру А.Тарасова);

3) Разновидностью первых двух ответов является версия, согласно которой предпринимательство возникает в результате "маркетизации" коррумпированных структур, основанных на союзе прежней и новой номенклатуры с "теневой экономикой". Социальными "предками" таких предпринимателей становятся госчиновничество, технократы-управленцы высшего и среднего звена, партноменклатура — включая переметнувшуюся из КПСС в другие партии — и деятели "теневых" бизнеса, вплоть до торгово-распределительной мафии и представителей организованной преступности (дело АНТ, а затем и афера со "140 миллиардами" Г.Фильшина не могут быть рассматриваемы как типичные примеры);

4) Социальные корни и источники предпринимательства связывают с мелким полукриминальным бизнесом или вообще выводят их за грань легальности ("шашлычники", отмывание в мелкой розничной торговле заведомо преступных денег и т.п.). Прародителями современного предпринимательства при подобном варианте ответа оказываются полупреступные или преступные элементы (вариант 4, хотя и обнаруживает известную близость с вариантами 2 и 3, все же не сводится ни к одному из них);

5) Появление предпринимателей является адекватной реакцией на изменение общественных отношений со стороны энергичных, активных людей, прежде всего выходцев из ИТР, научной и творческой интеллигенции, занявшихся легальным бизнесом и честными средствами создавших стартовый капитал для предпринимательской деятельности (такие примеры, действительно, есть, особенно среди фирм, занимающихся высокотехнологичной продукцией, интеллектуальными услугами — программное обеспечение ЭВМ, консультирование, реклама, экспертиза и т.п.);



6) Деловые круги, формирующие новый класс, ведут свое происхождение из кооперативного движения, индивидуально-трудовой деятельности самых разных социальных слоев (вариант: преимущественно выходцы из интеллигенции) — достаточно вспомнить об “МММ” и его главе — С.Мавроди, у которого по-прежнему нет проблем;

7) Комплексный вариант ответа, признающий в той или иной мере правомерными все указанные источники формирования предпринимательского класса.

На наш взгляд, последняя версия наиболее правдоподобна. Кроме того, что “простые” ответы на сложные вопросы, как правило, бывают односторонними, в обоснование комплексного варианта ответа мы хотели бы заметить следующее. Во-первых, необходимо учитывать структурные особенности экономики, во-вторых — стадийно-волнообразный характер первоначального накопления. Исходя из двух названных факторов, в первом приближении могут быть выделены четыре основных предпринимательских группы, существующих и хозяйствующих в рамках своих собственных социально-экономических ниш и оказывающих определенное влияние на складывающуюся здесь обстановку и деловую этику.

Прежде всего, это директора госпредприятий, в ходе номенклатурной приватизации стремящиеся, при сохранении в своих руках управления, превратиться еще и в фактических собственников создаваемых акционерных обществ закрытого типа. Этот слой предпринимательства начал формироваться раньше всех, еще в 1988–1989 гг. Основные сферы, где он наиболее активен — промышленность и торговля. Та общественная модель, которая просматривается как нынешний идеал “промышленного генералитета” — это корпоративный, патерналистский, государственно-монополистический рынок.

Во-вторых, это предприниматели — частные собственники “первой волны”, плод “социалистической горбо-кооперации”. Они смогли составить свои капиталы, пользуясь наличием “черных дыр” в государственной экономике и сосредоточены главным образом в сфере торговли и услуг. В этой среде господствует ориентация на сиюминутный успех, отсутствует долговременная стратегия. Здесь — средоточие “дикого” рынка.

В-третьих, догоняющая маркетизация создала на определенном этапе потребность в инфраструктуре рынка — сети коммерческих банков, бирж, информационных системах. Так, в сфере финансов и распределения начали складываться институты рыночной экономики. Решающую роль в их создании играли, как правило, профессионалы из бывших государственных банковских, финансовых и промышленных предприятий и учреждений, обладавшие организационной идеей и технологическим “ноу-хау”. Именно они, привлекая материальные и финансовые средства госпредприятий и негосударственных структур, стали во главе большинства банков, бирж, страховых и инвестиционных компаний и фактически определяют их стратегию и тактику, номинально будучи лишь наемными управляющими. Формируется социально-партнерская модель рынка в условиях так называемого корпоративного капитализма, когда крупнейшими собственниками выступают тесно сросшиеся через систему взаимного учредительства юридические лица.



В-четвертых, наконец, подпочву вышеназванной группы предпринимателей составят в перспективе только зарождающиеся предприниматели — частные собственники “второй волны”. Это — фермеры, представители отдельных секторов промышленности, коммерциализирующихся НИОКР и интеллектуальных услуг. Доминируют среди них выходцы из ИТР и научно-технической интеллигенции, ориентирующиеся на современную модель демократического венчурного бизнеса.

Отсюда понятно, что весьма различаются социальные и социально-психологические установки, социальная мотивация занятия бизнесом у всех названных групп. В качестве отправной точки необходимо определить, как — согласно или вопреки социальным установкам, доминировавшим в тоталитарном обществе и сознании, — представители деловых кругов начинали заниматься своей нынешней деятельностью. В данной связи требуется выяснить, не видят ли представители нарождающегося предпринимательского класса противоречий между мотивами своей деятельности и принципами социальной справедливости, требованиями социальной полезности труда, общепринятыми\* (традиционными) нравственными нормами. Особо следует остановиться на роли религиозных убеждений. Способны ли исповедуемые в России религии (православие, иудаизм, ислам) сыграть роль, аналогичную западному протестантизму, или отечественные бизнесмены останутся религиозно неопределенными людьми, если вообще не атеистами?

82

Россия — многонациональная страна. Это обстоятельство нельзя не учитывать, если мы желаем получить достоверные представления о предпринимателях. Поэтому, учитывая распространенность в обыденном сознании различных версий национальной предопределенности занятий бизнесом, в том числе отдельными его разновидностями, придется уточнить влияние национальных факторов или национального сознания, реальное или мифологическое, на предрасположенность к предпринимательству или занятие им.

Официально идеология ранее правившей КПСС объявляла предпринимательство вне закона. Принимая во внимание значительное число выходцев из экономических структур бывшего ВЛКСМ среди нынешних деловых людей, целесообразно установить корреляцию между принадлежностью к этой организации и особенно ее хозрасчетно-хозяйственным структурам (центры НТТМ, молодежные производственные объединения и т.п.) и готовностью заняться предпринимательской деятельностью, интересом к ней. Наконец, поскольку часть предпринимателей тяготеет к некоторым новым партиям или даже принадлежит к ним, следовало бы выяснить и то, каково воздействие установок этих политических организаций на мотивацию предпринимательства.

Завершая рассмотрение социальных особенностей предпринимательства, следует оценить степень осознания ими своей социально-экономической идентичности. Речь идет о том, видят ли они какие-либо универсальные закономерности образования их класса? Можно ли вообще говорить, что предпринимательство формируется сегодня как класс? Если нет, то какие социальные группы и на какой основе возникают под этим условным



названием? Наш ответ на эти вопросы фактически содержится в предыдущем изложении, но предстоит еще выяснить, как он соотносится с самооощением деловых кругов.

В качестве первого шага предполагается выяснить у респондентов, какая из предпринимательских групп определяет сегодня лицо и социальные позиции деловых кругов в глазах общества — крупный, средний или мелкий бизнес — и в каких отраслях экономики? Сопоставив эти оценки с данными статистики, можно найти и оценить разрыв между реальной картиной и самооценкой. В частности, крупный бизнес сегодня существует фактически лишь в непроизводственных отраслях (банки, биржи), и в то же время соответствующие круги делают заявления о том, что они способны решить проблему товарного дефицита, поднять производство и вывести страну из экономического тупика. В данной связи нужно определить, как сами бизнесмены оценивают распределение предпринимательских кругов по отраслям бизнеса (промышленность, торговля, кредитная сфера, биржа, сфера обслуживания), а также по размеру капитала и объему экономической деятельности (крупный, мелкий и средний бизнес).

Принимая во внимание актуальность проблемы приватизации, социальное лицо деловых кругов нельзя определить, не оценив реальное распространение различных форм собственности среди отечественного предпринимательства. Частная собственность в ее непосредственных формах ныне далеко не доминирует, так как преобладают разные формы коллективной собственности, а среди социально-экономических типов — акционеры и пайщики. Однако надо учитывать, что часть из них сочетает права собственности с менеджментом. Поэтому нужны конкретные данные о том, какие формы собственности преобладают ныне среди предпринимательского класса (классическая частная собственность, разновидности скрытой частной собственности — аренда; коллективная — акционерная, долевая или паевая); как влияет на позицию в бизнесе отсутствие собственности на средства производства; какие группы обладают доминирующими экономическими позициями среди деловых кругов.

Необходимо проанализировать региональную и национальную дифференциацию среди предпринимателей. В частности, априори очевидно, что предпринимательский класс формируется и развивается прежде всего в урбанистических регионах (в этом смысле городское предпринимательство значительно превосходит сельское), прежде всего в крупных промышленных центрах и агломерациях; что некоторые национальные группы, особенно связанные родовыми и корпоративными связями, проявляют более высокую активность и более мощно представлены среди новых деловых кругов, чем их доля среди населения. Наконец, выделяются регионы с более высокой и более низкой деловой активностью, что не в последнюю очередь связано с условиями, которые местные власти создают для деловых кругов.

В этой связи нужно выявить, какие регионы сами деловые круги рассматривают как наиболее и наименее благоприятные для своей активности; какие зоны оценивают как центры предпринимательства и по каким причинам; какие национальные группы определяют как наиболее активные в бизнесе и почему. Сопоставив эти субъективные оценки со статистиче-



скими данными, а также с расхожими мифами обыденного сознания других групп населения, можно будет с относительно высокой степенью точности охарактеризовать как особенности самосознания предпринимательства, так и возможные точки напряженности между ним и другими социальными силами.

Не менее важно знать, какие представления об оптимальных условиях собственной деятельности существуют сегодня в предпринимательских кругах. Вероятно, те, кто ведет свое происхождение от госпартноменклатуры, предпочитают “регулируемый рынок”, где сильны позиции государственного управленческого аппарата, который подкармливал эту категорию предпринимательства и, как она надеется — пусть и не бескорыстно — будет продолжать делать это и в дальнейшем; предприниматели, занятые в малых предприятиях, кооперативах и т.д., заинтересованы в сильных позициях государства и его патернализме по отношению к малому бизнесу; крупные банкиры и биржевики стремятся к максимальной свободе рынка и минимальному вмешательству в него любой власти — от центральной государственной до местной муниципальной.

84

Анализ итогов исследования, соотнесенный с данными других опросов, экспертными оценками, теоретической проработкой проблемы, позволит составить представление о социальном портрете отечественного развития, даст возможность определить вероятные направления внутренней социальной мобильности бизнеса, изменения соотношения сил между отдельными его слоями.

