

Глазырина В.В.

Проблемы социальной адаптации предпринимателей малого и среднего бизнеса

(Исторический опыт и современность на материалах Ханты-Мансийского автономного округа)

В современных условиях центральное место в осуществлении радикальных экономических реформ в России принадлежит процессам создания в обществе атмосферы цивилизованного предпринимательства. В этом аспекте особое значение приобретают проблемы становления и развития отечественного предпринимательства как социального явления, а самих предпринимателей — как новой социальной группы в современной истории России.

Обращение к проблемам социальной адаптации малого и среднего предпринимательства в Ханты-Мансийском автономном округе (далее — ХМАО) обусловлено сегодня особым геополитическим положением этого региона, его важным значением в экономической жизни страны, а также существенной ролью малого бизнеса в диверсификации экономики округа, традиционно ориентированной на развитие нефтегазодобывающего комплекса.

В условиях труднодоступности и удаленности региона от центральных районов России, высокой себестоимости транспортных перевозок, традиционных проблем с организацией собственных предприятий пищевой и легкой промышленности, недостаточного внимания к социальным проблемам со стороны центрального правительства развитие широкой сети малых предприятий в округе будет способствовать ускоренному развитию перерабатывающей промышленности, объектов инфраструктуры, производству товаров народного потребления и услуг. Кроме этого, успешная деятельность предпринимателей, безусловно, сыграет позитивную роль в развитии и модернизации местного общества, позволит решить многие социальные проблемы, например, увеличение числа рабочих мест, снижение уровня безработицы, искоренение общественных настроений апатии и пессимизма.

Многочисленные проблемы социальной адаптации предпринимателей в современной общественной структуре, непростые процессы формирования взаимоотношений предпринимателей и различных слоев общества не просто влияют на уровень комфортности деятельности бизнесменов, но являются определяющими для успешного развития нового российского предпринимательства.

Сложность и длительность адаптационных процессов зависит, с одной стороны, от гибкости и динамичности общества, его готовности к переменам и возникновению новых социальных структур, с другой — от способности самих предпринимателей играть новую социальную роль и включаться в общественные процессы.

Надо полагать, что во многом способность предпринимателей успешно включаться в рыночное производство и адаптироваться к новым условиям жизнедеятельности определяется их половозрастными характеристиками, уровнем образования, семейным положением, социальным происхождением, особенностями психологического склада, а также сферой деятельности, уровнем развития корпоративного мышления и моральными принципами, заложенными в основу предпринимательской деятельности.

Характерной чертой современного предпринимательского слоя ХМАО является значительно более молодой по сравнению с общероссийскими показателями средний возраст его представителей (33,5 к 38-40 годам), а также семейное положение большинства бизнесменов (95%).^[1] Данные показатели, обеспечивающие большую психологическую гибкость и подвижность предпринимателей, а также их психологическую защищенность и поддержку со стороны членов семей, способствуют удачной адаптации современных предпринимателей округа в деловом и социальном пространстве.

К неблагоприятным адаптационным факторам можно отнести, в общем, невысокий уровень образования предпринимателей ХМАО: только 32% предпринимателей округа имеют высшее образование, тогда как в центральных районах России этот показатель достигает 95%.^[2] Частично такая ситуация обусловлена особенностями источников рекрутирования предпринимателей округа. Анкетный опрос показал, что основная масса рекрутировалась из инженерно-технических работников, хозяйственников и руководителей низшего и среднего звена госпредприятий, тогда как основной социальной базой формирования нового слоя бизнесменов в центральных районах России была научно-техническая и творческая интеллигенция, а также партийная номенклатура и руководители госпредприятий.

Можно предположить, что структурная схема распределения малых и средних частных предприятий Ханты-Мансийского округа по сферам деятельности является отчасти отражением существующего положения: большинство предприятий (36,3%) занято в сфере торговли, 23,2% — в сфере строительства, 8,5% — в сфере транспорта; в областях же образования, культуры, производства, использующих наукоемкие технологии, занято минимальное количество предприятий (0,5%).^[3]

Другой особенностью предпринимательского слоя ХМАО является достаточно высокий процент женщин-предпринимателей — 27% к 19% по России, — что дает основания предположить более высокую степень гибкости и адаптивности женщин к быстро меняющимся внешним условиям.

В основе проблем социальной адаптации современных предпринимателей лежат как проблемы общегосударственного характера, так и регионального. Непростой вопрос отношения к предпринимателям со стороны различных слоев общества осложняется в данном регионе его удаленностью от центра, инерционностью общественно-политических процессов, ожиданием традиционной патерналистской политики со стороны государства, что обуславливает большую пассивность и консервативность местного населения.

