

Что значит «принять предпринимательское решение»?

Предпринимательство в современной России — явление относительно новое, причем новое в двух отношениях. Во-первых, еще очень коротка история возрожденных негосударственных экономических форм, если не считать таковыми загадочную «теневую экономику» и полужабитое личное подсобное хозяйство. Во-вторых, само понятие «предпринимательство» завоевало свое место под солнцем достаточно поздно — почти на излете «перестройки». Самое большее, о чем осмеливались размышлять обществоведы еще шесть-семь лет назад, носило изящное название «социалистическая предприимчивость». Сегодня же о предпринимательстве говорят «и стар, и млад». Но смысл в это понятие вкладывается очень разный. Специалисты, освоившие труды Й. Шумпетера, М. Вебера или В. Зомбарта, рассуждают о «новых комбинациях факторов производства» и «предпринимательском духе», о пассионарности и фаустовском беспокойстве. Те же, кому не посчастливилось приобщиться к высотам теории, считают предпринимательством чуть ли не всякую самостоятельную хозяйственную активность, осуществляемую во имя заработка.

А что думают по этому поводу «виновники торжества», те, кого ныне называют «предпринимателями»? Мы попытались получить ответ с помощью социологического опроса руководителей московских негосударственных хозяйственных предприятий¹. При анализе использовались результаты завершеного в апреле 1993 года анкетного опроса 277 предпринимателей, проведенного на базе выборки Мосгорстата, репрезентирующей предприятия всех форм негосударственной собственности и всех основных сфер хозяйственной деятельности.²

¹Исследование является фрагментом проекта по социологии нового российского предпринимательства. В работе над этим проектом под моим руководством участвовали исследователи Г. Булычкина, Я. Рощина, М. Шкаратан, а также О. Куликова и Д. Назаргалина.

²Среди наших респондентов 88,4% составляют мужчины. Из них по 6,9% приходится на тех, кто моложе 30 или старше 60 лет; 29,2 — тридцатилетних, 33,9 — сорокалетних, 23,1 % пятидесятилетних. Подавляющее большинство (82,3%) имеют законченное высшее образование. Почти девять десятых (88,7%) являются первыми лицами на своих предприятиях (председателями, президентами, генеральными директорами), остальные — заместителями первых лиц. Мы называем их «предпринимателями» (а не, скажем, «менеджерами») хотя бы потому, что 50,4% опрошенных первых лиц являются одновременно основными организаторами своих предприятий и, кроме того, входят в число их собственников. Средний опыт предпринимательской деятельности — 4—5 лет (45,8%).

Для выявления того, что понимают под «предпринимательством» наши респонденты, мы попросили их охарактеризовать свое «наиболее удачное предпринимательское решение», а также вспомнить обстоятельства принятия этого решения. Был также задан открытый вопрос с просьбой коротко объяснить, в чем состояло это «предпринимательское решение», и несколько закрытых вопросов, нацеленных на выяснение обстоятельств, сопутствующих его принятию.

Конечно, мы не собирались провоцировать теоретизирование по поводу абстрактных понятий. Нас интересовало, как хозяйственными руководителями истолковывается смысл собственной деятельности. (Именно поэтому мы привязали свои вопросы к личному практическому опыту респондентов.) В рамках нашего исследования нам уже приходилось анализировать структуру мотивации предпринимательской деятельности в целом³. Здесь же мы пытались вывести респондентов на какие-то особые случаи или даже экстремальные ситуации, по которым возможно судить о смысловой направленности их действий. Выделение «наиболее удачного предпринимательского решения», о котором хочется говорить с удовлетворением, если не с гордостью, вполне подходит для решения подобной задачи.

Свои ответы на открытый вопрос о содержании собственного «удачного предпринимательского решения» вписали 120 руководителей, или 43% опрошенных, что для этого не совсем простого вопроса не так мало. Многие затруднились ответить, некоторые сослались на коммерческую тайну. Мы сгруппировали ответы по категориям, а последние объединили в несколько типов (результаты сведены в таблицы 1 и 2).