\* \* \*

Относительно самостоятельным блоком исследования должна стать тема: “Предпринимательство: экономический аспект (становление рынка и предпринимательский класс)”. Хотелось бы, в первую очередь, выяснить инварианты, постоянные свойства опрашиваемых экономических субъектов (б). Предполагается сосредоточить внимание на параметрах такого, по определению, неустойчивого и неравномерного процесса, каким является предпринимательская деятельность. Предстоит выяснить, насколько внешняя институциональная среда благоприятствует предпринимательству или, наоборот, затрудняет его. При этом, разумеется, результаты исследования должны быть дифференцированы с учетом специфических структурных характеристик самих предприятий — отраслевой принадлежности, функциональной роли, стадии жизненного цикла и некоторых других.

Эволюция всякого предприятия проходит несколько стадий:

- 1) зарождение предпринимательской идеи, организация производства;
- 2) проникновение на рынок;
- 3) временная монополия — при условии, что удалось занять свою нишу;
- 4) борьба с появляющимися конкурентами. Каждая стадия характеризуется своим набором проблем, стоящих перед предпринимателем.

Для первой стадии главное — получение информации, возможность приобрести права собственности на техническую новинку (патентная защита), способности и связи самого предпринимателя, подбор квалифицирован-



ной и работоспособной команды. Для второй — получение финансирования, приобретение различных факторов производства, что в наших условиях представляет собой особо сложную проблему, реклама. На этой стадии предприятие, как правило, еще не дает прибыли. Проблемы третьей стадии связаны с расширением производства, с капиталовложениями и правильной ценовой политикой, позволяющей как можно дольше держать потенциальных конкурентов в отдалении. Наконец, на четвертой стадии необходимо внедрение очередной “новой комбинации”.

Исследование должно, при всей условности приведенной периодизации, выявить, на какой стадии находится подавляющее большинство отечественных предприятий, а также отдельных их групп (мелкий и средний — крупный бизнес, производство средств производства — производство предметов потребления и т.п.), с тем чтобы выработать обоснованные рекомендации по государственной поддержке предпринимательства, приоритетным формам и направлениям промышленной политики. Последняя, на наш взгляд, абсолютно необходима, ибо бюрократический рынок маловосприимчив к импульсам сугубо монетаристской экономической политики государства.

Текущий момент в российской экономике характеризуется политическими факторами (и в самой России, и в межгосударственных отношениях, в первую очередь, со странами СНГ и государствами Прибалтики), так и с собственно экономической ситуацией (здесь главную роль играет инфляция, а также невозможность проводить твердую последовательную экономическую политику при упомянутой выше политической неустойчивости). Очевидно, что в таких условиях капиталовложения предпринимателей направляются прежде всего в те сферы, где они могут достаточно быстро окупиться — в торговлю, услуги, информационное и финансовое посредничество. Можно предположить, что именно эти сферы деятельности представляют собой основной источник дохода для непропорционально большой группы предпринимателей. Кроме того, весьма вероятно, что относительно низкой окажется доля предпринимателей, намеревающихся в ближайшее время осуществлять производственные инвестиции, хотя на их продукцию есть спрос, а существующие мощности сильно загружены. В то же время более популярными могут оказаться финансовые инвестиции (для предприятий, не принадлежащих к финансовым посредникам). Вероятно также, что срок окупаемости первоначальных вложений в фирму в России окажется на порядок меньше, чем в западных странах. Эта тенденция не позволит предпринимателям существенно увеличить свой спрос на трудовые ресурсы.

Большой интерес представляет вопрос, в какой мере эти неблагоприятные для общей экономической конъюнктуры явления затронут предприятия разных форм собственности. В частности, важно выяснить, имеют ли здесь частные и кооперативные предприятия преимущество перед арендными и принадлежащими трудовому коллективу, как это утверждает экономическая теория, или, наоборот, большая свобода рук собственника толкает его на более жестокое следование своим материальным интересам, а большая ответственность не позволяет рисковать вложенными средствами?

Другая важная проблема — поведение крупных и мелких предприятий.



Позволяют ли большие финансовые возможности и связи крупных предприятий идти “против течения” и увеличивать инвестиции? Если это действительно так, то напрашивается принятие системы мер, которая облегчила бы производственные капиталовложения мелкого бизнеса.

Хорошо известно, что пока еще сил и влияния нарождающихся рыночных институтов (коммерческих банков, товарных и фондовых бирж, страховых компаний, бирж труда и т.п.) недостаточно для того, чтобы обслужить соответствующие потребности производства, обмена и распределения. Предстоит выяснить, какие по размерам и формам собственности фирмы пользуются их услугами, а каким это не по средствам. На этой основе возможна выработка рекомендаций по селективной социально-экономической политике государства. В частности, можно предложить ряд мер, направленных на создание наиболее благоприятных условий для экономической деятельности именно тех слоев предпринимательства, которые формируют здоровую конкурентную рыночную среду и способствуют насыщению потребительского рынка.

86

Среди факторов, противодействующих расширению производства, первое место, скорее всего, займут факторы предложения (дефицит товаров производственного назначения и кредитных ресурсов), а не спроса. Если это так, то по результатам исследования монетаристскую компоненту экономической реформы следует рекомендовать дополнить некоторыми мероприятиями, направленными на стимулирование производства — расширение лизинга, создание технопарков и технополисов, избирательная налоговая политика и т.д.

Третий крупный раздел исследования — “Предприниматели и общество”. В центре внимания — проблема модернизаторского потенциала предпринимательства, взаимоотношений предпринимателей с другими крупными и влиятельными социальными группами, анализ противоречий между ними и возможностей социального партнерства, а также оценка с учетом этого идущих в обществе дискуссий о социальной роли предпринимательства; в качестве особой подтемы заслуживает внимания вопрос об отношениях между российским и зарубежным бизнесом. Прежде всего необходимо выяснить, насколько последовательно разделяют предпринимательские круги установку на структурную реконструкцию промышленности и народного хозяйства в целом, приобщение к авангардным отраслям научно-технического прогресса и технологиям XXI в. Пока, по экспертным оценкам, далеко не все слои предпринимательства руководствуются этой целью. В частности, в сфере экспортно-импортных операций подвизаются структуры, фактически сохраняющие установку на сырьевую специализацию страны. Вместе с тем есть и представители деловых кругов, практически народного хозяйства, формирующие его новую инвестиционную политику и систему приоритетов.

Учитывая эти противоречивые тенденции, целесообразно выяснить, каково отношение самих предпринимательских кругов к проблемам научно-технической модернизации, какие ее направления считаются приоритетными, в какие сами респонденты вносят вклад — в качестве ли инвесторов, заказчиков научно-технических проектов, покупателей патентов, лицензий или ноу-хау, спонсоров.



Вопрос о модернизаторском потенциале новых предпринимательских кругов, их участия в обновлении научно-технической и технологической базы промышленности целесообразно поставить и перед экспертами-представителями научно-технических и промышленных организаций (Союз научно-технических обществ, Научно-промышленная конфедерация, Технологическая академия и т.д.). Экспертные оценки, очевидно, позволят скорректировать представления, вытекающие из самооценки представителей деловых кругов.

Особого внимания заслуживает вопрос о реформаторском потенциале российского предпринимательства. Если судить по высказываниям некоторых предпринимателей (К.Боровой, В.Неверов), то они, без сомнения, считают себя последовательно реформаторской силой и более того — единственным оплотом реформ в стране. Вместе с тем целостной концепции социальных и экономических преобразований новорожденный класс пока не имеет (7), хотя о претензиях на социальное лидерство заявляет.

Из-за этих претензий “новые” деловые круги вступают в известные противоречия с государственным чиновничеством и “старыми” управленцами-технократами, которые сегодня — в лице наиболее авторитетных представителей — претендуют на роль идеологов и лидеров реформ (конфликт К.Боровой — Г.Попов). Дискуссии вокруг программ 400 и 500 дней, вокруг концепций И.Силаева и Г.Явлинского, Б.Ельцина и Е.Гайдара в свое время в значительной степени отразили это противоречие; в концентрированном виде оно находит отражение и в спорах сторонников “номенклатурной” и “рыночной” приватизации.

В качестве рабочей гипотезы, раскрывающей суть подхода предпринимательских кругов к реформам и их споров по этому поводу с другими социальными силами, можно предложить следующее объяснение: предприниматели в качестве главного звена реформы рассматривают определенный вариант изменения отношений собственности. Это — выражение их общего корпоративного интереса и причина столкновений с другими социальными силами, заинтересованными в иных решениях этого центрального вопроса.

Чтобы уточнить позицию деловых кругов России по вопросам реформы, целесообразно выяснить их мнение относительно того, что составляет суть реформы, какие силы препятствуют его прогрессивному решению, а какие способствуют. Сопоставление ответов представителей различных сторон предпринимателей позволит выявить столкновение (в более мягком варианте — расхождение) их интересов.

Особый вопрос — взаимоотношения предпринимателей и лиц наемного труда. Сегодня они и их организации являются наиболее решительными критиками экономических реформ и противниками их социальных последствий. И хотя экономические отношения между ними еще фактически не установлены (основным нанимателем по-прежнему является государство и его органы, на втором месте стоят крупные, номинально коллективные предприятия), в будущем, по мере расширения занятости в частном секторе, можно ожидать и увеличения числа трудовых конфликтов между предпринимателями и наемными работниками. Это противоречие между социальной ситуацией и предзаданной идеологической установкой может усиливаться



во многом сознательно политическими организациями ортодоксально-марксистского толка и традиционными профсоюзами.

В ходе исследования необходимо выяснить, считают ли представители как предпринимательства, так и наемного труда отношения купли-продажи труда уже сложившимися или складывающимися: расценивают ли себя в качестве эксплуататоров чужого труда (эксплуатируемых); если не считают отношения сложившимися, а себя эксплуататорами (эксплуатируемыми), то чем объясняют негативное отношение к предпринимательскому классу со стороны известной части рядовых граждан (8).

По всему кругу отношений деловых кругов и лиц наемного труда будут выявлены позиции лидеров профессиональных союзов и объединений, политических партий, претендующих на представительство интересов, не вовлеченных в собственный бизнес категорий населения, благотворительных фондов (последнее — для выяснения участия предпринимателей в защите наименее социально защищенных групп и слоев).

Один из наиболее острых вопросов — привлечение к участию в переустройстве России иностранного капитала. Отношение к нему со стороны разных отечественных социальных и политических кругов, в том числе и российских предпринимателей, весьма различно.

88 Как нам представляется, та часть предпринимательских групп и слоев, которая обладает монопольным положением на внутреннем рынке (т.е. прежде всего ведущая свое происхождение от госпартноменклатуры), с опасениями воспринимает возможность прихода серьезного зарубежного капитала и стремится этому воспрепятствовать.

Более благосклонны к иностранному капиталу представители тех деловых кругов, которые участвуют в совместных предприятиях и проектах. Они, насколько можно предположить, заинтересованы в предоставлении финансовых, налоговых и правовых льгот той части иностранного капитала, которая идет на контакты с ними, но не иностранному капиталу как таковому.

Очевидно, что предприниматели в целом будут приветствовать приток крупных инвестиций и передовых технологий в смежные с ними отрасли народного хозяйства, но не желали бы видеть зарубежных партнеров в качестве конкурентов на своих собственных “делянках”, а также в наиболее перспективных регионах.

