

**И.В.Василенко, Н.В.Дулина, В.Д.Токарев**

## **СОЦИАЛЬНЫЕ УСТАНОВКИ МОЛОДЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ**

Авторы работают на кафедре "История культуры и социология" Волгоградского государственного университета.

**ВАСИЛЕНКО Инна Викторовна** — старший преподаватель;

**ДУЛИНА Надежда Васильевна** — доцент, заведующая кафедрой;

**ТОКАРЕВ Василий Дмитриевич** — старший преподаватель.

Сегодня принято считать, что именно молодые бизнесмены являются движущей силой экономических, социальных и политических перемен в российском обществе. С молодежным предпринимательством связываются надежды на дополнительные рабочие места, возможность получить хорошо оплачиваемую, интересную работу.

Каковы социальный состав и интересы молодых коммерсантов? Этот вопрос изучался в рамках социологического исследования предпринимателей Волгограда. Исследование проводилось осенью 1994 года. При отборе объектов репрезентации использовалась механическая 20-процентная выборка. Отобрано 618 предприятий. Опрашивались руководители предприятий и фирм. Возраст респондентов — до 35 лет. Объем выборки — 103 респондента.

Состав молодых предпринимателей достаточно однороден. 68% имеют высшее образование, 23% — среднее специальное. До начала предпринимательской деятельности 45% были инженерно-техническими работниками, 15% — служащими и около 5% — студентами. Лишь 12% были рабочими. Таким образом, основным источником формирования группы предпринимателей является, по нашим данным, социальный слой интеллигенции. Вероятно, нет достаточных оснований для вывода о пополнении слоя предпринимателей в основном интеллигентами, поскольку в выборку включены только руководители фирм. Понятно, что высшее образование является одним из условий успешного управления организацией. Однако тот факт, что примерно каждый десятый руководитель — вчерашний рабочий, свидетельствует, что этот род деятельности еще не приобрел профессионального характера. Скорее всего, для молодого предпринимателя важны не столько высшее образование и интеллект, сколько деловая активность и гибкость мышления. Немаловажно и то обстоятельство, что 70% "молодежного бизнеса" — это предприятия с численностью сотрудников до 10 человек.

Основными формами собственности обследованных предприятий являются акционерные общества (66%). Преобладает торговый профиль молодежных фирм (57%). Производством занимаются 10% предприятий, остальные заняты в сфере строительства (9%) и обслуживания (6%). Выбор профиля фирмы, по мнению руководителей, определяется главным образом наличием опыта и возможностью относительно просто и быстро заработать деньги.

*Таблица 1*

### **Мотивы предпринимательской деятельности**

Цели создания фирмы	Процент опрошенных
Независимость	91
Хороший заработок	68
Реализация профессиональных качеств	37
Реализация личных качеств	20
Реализация организаторских способностей	17
Близкие по духу сотрудники	16
Деловая репутация	12
Престижная должность	-
Решение важных жизненных проблем	-

Что привлекает молодых людей в бизнес? Данные опроса показывают, что большое значение имеет материальная и моральная независимость, которая, по мнению 74% опрошенных, является необходимым условием их самореализации. Менее всего значимы для респондентов ценности, считающиеся традиционными для российского общества: приоритет общественных интересов, должностной престиж.

Молодые бизнесмены на первое место ставят ценности, не зависящие от должности и образования — семью, дом, друзей, интересную работу, которая к тому же дает возможность нормально жить. Гораздо реже упоминаются мотивы, которые должны были бы, согласно общему мнению, "двигать" бизнесменами — деловые связи, жизнь "на виду", репутация "крутого предпринимателя" (табл. 1). Возможно, здесь сказываются моральные соображения, смещающие ответы в сторону "одобряемых норм", но в любом случае речь идет о значимых факторах поведения.

Диапазон ценностных ориентации характеризуется также представлениями бизнесменов об удачно сложившейся жизни.

Признаки хорошо сложившейся жизни напоминают "американский" стандарт: помимо материальной независимости, олицетворяющей современное стремление к свободе, наиболее значимыми факторами являются семья, ее внутреннее благополучие, благоприятный семейный микроклимат (табл. 2). При социализме жизненный успех, как правило, связывался с работой, с трудовым коллективом и лишь косвенно — с семьей. Ныне удачный брак, хорошие взаимоотношения в семье рассматриваются предпринимателями как первое условие спокойствия и делового благополучия.