Не секрет, что среди российских экспертов в значительной мере утвердилось шумпетерианское понимание предпринимательства как организационно-хозяйственной инновации⁴. Если исходить из этих теоретических позиций, к собственно «предпринимательству», по данным нашего опроса, можно отнести меньшую часть названных респондентами действий. На первой позиции оказываются формы работы, которые мы бы обозначили как «функционирование» (всего 47,5% ответов). Оно связано в первую очередь с обеспечением текущей работы предприятия. Самыми распространенными высказываниями можно считать «заключение удачного договора», «получение заказа» (20,8% ответов). Не обходится, разумеется, без проблем снабжения предприятия («поставка топлива», «закупка оборудования», «товарообеспечение магазина»).

³Судя по числу занятых, основная часть фирм, затронутых нашим опросом, — мелкие и средние (на 53,0% из них занято 11—50 человек; свыше 500 человек работают лишь на 2,6% предприятий). При случайном отборе предприятий по каждой из форм собственности или сфер деятельности это закономерно. Около половины предприятий на момент опроса еще относились к разряду «кооперативы». Кроме того, опросом оказались охвачены товарищества и акционерные общества разных видов (соответственно, 14,2 и 13,1%); совместных предприятий — 6,7; индивидуальных частных по регистрации — 4,5 процента. Перечислю также основные укрупненные сферы деятельности опрошенных предприятий (в порядке убывания): строительство, транспорт, связь; производство продукции производственно-технического назначения; научно-исследовательская, консультативная, проектно-конструкторская, внедренческая, информационная и учебная деятельность; комиссионно-коммерческая деятельность (оптовая торговля и закупки); производство товаров народного потребления (более полный портрет изучаемых нашим коллективом предпринимателей и характеристику их предприятий можно найти в статье: Р а д а е в В. Российские предприниматели: кто они? «Вестник статистики», 1993, № 9).

⁴Анализ требований, предъявляемых к своей работе, и степени реализации этих требований см. Р а д а е в В. Внеэкономические мотивы предпринимательской деятельности (по результатам эмпирических исследований). «Вопросы экономики», 1994, № 7; «Становление нового российского предпринимательства (социологический аспект)». М., 1994.

См., например, А в т о н о в В. С. Предпринимательская функция в экономической системе. М., 1990; А г е е в А. И. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры. М., 1991.

Таблица 1

Содержание действий, оцениваемых респондентами
как «удачные предпринимательские решения»

Содержание действия	Доля респондентов (%)
Заключение договора	20,8
Финансовые операции	11,7
Создание новых производств	10,0
Применение новых технологий	8,3
Торгово-посреднические операции	7,5
Социальные программы, спонсорство	6,7
Инженерные решения	5,8
Создание и приватизация предприятия	5,0
Изменения структуры предприятия	5,0
Снабжение предприятия	4,2
Новые проекты, программы	4,2
Выполнение договора	3,3
Изменение состава учредителей, партнеров	2,5
Изменение условий труда	1,7
Улучшение жилищных условий рабочих	0,8

Таблица 2

Тип действий, оцениваемых респондентами
как «удачные предпринимательские решения»

Тип действия	Доля респондентов (%)
«Функционирование»	47,5
в том числе:	
обеспечение ресурсами, заказами	25,0
хозяйственные операции	22,5
«Предпринимательство»	28,3
в том числе:	
организационные изменения	14,2
новые производства, новые проекты	14,1
«Изобретательство»	14,2
«Благотворительность»	7,5
Прочее	2,5
Всего	100,0

Более чем каждый пятый (22,5%), думая о предпринимательстве, говорит об осуществлении каких-то хозяйственных операций, начиная от торгово-посреднических («приобрели выгодную партию товара по низким ценам», «продали товар по более высокой цене» — таковы 7,5% ответов) и кончая финансовыми действиями («достали кредит», «спасли валютные средства от Внешторгбанка», «нашли вариант снижения налогов» — ответили 11,7% опрошенных). Иногда просто указывают на выполнение некоего хозяйственного договора. В полу-

ченных нами ответах встречаются и довольно рутинные процедуры, например «работа с документами при начислении зарплаты», «улаживание вопроса о претензиях заказчика».