Среди тех, кто приветствует приход иностранного капитала в любых формах и любой ценой — включая ценой осложнений для отечественного бизнеса — высшее чиновничество и отражающие его интересы политики и общественные деятели.

Однозначно негативное отношение к притоку капитала из-за рубежа выскажут, скорее всего, занятые в неконкурентноспособных отраслях, технократы, значительная часть ИТР, рабочие, управленческий персонал, военнослужащие, пенсионеры. Опрос позволит выяснить, насколько справедлива гипотеза.

\* \* \*

Четвертый относительно самостоятельный раздел программы — “Политическая активность российских предпринимателей”.



Основными целями исследования являются измерение политической активности предпринимательского слоя в целом и его основных групп; выявление структуры их политических интересов и приоритетов, форм политической самоорганизации, основных методов реализации своих интересов через политические институты, а также подготовка рекомендаций правительственным органам по выработке ориентации предпринимательства на основе прогноза динамики их политической активности в ближайшей перспективе.

Достижение этих целей требует анализа материалов периодической печати, радио и телевидения, относящихся к политическим аспектам деятельности российского предпринимательства, изучение стенограмм и документов съездов партий, союзов и ассоциаций, ориентирующихся на поддержку предпринимательства, проведение интервью с представителями различных групп предпринимательства по специально подготовленной анкете, отражающей цели исследования, опрос специалистов—экспертов, занимающихся проблемами предпринимательства. Особого внимания заслуживает вопрос о характеристике скрытых форм политической деятельности предпринимательства, решение которого, в виду строгой конфиденциальности информации, крайне затруднено.

Предстоит выяснить, насколько те или иные события в стране оказывают влияние на состояние политической активности предпринимательства. В частности, необходимо проверить степень воздействия августовских событий 1991 г. на изменение отношения предпринимателей к исполнительной и законодательной власти. Если до августа 1991 г. большинство предпринимателей занимали достаточно пассивную позицию в отношении непосредственного участия в политической жизни, то поддержав открыто Б.Н.Ельцина и его сторонников, они получили реальную возможность оказать воздействие на ход политических и экономических преобразований в стране. Исследование, видимо, покажет высокую степень политических ожиданий предпринимателей от демократической власти в этот период.

Следующим крупным событием, повлиявшим на развитие политической активности предпринимателей, вероятно, станет непосредственная подготовка к привлечению иностранного капитала. В этот период возникли первые острые конфликты с исполнительной властью, показавшие, что для защиты своих интересов в сфере экономики предприниматели готовы использовать и политические средства.

Наконец, либерализация цен и начало реальной экономической реформы в начале 1992 г., по-видимому, были тем моментом, который обозначил стремление предпринимателей стать активными и полноправными субъектами политической жизни в ближайшей перспективе. Предстоит выяснить, как повлияли указанные события на изменение приоритетов предпринимательского слоя, насколько созрела их готовность к активным политическим действиям в качестве обособленной и организованной силы.

Одновременно с изучением динамики политической активности предпринимателей предполагается исследовать ее формирующуюся структуру. Авторы проекта исходят из того, что сегодня нецелесообразно говорить о наличии единых политических интересов предпринимательства в целом. В среде предпринимательства формируются группы, отличающиеся по своим



политическим ориентациям, степени взаимодействия с политическими институтами, формам и методам политического давления. Предварительно можно предположить, что будет выявлено по крайней мере три подобные группировки:

1) представители так называемого директорского корпуса крупных госпредприятий. По уровню возможностей воздействия на исполнительную власть эта группа находится в особом, привилегированном положении, позволяющем достаточно легко решать возникающие проблемы. Они заинтересованы в сохранении бюрократизированной государственной власти, экономического монополизма, умеренном реформировании экономики и системы государственного регулирования "сверху". Политическим представителем данной группы является Всероссийский союз "Обновление" во главе с А.Владиславлевым;

2) те, кто за последние годы сумел накопить или сконцентрировать большие капиталы в сфере торгово-посреднических операций и биржевой игры. Эта группа способна составить серьезную конкуренцию первой группе и обладает большой экономической мобильностью. Данная группа не так сильно связана с господствующей политической элитой, как первая, зато обладает гораздо большими финансовыми возможностями для того, чтобы воздействовать на исполнительную и законодательную власть, а следовательно, постепенно накапливает значительный политический потенциал. Формируемая К.Боровым Партия экономической свободы выражает в известной мере политические приоритеты данной группы;

3) представители мелкого и среднего бизнеса. Совокупность неблагоприятных экономических факторов (отсутствие возможностей быстро увеличивать свои капиталы, трудности с оборудованием и кредитами, незаинтересованность государства в оказании помощи или в поддержке) заставляют эту группу предпринимателей искать собственное место на политической сцене, энергичнее вставать на путь политической самоорганизации. Одна из организаций, претендующих на то, чтобы быть выразителем интересов малого и среднего бизнеса, — Партия свободного труда.

В ходе исследования будут рассмотрены основные направления политической активности предпринимательского слоя, отношение к состоянию политической ситуации в стране, к политике Президента и правительства, действиям парламента России. Предстоит оценить готовность различных групп предпринимателей заняться непосредственной политической деятельностью ради защиты своих интересов и достижения специфических целей.

Предполагается, что в результате исследования будет расставлен своеобразный рейтинг основных политических организаций, которые, по мнению предпринимателей, могут успешно отстаивать их интересы в ближайшем будущем. Анализ же экономических и политических программ партий, ассоциаций, союзов, ориентирующихся на поддержку предпринимательства, покажет, насколько эти структуры осознают себя как силу, призванную выполнить социально-политический заказ предпринимательских кругов.

Особого внимания требует в данной связи анализ документов и деятельности таких организаций, как движение "Демроссия", Движение демокра-



тических реформ, Демократическая партия России, Партия конституционных демократов, Социал-демократическая партия, Российский союз частных собственников, Московская конвенция предпринимателей, Биржевой союз, Конгресс бирж, Союз арендаторов и предпринимателей, Ассоциация деловых кругов России и некоторые другие.

Прогноз динамики политической активности предпринимателей требует провести изучение отношения различных их групп к наиболее известным политическим деятелям России. Весьма полезно будет добавить к этому оценку возможностей выдвижения из среды предпринимателей своих политических лидеров и вероятности занятия ими крупных постов в правительстве. В результате абстрактная программа реформ сможет быть скорректирована и "оживлена" с учетом позиций, занимаемых крупными реальными политиками.

В то же время, отдавая себе отчет в относительной узости социальной базы политических партий и движений, выражающих интересы тех или иных групп предпринимателей, — ввиду несформированности средних слоев, а также глубокой политической апатии, овладевшей населением, мы считаем, что основное внимание следует все же уделить нетрадиционному, неформальному исследованию механизмов, процедур и своеобразного "кодекса чести" лоббизма. Тем более, что в политическое лоббирование интересов предпринимательства органично перерастает имманентный системе бюрократического рынка торг за ресурсы.

Учитывая, что в нынешней быстро меняющейся хозяйственно-политической ситуации лоббирование интересов предпринимателей на парламентском уровне менее эффективно, чем в аппарате Президента, правительства или на местном уровне, следовало бы основное внимание уделить именно лоббизму в исполнительных структурах. В данной связи тщательному анализу подлежит история возникновения, прохождения и принятия важнейших Указов Президента и распоряжений правительства по хозяйственно-политическим вопросам, а также деятельность в правительстве выдвиженцев различных групп предпринимателей.

При изучении содержания политической активности предпринимателей особое внимание будет уделено двум конфликтам, которые разрешались при помощи политических средств. Во-первых, речь идет о конфликте между исполнительной властью и предпринимателями при осуществлении экономических преобразований в государственном секторе (приватизация, конверсия, акционирование), а также при реализации жестких антиинфляционных и антикризисных мер. Предстоит оценить, насколько серьезно и глубоко затронул данный конфликт интересы предпринимателей и какого рода действия можно ожидать от них в дальнейшем.

Во-вторых, нарастают противоречия внутри самого предпринимательского слоя, а также между национальным и иностранным капиталом. Речь идет о стремлении одних уравнивать, а других — сохранить неравные стартовые условия, существовавшие при начале экономических преобразований. В ходе исследования предстоит выяснить причины данного конфликта, степень его глубины и возможности достижения консенсуса в рамках предпринимательского слоя политическими методами.



По результатам данного раздела логичным выглядел бы прогноз приоритетных направлений политической активности со стороны различных групп предпринимателей в краткосрочной перспективе, а также рекомендации по более эффективному обратному воздействию государственных структур на бизнес. Такое воздействие совершенно необходимо в целях консолидации социальной базы и нахождения разумных политических компромиссов, обеспечивающих поступательный ход реформ.

\* \* \*

Заключительный раздел исследования — “Легитимация предпринимательства в обществе”. В данном разделе речь идет о существующих социокультурных барьерах на пути развития предпринимательства и рынка, в России, а также о рекомендациях по их специфической общественной ценности.

Представляется необходимым:

- выявить социокультурные и социально-психологические предпосылки предпринимательства;
- определить его роль в обновлении культуры;
- предложить различные варианты устранения барьеров на пути предпринимательства — традиционных (культуроведческих), институциональных, социально-психологических, идеологических.

Понятие “барьеры” мы интерпретируем в духе теории предпринимательства как деятельности, которая всегда вступает в противоречие с некоторыми традиционными нормами, позициями и статусами, интересами. Поскольку новое легче внедряется на периферии традиционных норм, постольку выявление норм социальной, национальной, региональной, профессиональной, культурной и т.д. среды дает основания для прогнозирования степени проницаемости и высоты соответствующих барьеров. Отсюда — возможность выработки рекомендаций в отношении наиболее предпочтительных направлений “миграции” предпринимательства в обход барьеров.

Что касается позиций и интересов, то эти барьеры, как свидетельствует мировой опыт, бизнесу более целесообразно преодолевать путем адаптации к ним, мимикрии с целью постепенной интеграции.

По мнению авторов проекта, перспектива преодоления барьеров зависит от стратегии развития рыночных реформ в России. “Прорастание” предпринимательства “снизу”, в виде массовой экономической самодеятельности, будучи процессом медленным и постепенным, может привести к постепенному и органичному размыванию этих барьеров. “Внедрение” предпринимательства “сверху”, предполагающее социально-психологическое насилие, грозит обернуться стойким массовым неприятием его; в результате возрастает вероятность нового гражданского конфликта.

