

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.