К собственно «предпринимательству» с неизбежной долей условности мы отнесли две различные категории действий. Первая связана с изменениями в организации собственной деятельности. Это меры по созданию нового или приватизации существующего предприятия, его внутреннему преобразованию, инициированию изменений в руководстве и составе учредителей — всему тому, что способствует трансформации организационной структуры предприятия. Сюда относятся такие ответы, как «открытие предприятия», «выбор удачного направления деятельности», «решение нестандартной ситуации с приватизацией», «выкуп арендованного имущества», «выход из состава другого предприятия» (14,2% ответов).

Вторая категория предпринимательских действий увязывается с проективной активностью руководителей — выработкой новых идей, планов, программ. То есть с тем, что выявляет элементы перспективно-инновационного мышления в противовес мышлению, поработанному трудностями текущей ситуации (например «разработка программы реконструкции предприятия»). Сюда же мы относим уже реализованные проекты создания новых производств и освоения новых видов деятельности, сопряженные с «организационной инновацией» в ее чистом виде (их указали десятая часть ответивших).

В целом «предпринимательство» как тип действия по количеству ответов оказалось на второй позиции (всего 28,3% ответов). Третья же позиция принадлежит технологическим и инженерным решениям, вроде «применения пескоструйной обработки стекла» или «рационализации в изготовлении полиуретановой упаковки». Условно она обозначена в таблице 2 как «изобретательство» (14,2% ответов). Как известно, этот вид деятельности классическими теориями к предпринимательству не относится. Но для нас включение его в спектр ответов вполне естественно. Более того, доля «инженерных решений» могла бы быть даже выше, поскольку 58,2% всех наших респондентов имели высшее техническое образование. Наконец, небольшая группа опрошенных (7,5%) сочли предпринимательским действием оказание благотворительной помощи и социальной поддержки. Здесь назывались спонсорство и реализация социальных программ («улучшение жилищных условий рабочих», «вложение средств в исследования», «создание оздоровительных детских групп»).

* * *

Какие же выводы можно сделать из представленных данных. Прежде всего отметим, что по крайней мере половина руководителей «альтернативной» экономики фактически идентифицируют себя как предпринимателей. Но при этом «предпринимательская деятельность» понимается ими довольно расширительно. Она, по сути, отождествляется с хозяйственным управлением («менеджментом») или просто с любым хозяйственным начинанием. Само же хозяйственное управление выступает в первую очередь как обеспечение нормального функционирования предприятия. Руководители, скорее, пытаются «вытравить от ситуации», чем «изменить ситуацию».

Конечно, работа у предпринимателя хлопотная, часто полная организационной суеты. Чем занят в основном его рабочий день? В своем опросе мы просили указать не более трех занятий, заполняющих обычный рабочий день. 60,5% выделили обсуждения, переговоры и встречи, 58,0 — телефонные разговоры, 54,0 — работу с бумагами, 53,3 — деловые разъезды, наконец, 40,2% — организационную работу внутри своего предприятия. На

обдумывание общих вопросов работы предприятия у наших респондентов зачастую не остается времени и сил, или же оно совершается «на ходу», между «делами» (в числе основных занятий его указали менее чем каждый третий из числа ответивших — 29,0%).

Думается, дело здесь не только в том, что «заедает» будничная рутина. Наши руководители проявляют выраженную «практичность» или, точнее, «технократизм» мышления. Сами по себе продумывание и планирование собственных действий просто не считаются ими реальным делом. Почти всегда акцент ставится не на процесс выработки решений, но на нечто материализованное, указывается не сам проект, но его практические материальные последствия.