Для прогнозирования степени общественной толерантности к предпринимательству необходимо выяснение позиций лидеров общественного мнения. Легитимность предпринимательства в их сознании предполагается исследовать по следующим линиям, отражающим различные уровни общественной легитимации предпринимательства



— моральный — его принятие на основе критериев нравственности и социальной справедливости. Очевидно, в российском обществе присутствует моральная легитимация предпринимательства как паразитической деятельности, основанной на присвоении результатов чужого труда;

— цивилизационный — признание исторических перспектив предпринимательства как деятельности, соответствующей магистральным тенденциям общественного прогресса и структурным сдвигам “постиндустриального общества”. Цивилизационная легитимация требует, следовательно, общественного консенсуса относительно стратегии модернизации России;

— общекультурный — его совместимость с ценностями нерыночного порядка — стремлением к повышению собственного культурного и образовательного уровня, потребностью жить в высокодуховном обществе, располагать наполненным досугом. В данной связи, по всей видимости, должны быть развеяны небеспочвенные опасения некоторых слоев населения о враждебности предпринимательства некоторым формам духовного производства, в первую очередь искусству;

— национальный — готовность массового сознания признать связь ценностей предпринимательства с национальными традициями. В условиях значительной активизации националистических движений и идеологий национальная легитимность предпринимательской деятельности как культурно-исторически преемственной приобретает важнейшее значение. Легитимация предпринимательства в общественном сознании, как полагают авторы настоящей концепции (в особенности — моральная и общекультурная), требует высокой социальной ответственности бизнеса.

Перечисленные формы легитимации предпринимательства по-разному соотносятся с четырьмя основными типами первоначального накопления капитала: “дикой” или “номенклатурной” приватизацией собственности на основные средства производства; арендой с последующим переходом последних в собственность трудовых коллективов предприятий и организаций; накоплением как результатом личной рачительности и бережливости отдельных “трудоголиков” из числа высококвалифицированных рабочих, колхозников, ИТР и представителей интеллигенции; криминальным и полукриминальным обогащением представителей мафиозных группировок и теневого бизнеса.

Каждому из перечисленных типов накопления, являющихся предпосылкой тех или иных типов предпринимательства, соответствуют разные формы легитимации, но при этом, по-видимому, ни один не удостоивается полного общественного признания — на основе всего комплекса показателей легитимности и со стороны всех значимых социальных групп. Это требует особой методики исследования: каждый из типов предпринимательства должен быть протестирован по всем показателям легитимности. Затем, на основе корреляционного анализа, будет дан, с одной стороны, прогноз наиболее вероятных тенденций и реакций массового сознания, с другой — рекомендации по их корректировке в направлении, благоприятствующем проведению назревших общественных реформ.

Определенные формы целенаправленного воздействия потребуются неизбежно: ведь даже на Западе, где предпринимательство явилось органич-



ным продуктом общественного развития, возникла острая проблема его духовной легитимации. В России, с ее традициями сначала патриархальной общинности, а затем корпоративного коллективизма, с присущими общественному сознанию тенденциями к абстрактному морализаторству, социокультурные барьеры на пути предпринимательства так высоки, как, может быть, нигде в мире. К тому же опыт Запада свидетельствует, что даже в наиболее благоприятных условиях самодеятельный образ жизни в рыночном обществе способно вести не более половины трудоспособного населения — остальные требуют различных форм государственной опеки и социальной защиты.

94

В России, где ценностный момент играет едва ли не решающую роль в общественном признании новых институтов и видов деятельности, судьбы предпринимательства в значительной мере зависят от того, состоится ли взаимопонимание предпринимательства и интеллигенции, этих двух полюсов формирующегося среднего класса, один из которых выступает как носитель духовной власти, другой — как средоточие власти экономической. Западная цивилизация пошла по пути разделения этих двух сфер: отделение духовной власти от экономической сыграло не меньшую роль в конституировании западного общества, чем отделение их обеих от государственно-политической сферы. Русская традиция до сих пор тяготела не к разделению, а к синкретизму. В советский период это привело к власти идеологии над экономикой, стремившейся не столько к производству богатства, сколько к обеспечению справедливости в виде принудительной уравнительности.

В перестроечный период, напротив, именно творческая интеллигенция способствовала разрушению социально-психологического табу в отношении предпринимательства, она же активно устремилась в рыночные структуры, становясь субъектом бизнеса. Авторы полагают, что такая установка “властителей дум” является одной из важных предпосылок для окончательного слома антипредпринимательских барьеров в общественном сознании. В силу сказанного в прикладной части исследования выяснению динамики ценностных установок творческой интеллигенции уделяется особое внимание.

\* \* \*

Практический результат реализации программы может заключаться в том, что на основе уточнения “узлов кристаллизации” предпринимательства, выявления экономических, социокультурных и политических барьеров на пути его развития, выяснения реального механизма обеспечения его социальных и политических интересов, определения степени общественной поддержки предпринимательской деятельности будут:

- выработаны вариативные прогнозы развития событий;
- даны практические рекомендации по затрагиваемому кругу проблем в адрес как предпринимательских кругов, так и органов законодательной и исполнительной власти.

Вместе с тем эмпирическая отработка предположений авторов настоящего проекта позволит дать ответ на центральный вопрос: могут ли (и какие



именно) предприниматели выступить в роли силы, интегрирующей общество, объединяющей его вокруг проекта модернизации России на путях сочетания международного опыта рыночной экономики и политической демократии с одной стороны, и отечественных традиций и ценностей — с другой.

### ПРИМЕЧАНИЯ

1. The Art and Science of Entrepreneurship. Amsterdam, 1986; Burch B. Entrepreneurship. N.Y., 1986; Drucker P. Innovation and Assessment of the Competencies of Entrepreneurs. N.Y., 1988; Low M., Macmillan I. Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges. Pennsylvania, 1981; Roberts E. The Personality and Motivation of Technological Entrepreneurs. Boston, 1986; Ronstadt R. Entrepreneurship. Dover, 1984; Stevenson H. Entrepreneurship: a Comparative Study. Norwood, 1979; Верхан П.Х. Предприниматель. Минск, 1992 и др.

2. См.: Агеев А.И. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры. М., 1991.

3. Чтобы убедиться в этом, достаточно в выходные дни из окна пригородной электрички посмотреть на окрестные поля и опушки, с копошащимися на них, вооруженными лопатой и мотыгой инженерами, учеными, рабочими, и сравнить свои нынешние наблюдения с виденным еще каких-нибудь 2–3 года назад.

4. См., например: Buchanan J. Cost and Choice. An Inquiry in Economic Theory. Chicago; London, 1978.

5. См.: Корнаи Я. Дефицит. М., 1990.

6. Наиболее полно характеризующие экономическую деятельность предпринимателя показатели являются переменными величинами (цены, объем производства, инвестиции и т.д.). Поэтому представляется целесообразным исследовать динамику этих переменных. Ее можно уловить с помощью регулярных обследований, в ходе которых задается сравнительно небольшое число вопросов (конъюнктурные и инвестиционные опросы).

7. Не случайно крупнейший концерн топливно-энергетического комплекса "Гермес" объявил в июне с.г. конкурс на лучшие социально-экономические проекты и программы.

8. Проведенное нами пилотажное исследование свидетельствует, что даже среди тех групп населения и лиц, которые в целом положительно относятся к развитию предпринимательства, весьма распространены отрицательные оценки экономической и в особенности социальной деятельности нынешних отечественных бизнесменов.



# ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ КЛАСС В ВОЗРОЖДАЮЩЕЙСЯ РОССИИ\*

А.Ю.Чепуренко

*В статье дается развернутое изложение частично уже реализованного комплексного исследования современного российского предпринимательства. Предлагается расширительная его трактовка как всякой общественной деятельности, способствующей рыночной трансформации российской экономики. Автор резюмирует существующие в отечественной литературе точки зрения на социальное происхождение, типологию, экономическую и политическую активность бизнеса, а также на общественное восприятие предпринимательства, выдвигает собственные версии и гипотезы.*

Кажется, страна вплотную подошла к тому рубежу, на котором пропагандистский лозунг “Россия обязательно возродится” должен быть либо наполнен конкретным содержанием, либо снят с повестки дня за ненужностью. Такая конкретизация возможна лишь в том случае, если ученым удастся, наконец, на основе эмпирических исследований, а не умозрительных схем, найти, а политикам — мобилизовать ту социальную силу, которая способна стать субъектом стратегических преобразований. В годы перестройки на эту роль претендовало — в силу однородности общества, а также традиций российской истории — государство. Но горбачевская революция сверху провалилась, Россия стоит перед дилеммой: предпринять еще одну попытку того же рода, но уже силами посттоталитарного государства, или довериться силам, формирующимся в недрах складывающегося гражданского общества? В данной связи надежды все больше возлагаются на то, что мотором этого процесса мог бы стать современный, динамичный, обладающий стратегическим мышлением, одним словом — цивилизованный предприниматель. В качестве промежуточного варианта рассматривается возможность взаимодействия государства и предпринимателей.

77

Без комплексного анализа предпринимательства, его экономического, социально-политического и духовно-нравственного потенциала в процессе модернизации российского общества, опирающегося на достижения мировой науки (1), данная дилемма не может быть разрешена.

Серьезные научные исследования по предпринимательству между тем, только начинаются. Соответствующее социологическое изучение развернулось лишь с 1991 г. (ВЦИОМ, Институт системных исследований проблем предпринимательства и маркетинга при Совмине России.)

Объектом исследования нашей группы является предпринимательство.

\* Статья представляет собой тезисное изложение исследовательской программы, осуществляемой в Российском независимом институте социальных и национальных проблем при участии В.Автономова, В.Вьюницкого, А.Панарина, Н.Тихоновой и С.Цакунова. Институт развития Москвы и др.), тогда же вышла в свет первая и пока единственная в отечественной литературе монография на эту тему (2).



Предмет изучения — социальные, экономические, политические и социокультурные аспекты предпринимательской деятельности в сегодняшней России. При этом мы стремимся выявить отличительные особенности российского предпринимательства, перспективы его развития, а также дать прогноз возможных сценариев взаимодействия предпринимателей с другими слоями и институтами гражданского общества, столь необходимого для гармонизации потребностей общества и специфических интересов делового мира — во избежание острых социальных коллизий в условиях весьма болезненных преобразований.

В настоящее время среди экспертов, занимающихся проблемами предпринимательства, существуют следующие точки зрения на содержание данного понятия:

1) предпринимательство — специфическая деятельность, связанная с инновациями и риском. Предпринимателями в собственном смысле слова в российском обществе являются лишь те, кто олицетворяет собой синтез экономической самостоятельности, финансовой мощи и технико-технологических новаций;

78

2) предпринимательство — всякая деятельность, направленная на комбинирование факторов производства с целью извлечения дохода. Соответственно, предпринимателем может быть признан всякий субъект, осуществляет ли он сугубо репродуктивные или новаторские функции, лишь бы они способствовали максимизации дохода. В данной трактовке предпринимательство и бизнес выступают как синонимы;

3) предпринимательство — экономический и социокультурный феномен, присущий определенной (западной) цивилизации. В России функции нововведения (изобретатели и т.п.) и “делания денег” (дельцы) отделены друг от друга, а потому предпринимательства как такового не существует.

Авторы данного проекта исходят из того, что в условиях реформации общественно-экономической системы решающим критерием предпринимательства является системообразующий, социально-новаторский характер деятельности. Поэтому в настоящем исследовании применяется расширительная трактовка предпринимательства как типа общественной деятельности, способствующего рыночной трансформации российской экономики — безотносительно к методам, способам и конечным целям, которые при этом преследуют субъекты предпринимательства. Такая трактовка позволяет рассматривать предпринимателей как сложную, внутренне дифференцированную социальную группу, в состав которой входят как собственники, так и управленцы (менеджеры).