Реалии настоящего времени таковы, что решение многих проблем становления и социальной адаптации нового предпринимательского слоя зависит от его поддержки властными структурами различного уровня. Однако, несмотря на декларативные заявления представителей власти о необходимости поддержки малого бизнеса на территории Югры, до сих пор малый и средний бизнес рассматривается местными администрациями как незначительный фактор социально-экономического развития региона.

Отсутствие реальной государственной поддержки малого и среднего предпринимательства (предоставление налоговых льгот, государственных заказов, содействие реализации продукции, поддержка внешнеэкономической деятельности и др.) подтверждает печальная статистика: если в 1995 г. в округе было зарегистрировано 10 тысяч малых предприятий, то в 1996г. их насчитывалось уже 7 тысяч, причем те

предприятия, которые занимались производством еще 5-6 лет назад, — обанкротились или перепрофилировались в торгово-посреднические предприятия, «старательно скрывающие налоги, потерявшие веру в силу законности и правовые основы государства».^[4]

Безусловно, большинство проблем коренится в неадекватной и декларативной форме законодательных и нормативно-правовых актов федерального уровня. Но характерной чертой управленческой экономической политики исследуемого региона является протекционизм по отношению к крупным предпринимательским структурам с последующим сращиванием политических и финансовых верхушек (в частности, в нефтегазодобывающих и перерабатывающих компаниях) и достаточно индифферентное отношение к малому и среднему бизнесу.

Не менее важной проблемой являются многочисленные поборы со стороны муниципальных учреждений (пожарной инспекции, санэпидемслужбы, электросети и др.), не предусмотренные официальными правовыми актами. При этом официальные власти придерживаются политики невмешательства, несмотря на достаточно широкую огласку инцидентов. Примечательно, что крупные нефтяные компании, имеющие мощный юридический аппарат и службу безопасности, подобным нападениям со стороны муниципальных служб не подвергаются.

На вопрос: «Оказывается ли местными властями конкретная помощь вашей деятельности?» более половины предпринимателей ответили отрицательно (56%), 19% затруднились ответить, столько же ответили положительно. Отдельные предприниматели уверены, что помощь оказывается «своим» фирмам, а 25% опрошенных считают действия властей откровенно неправомочными и испытывают настоятельную потребность в «защите от произвола местных чиновников».

Немаловажным фактором для адаптации современных предпринимателей и организации ими успешного предприятия является наличие широкого рынка рабочей силы и благоприятные взаимоотношения с наемными рабочими. Данные социологического опроса предпринимателей Ханты-Мансийского округа дают основания утверждать, что в целом предприниматели строят свои отношения с работниками на основании взаимопонимания и сотрудничества. На вопрос: «Какой тип руководства для Вас наиболее предпочтителен?» — 45% респондентов ответили «авторитарный», столько же «демократический», остальные используют комбинированный подход. В ходе индивидуального опроса предприниматели отмечали, что изначальное стремление действовать в демократических традициях, популярное в годы зарождения частного бизнеса в России, в действительности малоэффективно.

По свидетельству специалистов Окружного Фонда поддержки предпринимательства все трудовые договоры между частными предпринимателями и наемными работниками заключаются с соблюдением государственного трудового законодательства, нарушений которого не было отмечено. Несмотря на сложную социальную обстановку, массовую безработицу в стране, характерной особенностью местного рынка труда является острый дефицит высококвалифицированной рабочей силы, который отметили 75% руководителей малых предприятий.

Одним из основных факторов удачной адаптации нового слоя предпринимателей в непростых условиях российской повседневности является формирование благоприятного общественного мнения. Социологический опрос предпринимателей ХМАО и анализ местной печати показали, что общественное мнение только в последнее время стало более

позитивным по отношению к новому слою бизнесменов округа. Большинство предпринимателей на вопрос: «Как общество настроено к местным предпринимателям?» ответили «положительно» и «нормально» (74%), многие уточняли, что «последнее время идет стабилизация», «стало спокойнее».

Потребовалось немало времени, чтобы негативная реакция основной массы населения сменилась постепенным осознанием того, что именно с началом активной деятельности частных предприятий местный рынок стал наполняться достаточно широким ассортиментом товаров и услуг, в которых на протяжении многих десятков лет испытывалась острейшая нехватка.