Какие личные качества должен проявлять предприниматель для того, чтобы выполнять свои непростые функции? Изучая этот вопрос, одни теоретики предпринимательства подчеркивают необходимость интеллектуальных способностей, освоения нового знания (И. Кирцнер), другие — воображения и изобретательности (Дж. Шэкль), третьи указывают на личную энергию и волю к действию (Й. Шумпетер), четвертые — на религиозно-этические основы предпринимательского духа (М. Вебер), пятые — на психологическую потребность в достижении успеха (Д. Макклелланд). А на что ориентируются российские предприниматели при принятии важных для себя хозяйственных решений?

Обращаясь к обстоятельствам принятия «наиболее удачного предпринимательского решения», мы попросили наших респондентов высказать отношение к каждому из предложенных восьми суждений-подсказок. Суждения эти не были жестко альтернативными по отношению друг к другу и могли обозначать элементы одного и того же действия. Предлагаемые в них характеристики обстоятельств связывались нами с различными «идеальными типами» действия, а именно: традиционным, аффективным, инновационным, ценностным⁵.

Традиционность действия понимается в данном случае не как исторический тип социальной ориентации, связанный с доиндустриальной психологией, но как воспроизведение собственного опыта, повторение ранее освоенных форм деятельности безотносительно к ее содержанию. Инновационность связывается не с изобретением чего-то принципиально нового, а с освоением нового знания, информации, с собственным профессиональным продвижением. Аффективные начала видятся в привнесении «нелогических» (интуитивных, эстетических) элементов. А ценностное действие в данном конкретном понимании выражается в возложении на себя обязательств перед своими коллегами и перед обществом в целом. Результаты приводятся в таблице 3.

Обращает на себя внимание приоритет традиционной ориентации. «Предпринимательское решение» в сегодняшней России в первую очередь оказывается повторением уже пройденного, испытанного, т. е. не является чем-то принципиально новым для самого опрашиваемого. В то же время расширение собственных горизонтов посредством сбора информации, получения консультаций экспертов выявляется, в свою очередь, как более важный момент по сравнению с аффективными и ценностными мотивами.

Более половины руководителей все же придают значение интуиции в процессе принятия решений. Изящество этих решений заботит их в значительно меньшей степени. Добавлю, что приверженные аффективной стороне дела в меньшей степени ощущают в своей работе груз принуждения. Судя по их

⁵ Здесь используется веберовская методология идеальной типологизации, но классификация мотивов несколько иная. Вдобавок, типы не ранжируются по степени рациональности действия. Нужно также отметить, что при операционализации данных типов для эмпирического исследования выбрано несколько конкретных характеристик, которые, разумеется, не охватывают всего их содержания.

Таблица 3

Обстоятельства принятия руководителями	«предпринимательских решений»		
Обстоятельства	Кол-во ответивших	Доля положительных ответов	Тип действия
Использован прошлый опыт подобных действий	254	63,0	Традиционный
Это был обычный эпизод нормальной работы	249	60,6	Традиционный
Использована специально подобранная информация	249	58,6	Инновационный
Пришлось советоваться со специалистами	250	53,6	Инновационный
Сработала интуиция	251	53,0	Аффективный
Было ощущение важности для людей, общества	248	49,6	Ценностный
Появилось красивое решение сложной проблемы	246	37,4	Аффективный
Выполнялись обязательства перед коллегами	248	35,1	Ценностный

ответам на соответствующий вопрос, им реже приходится заставлять себя выполнять собственные рабочие обязанности, делая что-то через силу. Ценностные суждения оказались на последней позиции. Раз уж большинство считают принятие «предпринимательских решений», по существу, «обычными эпизодами своей нормальной работы», не удивительно и отсутствие особого морального пафоса.

О различиях по группам предпринимателей можно сказать не слишком много. Руководители старшего возраста несколько более склонны к ценностно-ориентированным решениям и в своих действиях значительно более традиционны. Инновационные элементы в указанном нами понимании более свойственны мужчинам, нежели женщинам, а также руководителям с более высоким уровнем образования и наличием ученых степеней. Последние вообще более активны в выявлении обстоятельств, сопутствующих принятию решений, скажем, по сравнению с получившими среднее специальное образование. Это свидетельствует в пользу того, что деятельность самых квалифицированных из опрошенных нами в формальном отношении руководителей более осмысленна, более наполнена содержанием. Потому именно данная группа лучше готова к проблематизации, к восприятию предлагаемых вопросов. Более активны в описании ситуации принятия «предпринимательского решения» также руководители старших возрастных групп, придающие значение большему числу разных обстоятельств.

