

© 1999 г.

С.В. ГРИШАЕВ, В.Г. НЕМИРОВСКИЙ

СОЦИАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ МОЛОДОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

НЕМИРОВСКИЙ Валентин Геннадьевич — доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой социологии Красноярского государственного университета. ГРИШАЕВ Сергей Васильевич - кандидат исторических наук, первый заместитель Генерального директора ОАО "Сивиниш".

В мае 1998 г. Красноярским краевым комитетом государственной статистики проведено социологическое исследование, цель которого — изучить процесс молодежного предпринимательства в г. Красноярске. По специально разработанному вопросу методу формализованного интервью опрошено 500 молодых предприни-

мателей в возрасте от 18 до 29 лет. Использовалась случайная выборка. Среди опрошенных - 70% мужчин и 30% женщин. Более половины респондентов имеют высшее и неполное высшее образование (57%), 41% - среднее и среднеспециальное образование.

Большинство опрошенных - предприниматели в возрасте 28-29 лет. Более половины из них (56%) работают в торговле, 14% в сфере бытового обслуживания (ремонт телерадиоаппаратуры, пошив одежды, ремонт обуви, автостоянки и другое), 7% - в сфере производства, 5% заняты автосервисом, 4% - строительством, 3% - автоперевозками, 2% - общественным питанием и производством пищевых продуктов, 2% - медицинским обслуживанием, 2% - операциями на рынке недвижимости, 2% - ремонтом, наладкой и обслуживанием компьютерной техники и разработкой компьютерных технологий, 1% - в рекламе.

Среди опрошенных предпринимателей, работающих в малом бизнесе, 30% были специалистами с высшим образованием, 20% - специалистами без высшего образования, 14% - студентами, учащимися, 12% - квалифицированными рабочими, 7% - руководителями промышленных предприятий, учреждений, отделов в организациях, 3% - военнослужащими. В целом молодежное предпринимательство в Красноярском крае имеет высокий интеллектуальный потенциал. Большинство молодых предпринимателей относят себя к слою «среднеобеспеченных» людей (77%), «малообеспеченных» - 10%, «богатых» - 11%, в то время как совсем «бедных» только 2%.

Сравним самооценку материального положения молодых предпринимателей с ответами на аналогичный вопрос представителей взрослого населения г. Красноярска (опрос проводился в мае 1998 г. методом формализованного интервью по репрезентативной выборке, опрошено 960 человек). Оказывается, доля тех, кто «живет достаточно обеспеченно, может покупать дорогие вещи» среди предпринимателей больше, чем среди всех категорий населения на 6%, доля «среднеобеспеченных» - больше на 27%. В то же время доля «малообеспеченных» - меньше на 24%, доля «бедных» - меньше на 9%, отсюда следует, что уровень материального благосостояния молодых предпринимателей существенно выше, чем у других категорий населения.

Большинство молодых предпринимателей открыли собственное дело за счет средств, заработанных самостоятельно, или с помощью родных и знакомых. Среди тех, кто сам заработал капитал для открытия собственного дела, преобладают мужчины в возрасте 28-29 лет. Женщинам в возрасте 22-23 лет помогли родные и знакомые.

В пятерку главных трудностей, которые приходится преодолевать предпринимателям, попали высокие налоги (65%), недостаток собственных средств (34%), несовершенное законодательство (28%), экономическая ситуация в целом (27%), бюрократия (24%). Корреляционный анализ показал, что с ростом уровня образования респонденты чаще отмечают коррупцию, рэкет и бюрократию, реже - недостаток собственных средств и производственных площадей.

Ответы респондентов на вопрос о том, каким требованиям должна отвечать работа, распределились следующим образом: 80% опрошенных считают очень важным тот факт, что работа должна представлять возможность хорошо зарабатывать, 56% - быть свободным и независимым, 52% - способствовать накоплению капитала для расширения собственного дела, 52% - видеть результаты своей работы, 51% - жить спокойной и обеспеченной жизнью. Данные свидетельствуют о профессионально-потребительской направленности интересов в сфере трудовой деятельности. К числу не важных требований они относят возможность заниматься чистой и легкой работой (гедонистическая направленность), получать оплату не только в рублях, но и в валюте (см. таблицу). Как видим, на вербальном уровне структура трудовых ценностей вполне соответствует «духу капитализма».

Однако более детально изучить ценностные ориентации в сфере труда у молодых предпринимателей позволяет факторный анализ, выделивший 6 основных ориентации, которые являются биполярными.

**Распределение ответов на вопрос: «Каким требованиям, по Вашему мнению, должна отвечать работа?»
(в % от опрошенных)**

Работа должна предоставлять возможность	Степень отношения к работе			
	Очень важное	Скорее важное	Скорее не важное	Не важное
Постоянно самосовершенствоваться	33	47	15	6
Хорошо зарабатывать	80	20	1	–
Заслужить уважение у знакомых и друзей	28	47	20	4
Жить спокойной и обеспеченной жизнью	51	33	13	2
Добиться высокого положения в обществе	15	43	34	7
Общаться с людьми	34	40	24	2
Быть полезным обществу	18	40	30	12
Продвижения, служебного роста	16	40	34	9
Заниматься чистой и легкой работой	7	32	45	15
Постоянно совершенствовать свои знания и опыт по	34	44	15	7
Заниматься любимым делом	49	36	16	2
Видеть результаты своей работы	52	41	6	2
Относительно свободно использовать свое рабочее время	28	40	24	7
Быть полезным людям	22	39	30	8
Работать творчески	27	35	29	7
Применить свои способности	40	48	9	2
Быть свободным и независимым	56	37	7	0
Способствовать накоплению первоначального капитала	52	36	7	3
Получать оплату не только в рублях, но и в валюте	23	28	33	16