Все это определяет требования к жизни, образ мышления и тип поведения молодых предпринимателей. Люди, относящиеся к этому социальному слою, имеют свои, достаточно своеобразные ценностные ориентации, социальные установки, систему мотивов и потребностей. Специфика стиля поведения молодых предпринимателей характеризуется, прежде всего, замкнутостью их социальной сферы. Связи этого социального слоя с внешней средой весьма ограничены.

Таблица 2

#### Представления об удачно сложившейся жизни

Характеристика жизненного успеха	Процент опрошенных
Материальная независимость	75
Любовь и взаимопонимание в семье	48
Верные друзья	42
Удачный брак	41
Интересная работа	15
Обширный круг знакомых	13
Репутация честного человека	12
Высокая культура	10
Широкие материальные возможности	10
Престижная работа	5
Репутация делового человека	5
Другое	3

Большинство предпринимателей рассчитывают только на себя (59%), на своих друзей и знакомых (20%), на родственников (11%). Как уже говорилось, преобладающим мотивом для занятий бизнесом являются личное устремление, желание стать независимым, возможность иметь достойный уровень жизни.

46% опрошенных считают, что они не должны заниматься политикой, а 21% затруднились ответить на этот вопрос. У большинства нет желания участвовать в разработке и принятии управленческих решений на местном уровне. Напротив, они сосредоточены на частных проблемах, непосредственно связанных с их коммерческой или производственной деятельностью.

Ориентация молодых предпринимателей на "свой круг" отчетливо проявляется в кадровой политике фирмы. При приеме кандидата на работу наибольшее значение, по

мнению опрошенных, имеют личное знакомство с кандидатом (49%), рекомендации партнеров (26%), родственные связи (22%); 21% отметили конкурсный отбор.

Таким образом, выбор основывается преимущественно на субъективных суждениях и доверии к рекомендациям знакомых. Такие критерии, как уровень квалификации, образование, опыт работы по специальности, обычно не используются. 70% сотрудников в "молодежном бизнесе" рекомендованы друзьями и знакомыми. Роль службы занятости, объявлений в газетах незначительна. Например, по объявлениям набирают кадры 6% респондентов.

Таблица 3

#### Обстоятельства создания собственной фирмы

"К кому вы обращались за помощью при создании собственной фирмы?"	Процент опрошенных
Действовал в одиночку	21
Нашел единомышленников	50
Объединился с родственниками	15
Оказали помощь друзья	11
Взял ссуду в банке	2
Не ответили	3

Примечательно, что коллективы большинства фирм стабильны. По мнению 79% опрошенных, кадры меняются достаточно редко. Наиболее значимыми факторами стабильности, на наш взгляд, являются следующие: коллектив состоит, главным образом, из родственников, знакомых и единомышленников; у большинства сотрудников нет возможности достаточно легко сменить место работы; в коммерческой фирме можно проявить себя, стать независимым; отношения между сотрудниками и руководителем в условиях небольшого молодежного предприятия более демократичны, здесь редко проявляются авторитарность и деспотизм.

Руководителям малых фирм нужны люди, которым они доверяют. Создание устойчивых отношений внутри предприятия часто оказывается более значимым, чем профессиональные качества кандидата. У 28% опрошенных имеются трудности с подбором кадров, выражающиеся в непрофессионализме принимаемых на работу сотрудников и в отсутствии у них специальной подготовки и трудолюбия.

Как правило, "замыкание на себя", включение предпринимателя и предприятия в своего рода субкультуру происходит на этапе создания фирмы, когда ее организатор оказывается в ситуации "один против всех". 59% опрошенных рассчитывали в организации предприятия только на себя, 20% надеялись на помощь друзей, 11% — на родственников. Для большинства респондентов создание собственной фирмы началось с поиска единомышленников (табл. 3).

Каковы оценки престижа предпринимательской деятельности? Высокую оценку дали 24% опрошенных, среднюю — 37%, низкую — 36%. Не ответили на этот вопрос 3% респондентов. Замкнутость социального слоя предпринимателей сопровождается неблагоприятным отношением со стороны властных структур и неоднозначной оценкой престижа предпринимательства в общественном мнении. Как правило, предприниматель начинает действовать в одиночку и сразу же попадает в ситуацию отчуждения.

По-видимому, отсюда вытекает и нежелание большинства предпринимателей заниматься политикой, участвовать в общественной и экономической жизни региона, влиять на социальные и экономические процессы. Молодежное предпринимательство в современной России может рассматриваться как относительно замкнутая социальная система. Внутренние процессы более значимы для ее функционирования, чем взаимодействие с внешней средой.