Дополнительные аргументы в пользу расширительной трактовки данного понятия видятся нам в следующем. Во-первых, в силу особенностей индустриализации, Россия ныне, как и в начале 20-х годов, представляет собой архимногоукладное общество. В целом мы “застряли” на стадии перехода от первичной ко вторичной индустриализации, хотя весьма широки (и продолжают расширяться) как доиндустриальные уклады (3), так и островки постиндустриализма. Как бы то ни было, в рамках доминирующих индустриальных социокультур выделяются два основных уклада — раннеиндустриальный и позднеиндустриальный. Их “маркетизация” рождает



предпринимателей двух различных типов. Для первого характерно стремление к прибыли, для второго — инновационная деятельность.

Стоп, скажет читатель, где это вы видели, допустим, директора оборонного предприятия, который гонится за прибылью? Его поведение определяется совсем иными приоритетами: сохранить хозяйственные связи, добиться получения дефицитных ресурсов, упрочить свое влияние в местной администрации, поддержать свой соцкультбыт и т.д.! Читатель совершенно прав, но это отнюдь не противоречит нашей трактовке. Ибо, во-вторых, мы исходим из выдвинутой когда-то Дж. Бьюкененом (4) (и развитой в ряде публикаций применительно к нашим условиям В.Найшулем) концепции бюрократического рынка, да еще и дефицитного (5), “прибыль” на котором не всегда является, или может быть выражена, некоей суммой денег. Эта “прибыль” может иметь статусное, политическое или иные измерения.

Исследовательские задачи нашей программы формируются следующим образом:

- выявление степени однородности нарождающегося предпринимательства по социальному происхождению, дифференциации внутри предпринимательского класса;
- исследование социальных функций и степени социальной ответственности деловых людей;
- анализ общественно-политического и общественно-государственного потенциала российского бизнеса;
- выявление возможностей духовной легитимации предпринимательства в современном российском обществе;
- выработка рекомендаций политическим и деловым кругам по оптимизации социальной стратегии.

\* \* \*

Первый вопрос, на который должно ответить исследование в данном разделе: есть ли прочные социальные корни предпринимательского класса в российском обществе, может в силу этого предпринимательская деятельность стать доминирующим видом экономической деятельности, а предприниматели — неотъемлемым элементом социальной структуры общества?

На уровне социального мифотворчества дан целый ряд ответов на этот вопрос:

1) социальных сил, способных породить в нашем обществе предпринимательство, нет и быть не может, ибо необходимые предпосылки его возникновения неорганичны для России, то же, что имеется — не более, чем имитация;

2) предпринимательские круги порождаются практически всеми элементами социальной структуры и стимулируют возникновение новых укладов в российской экономике;

3) предпринимательский класс порождается лишь некоторыми социальными группами и — в зависимости от их стартовых уровней — в нем выделяются уже достаточно различимые отряды и подгруппы, отличающиеся по способам первоначального накопления, размерам используемого капитала, экономическому потенциалу, социальному статусу, возможно-



ствам влияния на общественное мнение, политические процессы, государственные органы и политические партии.

Наиболее правдоподобным нам представляется третий вариант ответа, но в ходе социологических исследований гипотеза будет проверена. При этом, разумеется, будут учтены те точки зрения, которые уже высказаны в нынешних дискуссиях вокруг этого вопроса в научной публицистике. Они, в общем, сводятся к следующим вариантам:

1) Предпринимательство формируется в ходе так называемой номенклатурной приватизации из наиболее динамичных, приспособившихся к новым условиям представителей бывшей партгосноменклатуры, использующей свое положение в системе политической, государственной и хозяйственной власти для закрепления де-юре обычного права и создания первоначального капитала. Главными источниками рекрутирования предпринимателей признаются государственное чиновничество, технократы-управленцы высшего и среднего звена, партийно-комсомольская номенклатура (раньше — КПСС, а теперь — других движений и партий). Яркий пример — К.Ходорковский ("Менатеп"), МНТК "Микрохирургия глаза" во главе с С.Федоровым, руководство ряда коммерческих банков, бирж и т.д.;

80 2) Образование предпринимательского класса — результат легализации "теневой экономики", соответственно по происхождению деловые люди оказываются выходцами из теневого бизнеса (вспомним карьеру А.Тарасова);

3) Разновидностью первых двух ответов является версия, согласно которой предпринимательство возникает в результате "маркетизации" коррумпированных структур, основанных на союзе прежней и новой номенклатуры с "теневой экономикой". Социальными "предками" таких предпринимателей становятся госчиновничество, технократы-управленцы высшего и среднего звена, партноменклатура — включая переметнувшуюся из КПСС в другие партии — и деятели "теневого" бизнеса, вплоть до торгово-распределительной мафии и представителей организованной преступности (дело АНТ, а затем и афера со "140 миллиардами" Г.Фильшина не могут быть рассматриваемы как типичные примеры);

4) Социальные корни и источники предпринимательства связывают с мелким полукриминальным бизнесом или вообще выводят их за грань легальности ("шашлычники", отмывание в мелкой розничной торговле заведомо преступных денег и т.п.). Прародителями современного предпринимательства при подобном варианте ответа оказываются полупреступные или преступные элементы (вариант 4, хотя и обнаруживает известную близость с вариантами 2 и 3, все же не сводится ни к одному из них);

5) Появление предпринимателей является адекватной реакцией на изменение общественных отношений со стороны энергичных, активных людей, прежде всего выходцев из ИТР, научной и творческой интеллигенции, занявшихся легальным бизнесом и честными средствами создавших стартовый капитал для предпринимательской деятельности (такие примеры, действительно, есть, особенно среди фирм, занимающихся высокотехнологичной продукцией, интеллектуальными услугами — программное обеспечение ЭВМ, консультирование, реклама, экспертиза и т.п.);



6) Деловые круги, формирующие новый класс, ведут свое происхождение из кооперативного движения, индивидуально-трудовой деятельности самых разных социальных слоев (вариант: преимущественно выходцы из интеллигенции) — достаточно вспомнить об “МММ” и его главе — С.Мавроди, у которого по-прежнему нет проблем;

7) Комплексный вариант ответа, признающий в той или иной мере правомерными все указанные источники формирования предпринимательского класса.

На наш взгляд, последняя версия наиболее правдоподобна. Кроме того, что “простые” ответы на сложные вопросы, как правило, бывают односторонними, в обоснование комплексного варианта ответа мы хотели бы заметить следующее. Во-первых, необходимо учитывать структурные особенности экономики, во-вторых — стадийно-волнообразный характер первоначального накопления. Исходя из двух названных факторов, в первом приближении могут быть выделены четыре основных предпринимательских группы, существующих и хозяйствующих в рамках своих собственных социально-экономических ниш и оказывающих определенное влияние на складывающуюся здесь обстановку и деловую этику.

Прежде всего, это директора госпредприятий, в ходе номенклатурной приватизации стремящиеся, при сохранении в своих руках управления, превратиться еще и в фактических собственников создаваемых акционерных обществ закрытого типа. Этот слой предпринимательства начал формироваться раньше всех, еще в 1988–1989 гг. Основные сферы, где он наиболее активен — промышленность и торговля. Та общественная модель, которая просматривается как нынешний идеал “промышленного генералитета” — это корпоративный, патерналистский, государственно-монополистический рынок.

Во-вторых, это предприниматели — частные собственники “первой волны”, плод “социалистической горбо-кооперации”. Они смогли составить свои капиталы, пользуясь наличием “черных дыр” в государственной экономике и сосредоточены главным образом в сфере торговли и услуг. В этой среде господствует ориентация на сиюминутный успех, отсутствует долговременная стратегия. Здесь — средоточие “дикого” рынка.

В-третьих, догоняющая маркетизация создала на определенном этапе потребность в инфраструктуре рынка — сети коммерческих банков, бирж, информационных системах. Так, в сфере финансов и распределения начали складываться институты рыночной экономики. Решающую роль в их создании играли, как правило, профессионалы из бывших государственных банковских, финансовых и промышленных предприятий и учреждений, обладавшие организационной идеей и технологическим “ноу-хау”. Именно они, привлекая материальные и финансовые средства госпредприятий и негосударственных структур, стали во главе большинства банков, бирж, страховых и инвестиционных компаний и фактически определяют их стратегию и тактику, номинально будучи лишь наемными управляющими. Формируется социально-партнерская модель рынка в условиях так называемого корпоративного капитализма, когда крупнейшими собственниками выступают тесно сросшиеся через систему взаимного учредительства юридические лица.



В-четвертых, наконец, подпочву вышеназванной группы предпринимателей составят в перспективе только зарождающиеся предприниматели — частные собственники “второй волны”. Это — фермеры, представители отдельных секторов промышленности, коммерциализирующихся НИОКР и интеллектуальных услуг. Доминируют среди них выходцы из ИТР и научно-технической интеллигенции, ориентирующиеся на современную модель демократического венчурного бизнеса.

Отсюда понятно, что весьма различаются социальные и социально-психологические установки, социальная мотивация занятия бизнесом у всех названных групп. В качестве отправной точки необходимо определить, как — согласно или вопреки социальным установкам, доминировавшим в тоталитарном обществе и сознании, — представители деловых кругов начинали заниматься своей нынешней деятельностью. В данной связи требуется выяснить, не видят ли представители нарождающегося предпринимательского класса противоречий между мотивами своей деятельности и принципами социальной справедливости, требованиями социальной полезности труда, общепринятыми\* (традиционными) нравственными нормами. Особо следует остановиться на роли религиозных убеждений. Способны ли исповедуемые в России религии (православие, иудаизм, ислам) сыграть роль, аналогичную западному протестантизму, или отечественные бизнесмены останутся религиозно неопределенными людьми, если вообще не атеистами?

82

Россия — многонациональная страна. Это обстоятельство нельзя не учитывать, если мы желаем получить достоверные представления о предпринимателях. Поэтому, учитывая распространенность в обыденном сознании различных версий национальной предопределенности занятий бизнесом, в том числе отдельными его разновидностями, придется уточнить влияние национальных факторов или национального сознания, реальное или мифологическое, на предрасположенность к предпринимательству или занятие им.

Официально идеология ранее правившей КПСС объявляла предпринимательство вне закона. Принимая во внимание значительное число выходцев из экономических структур бывшего ВЛКСМ среди нынешних деловых людей, целесообразно установить корреляцию между принадлежностью к этой организации и особенно ее хозрасчетно-хозяйственным структурам (центры НТТМ, молодежные производственные объединения и т.п.) и готовностью заняться предпринимательской деятельностью, интересом к ней. Наконец, поскольку часть предпринимателей тяготеет к некоторым новым партиям или даже принадлежит к ним, следовало бы выяснить и то, каково воздействие установок этих политических организаций на мотивацию предпринимательства.