Первый фактор, - наиболее значимый (27% вариации признаков). Он описывается следующими показателями: быть полезным обществу, людям, общаться с людьми, постоянно самосовершенствоваться, заниматься любимым делом. С первым фактором отрицательной корреляцией связаны ориентации на чистый и легкий труд, спокойную и обеспеченную жизнь, возможность хорошо зарабатывать. Данную ориентацию можно назвать *творческо-альтруистической*. Второй фактор (10,5%) включает показатели: заслужить уважение знакомых и друзей, жить спокойной и обеспеченной жизнью. Их выбор свидетельствует о *престижно-гедонистической* направленности. Отрицаются такие ценности, как продвижение по службе, постоянное самосовершенствование, возможность видеть результаты работы.

Третий фактор (7,2%) характеризуется *престижно-карьеристской* ценностной ориентацией: добиться высокого положения в обществе, продвижения, служебного роста. Отвергаются такие ценности как свободное использование рабочего времени, возможность быть полезным людям, жить спокойной и обеспеченно жизнью. Четвертый фактор (6,9%) описывается признаками: заниматься любимым делом, быть свободным и независимым. Он характеризует *индивидуалистическую* направленность. Отрицательной корреляцией с ним связаны ориентации на постоянное самосовершенствование, возможность хорошо зарабатывать, быть полезным обществу.

Пятый фактор (6,1%) включает следующие признаки: чистый и легкий труд, относительно свободное использование рабочего времени. Отвергается стремление заниматься любимым делом, постоянно самосовершенствоваться, видеть результаты своей работы, передавать знания и опыт по специальности. Это не что иное как лень. Шестой фактор (5,3%) определяет *потребительно-предпринимательскую* направ-

ленность: способствовать первоначальному накоплению капитала, получать оплату не только в рублях, но и в валюте. Отрицаются ориентации на возможность заниматься чистой и легкой работой, любимым делом, работать творчески, быть полезным людям.

Таким образом, на глубинном уровне массового сознания предпринимателей наиболее значимой является творческо-альтруистическая ориентация. Достаточно выражены различные формы престижной и гедонистической направленности. Ориентация на собственно предпринимательскую деятельность выражена слабо. Как видим, в массовом сознании молодых предпринимателей существует определенный межуровневый диссонанс: на поверхностном, вербальном уровне широко присутствуют «капиталистические» трудовые ценности, на глубинном уровне доминируют традиционные для «советских тружеников» ценности.

Побудительные мотивы прихода в предпринимательство связаны со стремлением улучшить свое материальное положение (66%), приобрести независимость (47%), возможностью более полно проявить себя, свои способности (20%), иметь интересную работу (12%). В то же время 12% опрошенных ответили, что предпринимательская деятельность их ничем не привлекает, обстоятельства вынуждают заняться этим видом деятельности. С помощью корреляционного анализа установлено, что «возможность более полно проявить себя» и «иметь интересную работу» характерны для респондентов, имеющих более высокий социальный статус. Они богаче, образованнее, среди них больше тех, кто работает по специальности. В то время как «стремление улучшить материальное положение» и «ничем не привлекает» чаще отмечают респонденты, имеющие низкий социальный статус (они беднее, менее образованны, работают не по специальности).

Индикатором смысложизненных ориентации молодых предпринимателей выступал образ желаемого будущего. На вербальном уровне в иерархии ведущие места занимают хорошая семья (социально-демографический смысл жизни), материальный достаток (потребительский смысл жизни), интересная творческая работа (творческий смысл жизни). Самым маловероятным событием в своей жизни через 10 лет респонденты считают веру в Бога (58%), жизнь ради людей независимо от профессии, должности, места жительства (58%), т.е. духовно-альтруистические побуждения.

С помощью факторного анализа были выделены три укрупненных ориентации. Первая описывается следующими признаками: материальный достаток, престиж и восхищение окружающих, хорошие возможности для отдыха и развлечений, руководящая должность (описательная сила 32,7%). Это не что иное, как ориентация с одной стороны на **престижно-гедонистический** смысл жизни, с другой - на **карьеристско-потребительский**. Вторая - интересная, творческая работа, регулярное чтение книг, посещение театров, концертов «серьезной» музыки, выставок, жизнь ради людей, независимо от профессии, должности, места жительства, духовное развитие, самосовершенствование нравственное (описательная сила 13,3%). Назовем его **творческо-альтруистическим** смыслом жизни. Третья - хорошая семья, вера в Бога (описательная сила - 9,2%). Данная ориентация характеризует **духовно-демографический** смысл жизни. Как видим, система смысложизненных ориентации молодых предпринимателей в целом отличается преобладанием направленности на ценности карьеристско-потребительского и престижно-гедонистического характера.

Итак, массовое сознание молодых предпринимателей довольно противоречиво. В нем выделяются два несовпадающих уровня: поверхностный, содержащий социальные стереотипы и ценности, во многом усвоенные от современных СМИ, и глубинный, более точно отражающий потребности социального субъекта. Выявлено несоответствие между ценностными ориентациями различных уровней, в частности, между смысложизненными ориентациями и ценностями трудовой деятельности. Видимо, субъективные противоречия отражают объективный процесс формирования предпринимательства в современной России.