Решающее значение в трансформации общественного мнения принадлежит предпринимателям, строящим свой бизнес на принципах творчества и уважения к партнерам и потребителям, закладывающим в его основу не расчет на скорейшие сверхприбыли, а долгосрочное развитие и оптимальное удовлетворение потребительского спроса. На вопрос: «На что Вы ориентируетесь в установлении цен на свою продукцию?» — 44% предпринимателей ХМАО ответили, что устанавливают цены «ниже, чем у конкурентов», 44% стараются устанавливать цены, ориентируясь на «доходы потребителя», и только 12% устанавливают цены, «аналогичные ценам конкурентов».^[5]

В целом происходящая сегодня трансформация социально-экономической государственной структуры подразумевает серьезные изменения на уровне сознания и психологии каждого человека. Процесс смены прежних стереотипов и поиск новых нередко сопровождается смешением аморальности и гуманизма, безнравственности и самопожертвования. Отсутствие стабильности экономического и правового пространства, зависимость от стремительно меняющейся государственной политики, ощущение неопределенности будущего, безусловно, являются негативными факторами в социальной адаптации предпринимателей, провоцируют их на противозаконные действия. В такой ситуации нравственный выбор каждого предпринимателя, его понятия о долге и чести имеют решающее значение для формирования благоприятного общественного мнения и, следовательно, для удачной адаптации в обществе.

Среди наиболее частых ответов руководителей малых и средних предприятий на вопрос: «Какие качества Вы считаете необходимыми в Вашей деятельности?» — отмечены «честность» (70%) и «компетентность» (75%), а также «предприимчивость» (50%) и «расчетливость» (37%). Несмотря на то, что подавляющим числом предпринимателей честность и порядочность были названы обязательными, можно утверждать, что именно в этих качествах при общении ощущается острый дефицит.

Среди предпринимателей ХМАО сегодня сложилась достаточно парадоксальная психологическая атмосфера: общее желание строить взаимоотношения на основе честности и порядочности не подтверждается «традиционными» правилами игры, применяемыми на практике; наиболее распространенные проблемы партнерских отношений — «необязательность» (63%) и «нечестность» (52%). Кроме того, приходится признать, что период первоначального накопления капитала не сопровождается гуманизацией производственных и человеческих отношений. Лишь 4% опрошенных считают «гуманность» необходимым качеством в своей деятельности.

Решение проблем групповой сплоченности, формирования корпоративного сознания в среде предпринимателей является необходимым условием для их удачной социальной адаптации. Объединение предпринимателей может представлять собой реальную силу не только для решения внутригрупповых интересов, но и для влияния на различные сферы

общественной жизни. К сожалению, предприниматели округа отмечали, что их деятельность достаточно индивидуализирована, взаимное общение сведено до минимума в целях соблюдения коммерческой тайны и интересов конкуренции. Ряды создаваемых сегодня на территории округа предпринимательских союзов и ассоциаций еще немногочисленны.

Специфика современной политической ситуации заключается в том, что основные партии и политические движения были созданы еще до начала формирования предпринимателей как социальной группы, вследствие чего в сложившихся системах законодательной и исполнительной власти практически не представлены предпринимательские интересы. Думается, что скорейшее преодоление разобщенности местных предпринимателей будет способствовать облегчению их адаптации в обществе, утверждению себя как социально и политически значимой силы.

Определенную консолидирующую роль в этом вопросе, на наш взгляд, призван сыграть Окружной Фонд поддержки малого предпринимательства и развития конкуренции в ХМАО, образованный 24.04.95 в качестве новой государственной финансовой структуры. В сферу деятельности Фонда входит разрешение вопросов формирования и обеспечения защиты правовой базы, создания системы финансирования, льготного кредитования и страхования окружного предпринимательства, поддержка внешнеэкономической деятельности малых предприятий округа.

В современных условиях глубокой трансформации всех сфер общественной жизни, для наиболее эффективного и безболезненного включения предпринимателей в рыночную экономику, использования потенциальных возможностей регионального предпринимательства представляется необходимым изучение многовекового исторического опыта развития отечественного предпринимательства и применение результатов его анализа на практике. Разрыв исторических традиций, отсутствие опыта, накопленного предыдущими поколениями, может стать причиной не только организационно-экономических, но и серьезных психологических адаптационных проблем.

Сравнительно-исторический анализ, проведенный автором на основании материалов конца 19— начала 20 веков и современности, дает основания для проведения большого числа аналогий между проблемами социальной адаптации дореволюционных и современных северных предпринимателей, несмотря на глобальный характер перемен, произошедших в экономической и социальной жизни ХМАО за годы советской власти.