Завершая рассмотрение социальных особенностей предпринимательства, следует оценить степень осознания ими своей социально-экономической идентичности. Речь идет о том, видят ли они какие-либо универсальные закономерности образования их класса? Можно ли вообще говорить, что предпринимательство формируется сегодня как класс? Если нет, то какие социальные группы и на какой основе возникают под этим условным



названием? Наш ответ на эти вопросы фактически содержится в предыдущем изложении, но предстоит еще выяснить, как он соотносится с самооощущением деловых кругов.

В качестве первого шага предполагается выяснить у респондентов, какая из предпринимательских групп определяет сегодня лицо и социальные позиции деловых кругов в глазах общества — крупный, средний или мелкий бизнес — и в каких отраслях экономики? Сопоставив эти оценки с данными статистики, можно найти и оценить разрыв между реальной картиной и самооценкой. В частности, крупный бизнес сегодня существует фактически лишь в непроизводственных отраслях (банки, биржи), и в то же время соответствующие круги делают заявления о том, что они способны решить проблему товарного дефицита, поднять производство и вывести страну из экономического тупика. В данной связи нужно определить, как сами бизнесмены оценивают распределение предпринимательских кругов по отраслям бизнеса (промышленность, торговля, кредитная сфера, биржа, сфера обслуживания), а также по размеру капитала и объему экономической деятельности (крупный, мелкий и средний бизнес).

Принимая во внимание актуальность проблемы приватизации, социальное лицо деловых кругов нельзя определить, не оценив реальное распространение различных форм собственности среди отечественного предпринимательства. Частная собственность в ее непосредственных формах ныне далеко не доминирует, так как преобладают разные формы коллективной собственности, а среди социально-экономических типов — акционеры и пайщики. Однако надо учитывать, что часть из них сочетает права собственности с менеджментом. Поэтому нужны конкретные данные о том, какие формы собственности преобладают ныне среди предпринимательского класса (классическая частная собственность, разновидности скрытой частной собственности — аренда; коллективная — акционерная, долевая или паевая); как влияет на позицию в бизнесе отсутствие собственности на средства производства; какие группы обладают доминирующими экономическими позициями среди деловых кругов.

Необходимо проанализировать региональную и национальную дифференциацию среди предпринимателей. В частности, априори очевидно, что предпринимательский класс формируется и развивается прежде всего в урбанистических регионах (в этом смысле городское предпринимательство значительно превосходит сельское), прежде всего в крупных промышленных центрах и агломерациях; что некоторые национальные группы, особенно связанные родовыми и корпоративными связями, проявляют более высокую активность и более мощно представлены среди новых деловых кругов, чем их доля среди населения. Наконец, выделяются регионы с более высокой и более низкой деловой активностью, что не в последнюю очередь связано с условиями, которые местные власти создают для деловых кругов.

В этой связи нужно выявить, какие регионы сами деловые круги рассматривают как наиболее и наименее благоприятные для своей активности; какие зоны оценивают как центры предпринимательства и по каким причинам; какие национальные группы определяют как наиболее активные в бизнесе и почему. Сопоставив эти субъективные оценки со статистиче-



скими данными, а также с расхожими мифами обыденного сознания других групп населения, можно будет с относительно высокой степенью точности охарактеризовать как особенности самосознания предпринимательства, так и возможные точки напряженности между ним и другими социальными силами.

Не менее важно знать, какие представления об оптимальных условиях собственной деятельности существуют сегодня в предпринимательских кругах. Вероятно, те, кто ведет свое происхождение от госпартноменклатуры, предпочитают “регулируемый рынок”, где сильны позиции государственного управленческого аппарата, который подкармливал эту категорию предпринимательства и, как она надеется — пусть и не бескорыстно — будет продолжать делать это и в дальнейшем; предприниматели, занятые в малых предприятиях, кооперативах и т.д., заинтересованы в сильных позициях государства и его патернализме по отношению к малому бизнесу; крупные банкиры и биржевики стремятся к максимальной свободе рынка и минимальному вмешательству в него любой власти — от центральной государственной до местной муниципальной.

84

Анализ итогов исследования, соотнесенный с данными других опросов, экспертными оценками, теоретической проработкой проблемы, позволит составить представление о социальном портрете отечественного развития, даст возможность определить вероятные направления внутренней социальной мобильности бизнеса, изменения соотношения сил между отдельными его слоями.

\* \* \*

Относительно самостоятельным блоком исследования должна стать тема: “Предпринимательство: экономический аспект (становление рынка и предпринимательский класс)”. Хотелось бы, в первую очередь, выяснить инварианты, постоянные свойства опрашиваемых экономических субъектов (б). Предполагается сосредоточить внимание на параметрах такого, по определению, неустойчивого и неравномерного процесса, каким является предпринимательская деятельность. Предстоит выяснить, насколько внешняя институциональная среда благоприятствует предпринимательству или, наоборот, затрудняет его. При этом, разумеется, результаты исследования должны быть дифференцированы с учетом специфических структурных характеристик самих предприятий — отраслевой принадлежности, функциональной роли, стадии жизненного цикла и некоторых других.

Эволюция всякого предприятия проходит несколько стадий:

- 1) зарождение предпринимательской идеи, организация производства;
- 2) проникновение на рынок;
- 3) временная монополия — при условии, что удалось занять свою нишу;
- 4) борьба с появляющимися конкурентами. Каждая стадия характеризуется своим набором проблем, стоящих перед предпринимателем.

Для первой стадии главное — получение информации, возможность приобрести права собственности на техническую новинку (патентная защита), способности и связи самого предпринимателя, подбор квалифицирован-



ной и работоспособной команды. Для второй — получение финансирования, приобретение различных факторов производства, что в наших условиях представляет собой особо сложную проблему, реклама. На этой стадии предприятие, как правило, еще не дает прибыли. Проблемы третьей стадии связаны с расширением производства, с капиталовложениями и правильной ценовой политикой, позволяющей как можно дольше держать потенциальных конкурентов в отдалении. Наконец, на четвертой стадии необходимо внедрение очередной “новой комбинации”.

Исследование должно, при всей условности приведенной периодизации, выявить, на какой стадии находится подавляющее большинство отечественных предприятий, а также отдельных их групп (мелкий и средний — крупный бизнес, производство средств производства — производство предметов потребления и т.п.), с тем чтобы выработать обоснованные рекомендации по государственной поддержке предпринимательства, приоритетным формам и направлениям промышленной политики. Последняя, на наш взгляд, абсолютно необходима, ибо бюрократический рынок маловосприимчив к импульсам сугубо монетаристской экономической политики государства.

Текущий момент в российской экономике характеризуется политическими факторами (и в самой России, и в межгосударственных отношениях, в первую очередь, со странами СНГ и государствами Прибалтики), так и с собственно экономической ситуацией (здесь главную роль играет инфляция, а также невозможность проводить твердую последовательную экономическую политику при упомянутой выше политической неустойчивости). Очевидно, что в таких условиях капиталовложения предпринимателей направляются прежде всего в те сферы, где они могут достаточно быстро окупиться — в торговлю, услуги, информационное и финансовое посредничество. Можно предположить, что именно эти сферы деятельности представляют собой основной источник дохода для непропорционально большой группы предпринимателей. Кроме того, весьма вероятно, что относительно низкой окажется доля предпринимателей, намеревающихся в ближайшее время осуществлять производственные инвестиции, хотя на их продукцию есть спрос, а существующие мощности сильно загружены. В то же время более популярными могут оказаться финансовые инвестиции (для предприятий, не принадлежащих к финансовым посредникам). Вероятно также, что срок окупаемости первоначальных вложений в фирму в России окажется на порядок меньше, чем в западных странах. Эта тенденция не позволит предпринимателям существенно увеличить свой спрос на трудовые ресурсы.

Большой интерес представляет вопрос, в какой мере эти неблагоприятные для общей экономической конъюнктуры явления затронут предприятия разных форм собственности. В частности, важно выяснить, имеют ли здесь частные и кооперативные предприятия преимущество перед арендными и принадлежащими трудовому коллективу, как это утверждает экономическая теория, или, наоборот, большая свобода рук собственника толкает его на более жестокое следование своим материальным интересам, а большая ответственность не позволяет рисковать вложенными средствами?

Другая важная проблема — поведение крупных и мелких предприятий.



Позволяют ли большие финансовые возможности и связи крупных предприятий идти “против течения” и увеличивать инвестиции? Если это действительно так, то напрашивается принятие системы мер, которая облегчила бы производственные капиталовложения мелкого бизнеса.

Хорошо известно, что пока еще сил и влияния нарождающихся рыночных институтов (коммерческих банков, товарных и фондовых бирж, страховых компаний, бирж труда и т.п.) недостаточно для того, чтобы обслужить соответствующие потребности производства, обмена и распределения. Предстоит выяснить, какие по размерам и формам собственности фирмы пользуются их услугами, а каким это не по средствам. На этой основе возможна выработка рекомендаций по селективной социально-экономической политике государства. В частности, можно предложить ряд мер, направленных на создание наиболее благоприятных условий для экономической деятельности именно тех слоев предпринимательства, которые формируют здоровую конкурентную рыночную среду и способствуют насыщению потребительского рынка.

86

Среди факторов, противодействующих расширению производства, первое место, скорее всего, займут факторы предложения (дефицит товаров производственного назначения и кредитных ресурсов), а не спроса. Если это так, то по результатам исследования монетаристскую компоненту экономической реформы следует рекомендовать дополнить некоторыми мероприятиями, направленными на стимулирование производства — расширение лизинга, создание технопарков и технополисов, избирательная налоговая политика и т.д.

Третий крупный раздел исследования — “Предприниматели и общество”. В центре внимания — проблема модернизаторского потенциала предпринимательства, взаимоотношений предпринимателей с другими крупными и влиятельными социальными группами, анализ противоречий между ними и возможностей социального партнерства, а также оценка с учетом этого идущих в обществе дискуссий о социальной роли предпринимательства; в качестве особой подтемы заслуживает внимания вопрос об отношениях между российским и зарубежным бизнесом. Прежде всего необходимо выяснить, насколько последовательно разделяют предпринимательские круги установку на структурную реконструкцию промышленности и народного хозяйства в целом, приобщение к авангардным отраслям научно-технического прогресса и технологиям XXI в. Пока, по экспертным оценкам, далеко не все слои предпринимательства руководствуются этой целью. В частности, в сфере экспортно-импортных операций подвизаются структуры, фактически сохраняющие установку на сырьевую специализацию страны. Вместе с тем есть и представители деловых кругов, практически народного хозяйства, формирующие его новую инвестиционную политику и систему приоритетов.

Учитывая эти противоречивые тенденции, целесообразно выяснить, каково отношение самих предпринимательских кругов к проблемам научно-технической модернизации, какие ее направления считаются приоритетными, в какие сами респонденты вносят вклад — в качестве ли инвесторов, заказчиков научно-технических проектов, покупателей патентов, лицензий или ноу-хау, спонсоров.



Вопрос о модернизаторском потенциале новых предпринимательских кругов, их участии в обновлении научно-технической и технологической базы промышленности целесообразно поставить и перед экспертами-представителями научно-технических и промышленных организаций (Союз научно-технических обществ, Научно-промышленная конфедерация, Технологическая академия и т.д.). Экспертные оценки, очевидно, позволят скорректировать представления, вытекающие из самооценки представителей деловых кругов.