Посмотрим теперь, к чему склоняются руководители в своих решениях на примере конкретной ситуации с наймом работников. Вновь апеллируя к практическому личному опыту респондентов, мы предложили им следующую условную ситуацию: «Вы собираетесь взять на работу человека на должность своего помощника (секретаря, референта). В поле зрения четыре кандидата. Кого из них Вы, скорее всего, предпочитаете?». Было предложено проанализировать (т. е. расставить на соответствующие места) четыре коротких описания предлагаемых кандидатур:

— человек хорошо знаком по прошлой работе (учебе), хотя друзьями не были. Тогда он не проявлял ярких способностей, но вы сработались и поэтому сейчас надеетесь легко с ним поладить;

— мало что знаете об этом человеке, но он произвел приятное впечатление. И хотя профессиональные качества определить трудно, видно, что человек серьезный, порядочный;

— нельзя сказать, что этот человек вызвал особые симпатии. Кто он и

откуда — достаточных сведений получить не удалось. Но он продемонстрировал высокий уровень квалификации;

— по квалификации, судя по всему, этот человек не выделяется среди прочих кандидатов. Но находится в тяжелой ситуации и более всех остальных нуждается в работе и помощи.

В каждом варианте данной модели есть, как видите, свои плюсы и минусы, ни об одном из них нельзя сказать, что он заведомо привлекательнее прочих. Первый вариант связан с более традиционным выбором, воспроизведением опыта. Второй опирается на интуицию, эмоциональное восприятие. Третий акцентирует профессиональные качества и свидетельствует в пользу инновационных наклонностей. А четвертый ориентирует на ценности социального альтруизма. Предпочтения опрошенных руководителей выглядят следующим образом (вопрос задавался только тем, кто имеет подчиненных; ответили 243 человека; ранжирование от единицы до четырех по убывающей предпочтительности):

1. Знакомый, хотя и не очень способный (средний ранг ответа 2,00);
2. Квалифицированный, хотя и не очень симпатичный (2,16);
3. Приятный, хотя и неизвестный (2,22);
4. Нуждающийся, хотя и не очень квалифицированный (3,58).

Итак, на первом месте в среднем оказывается выбор знакомого человека. (Это не удивительно: хорошо известно, что в российском бизнесе в первую очередь стараются брать на работу своих знакомых или по рекомендации своих знакомых⁶.) Далее следуют рациональный выбор по профессиональным данным и интуитивный выбор по личным качествам. И позади с солидным отрывом остался альтруистический вариант. В данном случае благотворительность нашими руководителями не считается уместной.

Нетрудно заметить, что и при условном выборе вариантов найма работника, и при оценке обстоятельств конкретного «предпринимательского решения» типы мотивов выстроились приблизительно в той же последовательности. И все же я не стал бы делать излишние обобщения и объявлять российских предпринимателей «яркими традиционалистами». Хотя роль простого «функционирования» в их деятельности, похоже, действительно велика. И даже «удачное предпринимательское решение» часто не выходит за рамки будничного дела и считается таковым, как правило, по благоприятному исходу.

Что же касается самого понятия «предпринимательство», то с точки зрения массового восприятия оно сегодня представляет достаточно широко укorenившееся, но весьма неоднозначное наименование разных хозяйственных действий. И потому в настоящий момент подходит, скорее, не на роль критерия классификации этих действий (или деления руководителей на «предпринимателей» и «не предпринимателей»), но на роль проблематизирующего инструмента, способствующего выявлению смыслового содержания принимаемых хозяйственных решений.

⁶ По данным одного из опросов 80 российских компаний разных сфер деятельности (см. «Коммерсантъ», 1994, № 21, с. 45), рекомендации знакомых являются предпочтительным способом набора кадров для 65% руководителей (в инофирмах — 35%).