Например, традиционной чертой для предпринимательства в Нижнеобском регионе является открытость границ предпринимательской корпорации, достаточное разнообразие источников рекрутирования ее членов. При этом основными источниками пополнения и воспроизводства предпринимательского слоя были и остаются представители средних слоев населения (крестьянство и служащие).

Характерной особенностью северного предпринимательства как дореволюционного, так и современного остается невысокий уровень образования большинства его представителей, который они считают возможным компенсировать природной смекалкой, практическим опытом и огромной работоспособностью.

Непростые взаимоотношения предпринимателей с местными властями также имеют исторические корни. С завидным постоянством управленческие структуры воспроизводят политику, направленную на поддержку крупных предпринимательских структур и

игнорирование мелкого и среднего бизнеса. В конце 19 века расположением властей пользовались рыбные промышленники.

Благоприятные взаимоотношения с наемными рабочими у местных предпринимателей складываются также традиционно. Вопреки устоявшемуся мнению о более жестокой эксплуатации нанимателями своих рабочих и служащих на удаленной от центра территории с менее совершенной в исполнении правовой и судебной системой, предприниматели и рабочие Тобольского севера (современный ХМАО) находились в тесной взаимозависимости, при этом первые были в определенной степени даже более уязвимы, так как испытывали постоянный дефицит высококвалифицированной рабочей силы.

Существуют, кроме того, некоторые объективные и субъективные факторы, облегчавшие социальную адаптацию дореволюционных предпринимателей. В отличие от современных бизнесменов, большинство дореволюционных предпринимателей с детства приобщались к будущей деятельности, имели возможность использовать опыт своих родителей, всей налаженной системы общественных связей.

Помимо этого северные предприниматели конца 19 — начала 20 вв. на фоне неграмотного и малокультурного местного населения представляли собой мобильную и влиятельную силу оживления местного общества, привносящую новое в его экономическую и культурную жизнь. Сегодня, с повышением общего культурного и образовательного уровня населения, развитием СМИ, изменением ценностных ориентиров, предпринимателям с большими трудностями приходится завоевывать авторитет в обществе. В современных условиях ролевой акцент деятельности предпринимателей начинает перемещаться в область благотворительности и меценатства. Однако данные проведенного исследования позволяют сделать заключение, что нашим современникам в этом отношении еще предстоит завоевывать достойное положение.

Таким образом, множество существующих проблем становления и развития предпринимательства данного региона могло и может быть решено только при оказании ему всесторонней государственной поддержки. Материалы проведенного исследования показывают, что реальная созидательная роль, которую играл частный бизнес в конце 19 — начале 20 вв. на территории современного ХМАО в организации торговли, возрождении экономики и решении социальных проблем, не была оценена и использована центральной и местной властью в полной мере.

И сегодня решение множества непростых проблем социальной адаптации предпринимателей в ХМАО возможно только при объединении усилий всего общества и самих предпринимателей. Помимо усовершенствования законодательной и правовой базы предпринимательства, немаловажным является организация мероприятий по повышению культурного и профессионального уровня самих предпринимателей Администрацией округа, а также популяризация исторического опыта, объективное освещение информации и формирование благоприятного общественного мнения средствами массовой информации, которые играют все большую роль в организации общественного сознания. К сожалению, результаты конкурса, организованного в первой половине 1998 г. специалистами Округного Фонда поддержки предпринимательства, на лучший телевизионный и печатный материал о малом бизнесе и предпринимателях округа, показали, что большинство журналистских материалов носят поверхностный ангажированный характер.

Для самих предпринимателей, как показывает анализ, для наиболее быстрой и безболезненной социальной адаптации необходимым является выбор способов достижения цели, определяемых моральными и нравственными установками, а в конечном итоге — общим уровнем интеллектуального и культурного развития. Обозначенные выше факторы особенно важны в условиях Ханты-Мансийского автономного округа, где сравнительно небольшой слой предпринимателей (0,5% от общего числа населения) находится на виду общественности и оценивается с особым пристрастием.

Примечания

- 1) Материалы анкетного опроса предпринимателей, проведенного автором в ХМАО в 1998г. Грищенко Ж.М., Новикова Л.Г., Лапша И.Н. Социальный портрет предпринимателя // Социологические исследования.- 1992.-№10.-С.53.
- 2) Там же.
- 3) Материалы текущего архива Окружного фонда поддержки предпринимательства и развития конкуренции в ХМАО.
- 4) Там же.
- 5) Материалы анкетного опроса предпринимателей ХМАО, проведенного автором в 1998 г.