Особого внимания заслуживает вопрос о реформаторском потенциале российского предпринимательства. Если судить по высказываниям некоторых предпринимателей (К.Боровой, В.Неверов), то они, без сомнения, считают себя последовательно реформаторской силой и более того — единственным оплотом реформ в стране. Вместе с тем целостной концепции социальных и экономических преобразований новорожденный класс пока не имеет (7), хотя о претензиях на социальное лидерство заявляет.

Из-за этих претензий “новые” деловые круги вступают в известные противоречия с государственным чиновничеством и “старыми” управленцами-технократами, которые сегодня — в лице наиболее авторитетных представителей — претендуют на роль идеологов и лидеров реформ (конфликт К.Боровой — Г.Попов). Дискуссии вокруг программ 400 и 500 дней, вокруг концепций И.Силаева и Г.Явлинского, Б.Ельцина и Е.Гайдара в свое время в значительной степени отразили это противоречие; в концентрированном виде оно находит отражение и в спорах сторонников “номенклатурной” и “рыночной” приватизации.

В качестве рабочей гипотезы, раскрывающей суть подхода предпринимательских кругов к реформам и их споров по этому поводу с другими социальными силами, можно предложить следующее объяснение: предприниматели в качестве главного звена реформы рассматривают определенный вариант изменения отношений собственности. Это — выражение их общего корпоративного интереса и причина столкновений с другими социальными силами, заинтересованными в иных решениях этого центрального вопроса.

Чтобы уточнить позицию деловых кругов России по вопросам реформы, целесообразно выяснить их мнение относительно того, что составляет суть реформы, какие силы препятствуют его прогрессивному решению, а какие способствуют. Сопоставление ответов представителей различных сторон предпринимателей позволит выявить столкновение (в более мягком варианте — расхождение) их интересов.

Особый вопрос — взаимоотношения предпринимателей и лиц наемного труда. Сегодня они и их организации являются наиболее решительными критиками экономических реформ и противниками их социальных последствий. И хотя экономические отношения между ними еще фактически не установлены (основным нанимателем по-прежнему является государство и его органы, на втором месте стоят крупные, номинально коллективные предприятия), в будущем, по мере расширения занятости в частном секторе, можно ожидать и увеличения числа трудовых конфликтов между предпринимателями и наемными работниками. Это противоречие между социальной ситуацией и предзаданной идеологической установкой может усиливаться



во многом сознательно политическими организациями ортодоксально-марксистского толка и традиционными профсоюзами.

В ходе исследования необходимо выяснить, считают ли представители как предпринимательства, так и наемного труда отношения купли-продажи труда уже сложившимися или складывающимися: расценивают ли себя в качестве эксплуататоров чужого труда (эксплуатируемых); если не считают отношения сложившимися, а себя эксплуататорами (эксплуатируемыми), то чем объясняют негативное отношение к предпринимательскому классу со стороны известной части рядовых граждан (8).

По всему кругу отношений деловых кругов и лиц наемного труда будут выявлены позиции лидеров профессиональных союзов и объединений, политических партий, претендующих на представительство интересов, не вовлеченных в собственный бизнес категорий населения, благотворительных фондов (последнее — для выяснения участия предпринимателей в защите наименее социально защищенных групп и слоев).

Один из наиболее острых вопросов — привлечение к участию в переустройстве России иностранного капитала. Отношение к нему со стороны разных отечественных социальных и политических кругов, в том числе и российских предпринимателей, весьма различно.

88 Как нам представляется, та часть предпринимательских групп и слоев, которая обладает монопольным положением на внутреннем рынке (т.е. прежде всего ведущая свое происхождение от госпартноменклатуры), с опасениями воспринимает возможность прихода серьезного зарубежного капитала и стремится этому воспрепятствовать.

Более благосклонны к иностранному капиталу представители тех деловых кругов, которые участвуют в совместных предприятиях и проектах. Они, насколько можно предположить, заинтересованы в предоставлении финансовых, налоговых и правовых льгот той части иностранного капитала, которая идет на контакты с ними, но не иностранному капиталу как таковому.

Очевидно, что предприниматели в целом будут приветствовать приток крупных инвестиций и передовых технологий в смежные с ними отрасли народного хозяйства, но не желали бы видеть зарубежных партнеров в качестве конкурентов на своих собственных “делянках”, а также в наиболее перспективных регионах.

Среди тех, кто приветствует приход иностранного капитала в любых формах и любой ценой — включая ценой осложнений для отечественного бизнеса — высшее чиновничество и отражающие его интересы политики и общественные деятели.

Однозначно негативное отношение к притоку капитала из-за рубежа выскажут, скорее всего, занятые в неконкурентноспособных отраслях, технократы, значительная часть ИТР, рабочие, управленческий персонал, военнослужащие, пенсионеры. Опрос позволит выяснить, насколько справедлива гипотеза.

\* \* \*

Четвертый относительно самостоятельный раздел программы — “Политическая активность российских предпринимателей”.



Основными целями исследования являются измерение политической активности предпринимательского слоя в целом и его основных групп; выявление структуры их политических интересов и приоритетов, форм политической самоорганизации, основных методов реализации своих интересов через политические институты, а также подготовка рекомендаций правительственным органам по выработке ориентации предпринимательства на основе прогноза динамики их политической активности в ближайшей перспективе.

Достижение этих целей требует анализа материалов периодической печати, радио и телевидения, относящихся к политическим аспектам деятельности российского предпринимательства, изучение стенограмм и документов съездов партий, союзов и ассоциаций, ориентирующихся на поддержку предпринимательства, проведение интервью с представителями различных групп предпринимательства по специально подготовленной анкете, отражающей цели исследования, опрос специалистов-экспертов, занимающихся проблемами предпринимательства. Особого внимания заслуживает вопрос о характеристике скрытых форм политической деятельности предпринимательства, решение которого, в виду строгой конфиденциальности информации, крайне затруднено.

Предстоит выяснить, насколько те или иные события в стране оказывают влияние на состояние политической активности предпринимательства. В частности, необходимо проверить степень воздействия августовских событий 1991 г. на изменение отношения предпринимателей к исполнительной и законодательной власти. Если до августа 1991 г. большинство предпринимателей занимали достаточно пассивную позицию в отношении непосредственного участия в политической жизни, то поддержав открыто Б.Н.Ельцина и его сторонников, они получили реальную возможность оказать воздействие на ход политических и экономических преобразований в стране. Исследование, видимо, покажет высокую степень политических ожиданий предпринимателей от демократической власти в этот период.

Следующим крупным событием, повлиявшим на развитие политической активности предпринимателей, вероятно, станет непосредственная подготовка к привлечению иностранного капитала. В этот период возникли первые острые конфликты с исполнительной властью, показавшие, что для защиты своих интересов в сфере экономики предприниматели готовы использовать и политические средства.

Наконец, либерализация цен и начало реальной экономической реформы в начале 1992 г., по-видимому, были тем моментом, который обозначил стремление предпринимателей стать активными и полноправными субъектами политической жизни в ближайшей перспективе. Предстоит выяснить, как повлияли указанные события на изменение приоритетов предпринимательского слоя, насколько созрела их готовность к активным политическим действиям в качестве обособленной и организованной силы.

Одновременно с изучением динамики политической активности предпринимателей предполагается исследовать ее формирующуюся структуру. Авторы проекта исходят из того, что сегодня нецелесообразно говорить о наличии единых политических интересов предпринимательства в целом. В среде предпринимательства формируются группы, отличающиеся по своим



политическим ориентациям, степени взаимодействия с политическими институтами, формам и методам политического давления. Предварительно можно предположить, что будет выявлено по крайней мере три подобные группировки:

1) представители так называемого директорского корпуса крупных госпредприятий. По уровню возможностей воздействия на исполнительную власть эта группа находится в особом, привилегированном положении, позволяющем достаточно легко решать возникающие проблемы. Они заинтересованы в сохранении бюрократизированной государственной власти, экономического монополизма, умеренном реформировании экономики и системы государственного регулирования "сверху". Политическим представителем данной группы является Всероссийский союз "Обновление" во главе с А.Владиславлевым;

2) те, кто за последние годы сумел накопить или сконцентрировать большие капиталы в сфере торгово-посреднических операций и биржевой игры. Эта группа способна составить серьезную конкуренцию первой группе и обладает большой экономической мобильностью. Данная группа не так сильно связана с господствующей политической элитой, как первая, зато обладает гораздо большими финансовыми возможностями для того, чтобы воздействовать на исполнительную и законодательную власть, а следовательно, постепенно накапливает значительный политический потенциал. Формируемая К.Боровым Партия экономической свободы выражает в известной мере политические приоритеты данной группы;

3) представители мелкого и среднего бизнеса. Совокупность неблагоприятных экономических факторов (отсутствие возможностей быстро увеличивать свои капиталы, трудности с оборудованием и кредитами, незаинтересованность государства в оказании помощи или в поддержке) заставляют эту группу предпринимателей искать собственное место на политической сцене, энергичнее вставать на путь политической самоорганизации. Одна из организаций, претендующих на то, чтобы быть выразителем интересов малого и среднего бизнеса, — Партия свободного труда.

В ходе исследования будут рассмотрены основные направления политической активности предпринимательского слоя, отношение к состоянию политической ситуации в стране, к политике Президента и правительства, действиям парламента России. Предстоит оценить готовность различных групп предпринимателей заняться непосредственной политической деятельностью ради защиты своих интересов и достижения специфических целей.

Предполагается, что в результате исследования будет расставлен своеобразный рейтинг основных политических организаций, которые, по мнению предпринимателей, могут успешно отстаивать их интересы в ближайшем будущем. Анализ же экономических и политических программ партий, ассоциаций, союзов, ориентирующихся на поддержку предпринимательства, покажет, насколько эти структуры осознают себя как силу, призванную выполнить социально-политический заказ предпринимательских кругов.

Особого внимания требует в данной связи анализ документов и деятельности таких организаций, как движение "Демроссия", Движение демокра-



тических реформ, Демократическая партия России, Партия конституционных демократов, Социал-демократическая партия, Российский союз частных собственников, Московская конвенция предпринимателей, Биржевой союз, Конгресс бирж, Союз арендаторов и предпринимателей, Ассоциация деловых кругов России и некоторые другие.

Прогноз динамики политической активности предпринимателей требует провести изучение отношения различных их групп к наиболее известным политическим деятелям России. Весьма полезно будет добавить к этому оценку возможностей выдвижения из среды предпринимателей своих политических лидеров и вероятности занятия ими крупных постов в правительстве. В результате абстрактная программа реформ сможет быть скорректирована и "оживлена" с учетом позиций, занимаемых крупными реальными политиками.

В то же время, отдавая себе отчет в относительной узости социальной базы политических партий и движений, выражающих интересы тех или иных групп предпринимателей, — ввиду несформированности средних слоев, а также глубокой политической апатии, овладевшей населением, мы считаем, что основное внимание следует все же уделить нетрадиционному, неформальному исследованию механизмов, процедур и своеобразного "кодекса чести" лоббизма. Тем более, что в политическое лоббирование интересов предпринимательства органично перерастает имманентный системе бюрократического рынка торг за ресурсы.

Учитывая, что в нынешней быстро меняющейся хозяйственно-политической ситуации лоббирование интересов предпринимателей на парламентском уровне менее эффективно, чем в аппарате Президента, правительства или на местном уровне, следовало бы основное внимание уделить именно лоббизму в исполнительных структурах. В данной связи тщательному анализу подлежит история возникновения, прохождения и принятия важнейших Указов Президента и распоряжений правительства по хозяйственно-политическим вопросам, а также деятельность в правительстве выдвиженцев различных групп предпринимателей.

При изучении содержания политической активности предпринимателей особое внимание будет уделено двум конфликтам, которые разрешались при помощи политических средств. Во-первых, речь идет о конфликте между исполнительной властью и предпринимателями при осуществлении экономических преобразований в государственном секторе (приватизация, конверсия, акционирование), а также при реализации жестких антиинфляционных и антикризисных мер. Предстоит оценить, насколько серьезно и глубоко затронул данный конфликт интересы предпринимателей и какого рода действия можно ожидать от них в дальнейшем.

Во-вторых, нарастают противоречия внутри самого предпринимательского слоя, а также между национальным и иностранным капиталом. Речь идет о стремлении одних уравнивать, а других — сохранить неравные стартовые условия, существовавшие при начале экономических преобразований. В ходе исследования предстоит выяснить причины данного конфликта, степень его глубины и возможности достижения консенсуса в рамках предпринимательского слоя политическими методами.



По результатам данного раздела логичным выглядел бы прогноз приоритетных направлений политической активности со стороны различных групп предпринимателей в краткосрочной перспективе, а также рекомендации по более эффективному обратному воздействию государственных структур на бизнес. Такое воздействие совершенно необходимо в целях консолидации социальной базы и нахождения разумных политических компромиссов, обеспечивающих поступательный ход реформ.

\* \* \*

Заключительный раздел исследования — “Легитимация предпринимательства в обществе”. В данном разделе речь идет о существующих социокультурных барьерах на пути развития предпринимательства и рынка, в России, а также о рекомендациях по их специфической общественной ценности.

Представляется необходимым:

- выявить социокультурные и социально-психологические предпосылки предпринимательства;
- определить его роль в обновлении культуры;
- предложить различные варианты устранения барьеров на пути предпринимательства — традиционных (культуроведческих), институциональных, социально-психологических, идеологических.

Понятие “барьеры” мы интерпретируем в духе теории предпринимательства как деятельности, которая всегда вступает в противоречие с некоторыми традиционными нормами, позициями и статусами, интересами. Поскольку новое легче внедряется на периферии традиционных норм, постольку выявление норм социальной, национальной, региональной, профессиональной, культурной и т.д. среды дает основания для прогнозирования степени проницаемости и высоты соответствующих барьеров. Отсюда — возможность выработки рекомендаций в отношении наиболее предпочтительных направлений “миграции” предпринимательства в обход барьеров.

Что касается позиций и интересов, то эти барьеры, как свидетельствует мировой опыт, бизнесу более целесообразно преодолевать путем адаптации к ним, мимикрии с целью постепенной интеграции.

По мнению авторов проекта, перспектива преодоления барьеров зависит от стратегии развития рыночных реформ в России. “Прорастание” предпринимательства “снизу”, в виде массовой экономической самодеятельности, будучи процессом медленным и постепенным, может привести к постепенному и органичному размыванию этих барьеров. “Внедрение” предпринимательства “сверху”, предполагающее социально-психологическое насилие, грозит обернуться стойким массовым неприятием его; в результате возрастает вероятность нового гражданского конфликта.

Для прогнозирования степени общественной толерантности к предпринимательству необходимо выяснение позиций лидеров общественного мнения. Легитимность предпринимательства в их сознании предполагается исследовать по следующим линиям, отражающим различные уровни общественной легитимации предпринимательства



— моральный — его принятие на основе критериев нравственности и социальной справедливости. Очевидно, в российском обществе присутствует моральная легитимация предпринимательства как паразитической деятельности, основанной на присвоении результатов чужого труда;

— цивилизационный — признание исторических перспектив предпринимательства как деятельности, соответствующей магистральным тенденциям общественного прогресса и структурным сдвигам “постиндустриального общества”. Цивилизационная легитимация требует, следовательно, общественного консенсуса относительно стратегии модернизации России;

— общекультурный — его совместимость с ценностями нерыночного порядка — стремлением к повышению собственного культурного и образовательного уровня, потребностью жить в высокодуховном обществе, располагать наполненным досугом. В данной связи, по всей видимости, должны быть развеяны небеспочвенные опасения некоторых слоев населения о враждебности предпринимательства некоторым формам духовного производства, в первую очередь искусству;

— национальный — готовность массового сознания признать связь ценностей предпринимательства с национальными традициями. В условиях значительной активизации националистических движений и идеологий национальная легитимность предпринимательской деятельности как культурно-исторически преемственной приобретает важнейшее значение. Легитимация предпринимательства в общественном сознании, как полагают авторы настоящей концепции (в особенности — моральная и общекультурная), требует высокой социальной ответственности бизнеса.

Перечисленные формы легитимации предпринимательства по-разному соотносятся с четырьмя основными типами первоначального накопления капитала: “дикой” или “номенклатурной” приватизацией собственности на основные средства производства; арендой с последующим переходом последних в собственность трудовых коллективов предприятий и организаций; накоплением как результатом личной рачительности и бережливости отдельных “трудоголиков” из числа высококвалифицированных рабочих, колхозников, ИТР и представителей интеллигенции; криминальным и полукриминальным обогащением представителей мафиозных группировок и теневого бизнеса.

Каждому из перечисленных типов накопления, являющихся предпосылкой тех или иных типов предпринимательства, соответствуют разные формы легитимации, но при этом, по-видимому, ни один не удостоивается полного общественного признания — на основе всего комплекса показателей легитимности и со стороны всех значимых социальных групп. Это требует особой методики исследования: каждый из типов предпринимательства должен быть протестирован по всем показателям легитимности. Затем, на основе корреляционного анализа, будет дан, с одной стороны, прогноз наиболее вероятных тенденций и реакций массового сознания, с другой — рекомендации по их корректировке в направлении, благоприятствующем проведению назревших общественных реформ.

Определенные формы целенаправленного воздействия потребуются неизбежно: ведь даже на Западе, где предпринимательство явилось органич-



ным продуктом общественного развития, возникла острая проблема его духовной легитимации. В России, с ее традициями сначала патриархальной общинности, а затем корпоративного коллективизма, с присущими общественному сознанию тенденциями к абстрактному морализаторству, социокультурные барьеры на пути предпринимательства так высоки, как, может быть, нигде в мире. К тому же опыт Запада свидетельствует, что даже в наиболее благоприятных условиях самодеятельный образ жизни в рыночном обществе способен вести не более половины трудоспособного населения — остальные требуют различных форм государственной опеки и социальной защиты.

94

В России, где ценностный момент играет едва ли не решающую роль в общественном признании новых институтов и видов деятельности, судьбы предпринимательства в значительной мере зависят от того, состоится ли взаимопонимание предпринимательства и интеллигенции, этих двух полюсов формирующегося среднего класса, один из которых выступает как носитель духовной власти, другой — как средоточие власти экономической. Западная цивилизация пошла по пути разделения этих двух сфер: отделение духовной власти от экономической сыграло не меньшую роль в конституировании западного общества, чем отделение их обеих от государственно-политической сферы. Русская традиция до сих пор тяготела не к разделению, а к синкретизму. В советский период это привело к власти идеологии над экономикой, стремившейся не столько к производству богатства, сколько к обеспечению справедливости в виде принудительной уравнительности.

В перестроечный период, напротив, именно творческая интеллигенция способствовала разрушению социально-психологического табу в отношении предпринимательства, она же активно устремилась в рыночные структуры, становясь субъектом бизнеса. Авторы полагают, что такая установка “властителей дум” является одной из важных предпосылок для окончательного слома антипредпринимательских барьеров в общественном сознании. В силу сказанного в прикладной части исследования выяснению динамики ценностных установок творческой интеллигенции уделяется особое внимание.

\* \* \*

Практический результат реализации программы может заключаться в том, что на основе уточнения “узлов кристаллизации” предпринимательства, выявления экономических, социокультурных и политических барьеров на пути его развития, выяснения реального механизма обеспечения его социальных и политических интересов, определения степени общественной поддержки предпринимательской деятельности будут:

- выработаны вариативные прогнозы развития событий;
- даны практические рекомендации по затрагиваемому кругу проблем в адрес как предпринимательских кругов, так и органов законодательной и исполнительной власти.

Вместе с тем эмпирическая отработка предположений авторов настоящего проекта позволит дать ответ на центральный вопрос: могут ли (и какие



именно) предприниматели выступить в роли силы, интегрирующей общество, объединяющей его вокруг проекта модернизации России на путях сочетания международного опыта рыночной экономики и политической демократии с одной стороны, и отечественных традиций и ценностей — с другой.

### ПРИМЕЧАНИЯ

1. The Art and Science of Entrepreneurship. Amsterdam, 1986; Burch B. Entrepreneurship. N.Y., 1986; Drucker P. Innovation and Assessment of the Competencies of Entrepreneurs. N.Y., 1988; Low M., Macmillan I. Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges. Pennsylvania, 1981; Roberts E. The Personality and Motivation of Technological Entrepreneurs. Boston, 1986; Ronstadt R. Entrepreneurship. Dover, 1984; Stevenson H. Entrepreneurship: a Comparative Study. Norwood, 1979; Верхан П.Х. Предприниматель. Минск, 1992 и др.

2. См.: Агеев А.И. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры. М., 1991.

3. Чтобы убедиться в этом, достаточно в выходные дни из окна пригородной электрички посмотреть на окрестные поля и опушки, с копошащимися на них, вооруженными лопатой и мотыгой инженерами, учеными, рабочими, и сравнить свои нынешние наблюдения с виденным еще каких-нибудь 2–3 года назад.

4. См., например: Buchanan J. Cost and Choice. An Inquiry in Economic Theory. Chicago; London, 1978.

5. См.: Корнаи Я. Дефицит. М., 1990.

6. Наиболее полно характеризующие экономическую деятельность предпринимателя показатели являются переменными величинами (цены, объем производства, инвестиции и т.д.). Поэтому представляется целесообразным исследовать динамику этих переменных. Ее можно уловить с помощью регулярных обследований, в ходе которых задается сравнительно небольшое число вопросов (конъюнктурные и инвестиционные опросы).

7. Не случайно крупнейший концерн топливно-энергетического комплекса "Гермес" объявил в июне с.г. конкурс на лучшие социально-экономические проекты и программы.

8. Проведенное нами пилотажное исследование свидетельствует, что даже среди тех групп населения и лиц, которые в целом положительно относятся к развитию предпринимательства, весьма распространены отрицательные оценки экономической и в особенности социальной деятельности нынешних отечественных бизнесменов.