

**СЕМЬ МИФОВ О РОССИЙСКОЙ БИЗНЕС-ЭЛИТЕ:  
ИССЛЕДОВАНИЕ МЕНТАЛИТЕТА  
РОССИЙСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА (1)**

**К.И.Микульский,**

**Л.В. Бабаева,**

**А.Е. Чирикова**

*Москва*

*Статья представляет собой попытку проанализировать социальные ориентации и я-концепцию бизнес элиты на материале глубинного мягкого фокус-интервью. Выборка исследования базировалась на экспертизе и сопоставлении рейтингов, полученных различными российскими научными центрами (2) с учетом величины капитала, общественной репутации и авторитета среди коллег.*

**Миф о факте существования бизнес-элиты в России**

Социально-психологический капитал современных российских предпринимателей не позволяет говорить о бизнес-элите как о сформировавшемся слое.

Пока это не реальность, но, скорее, опережающее обозначение того, в чем Россия нуждается. И дело не только в том, что ни один из опрошенных нами бизнесменов не идентифицировал себя с бизнес-элитой, предполагая, что этих высот достиг не он, а "кто-то другой". Неожиданным был сам разброс в оценках принадлежности к бизнес-элите: 40% опрошенных нами лидеров бизнеса вообще отказывались размышлять о себе в категориях бизнеса и профессионализма.

Цитируем: "Элита - это понятие, к которому хочется принадлежать, когда начинаешь подниматься над остальными. Пока находишься в серой массе, над этим не задумываешься... Элита в бизнесе, чем она определяется? Деньгами, властью, мозгами, связями, энергичностью, успехами? Чем? Многих людей, работающих в бизнесе, я не могу отнести не только к элите, но даже к бизнесменам. Они не понимают моего языка... Я внутри своего бизнеса...".

В настоящее время, на наш взгляд, попытки объединения бизнес-элиты весьма неустойчивы, и это неслучайно: социальные установки

лидеров бизнеса, уровень их мотивации, самоидентификации свидетельствуют о психологической замкнутости этой группы и ее неготовности выходить за границы собственного дела. Более того, мы убеждены: становление "новых русских" будет тем успешнее, чем большее число разнообразных вариантов "выживания" и деятельности апробировано. Любое же искусственное объединение их в тот или иной "элитарный" круг похоже на некое поведенческое нормирование. Правда, процесс образования сообществ в бизнес-элиту постепенно набирает силу и пока не может быть связан, прежде всего, с финансовыми группами. Однако мотивом интеграции этих групп является потребность в усилении своего влияния и своей защиты. Пока мотивы этого объединения лежат внутри той или иной конкретной бизнес-деятельности и вовне проецируются лишь респектабельным имиджем. Для нас это не может не служить сигналом истинного процесса развития бизнес-элиты в России.

### **Миф о политизированности лидеров бизнеса**

Глубинные интервью выявили серьезные расхождения лидеров бизнеса по вопросу о целесообразности занятия политикой и формирования политических партий в России: 70% бизнесменов, охваченных исследованием, выразили негативное отношение к политической деятельности и нежелание выходить на политическую арену. В оценке политических партий их суждения также носили весьма осторожный характер. Выраженной была ориентация не на партии, а на лидеров партийных движений.

Бизнесмены, по большей части, видят в политической деятельности лишь средство, помогающее "другим путем" достичь целей в бизнесе. Анализ социальных установок бизнесменов привел нас к дискуссионному выводу, с которым, видимо, не будут согласны эксперты-политологи: лидеры бизнеса не демонстрируют внутренне сложившихся и ценностно окрашенных установок на политическую деятельность, что дает возможность говорить об их готовности к лоббистской, а не к политической деятельности.

Лидеры бизнеса проявляют интерес к политической ситуации, рассчитывая варианты развития событий, но длительно осуществлять политическую деятельность им достаточно сложно. Политическая деятельность строится на других основаниях и требует от бизнесменов новых, не свойственных им социальных типов лидерования. 2/3 опрошенных нами лидеров бизнеса отмечают невозможность серьезного отношения к политическим партиям в России. 70% бизнесменов отмечают полное нежелание формировать собственные партии, "заниматься конкретной политикой".

Цитируем "Я предпочитаю работать с профессионалами, которым не надо разъяснять примитивных вещей... Лидер же партии - это как директор завода,

он во многом должен убеждать многих. Я потерял такую коммуникативную мощь и внутреннее желание это сделать".

### **Миф о стремлении к сильной власти в государстве**

Распространено мнение, что российские лидеры бизнеса заинтересованы в "сильной власти", которая защищала бы их интересы внутри страны и на международной арене. Однако исследование выявило совершенно иную картину. Около 70% лидеров бизнеса настаивали на необходимости естественных моделей развития общества без усиленного вмешательства государства.

Конкретные ошибки государственной элиты состоят, по мнению лидеров бизнеса, в стремлении к усиленной опеке общества со стороны государства. Такая опека рассматривается бизнес-элитой как излишняя.

Существенным барьером на пути рыночной модернизации в России, по их мнению, является преобладание в государственной политике глобальных макроподходов, неумение видеть разнообразие ситуаций и выстраивать уникальные стратегии, в результате чего трансформация общества не сопровождается существенной трансформацией образа жизни, трансформацией социального типа. Государство и правительство стремятся изменить целое, а не отдельные его части.

В отличие от других групп общества предприниматели предлагают не умозрительные концепции развития общества, а модели, с помощью которых они достигли лидирующего положения в бизнесе.

Лидеры бизнеса не склонны анализировать сложившуюся ситуацию в парадигме известных понятий "социализм-капитализм", однако найти обозначение той новой модели "строительства", наблюдаемой сегодня в России, им не удалось. Предприниматели высокого ранга достаточно спокойно относятся к возможности использования капиталистических категорий, однако склонны думать, что их употребление возможно при условии поправки на "российский смысл". Бизнесмены довольно индифферентно отнеслись к возможности обсуждения третьего - специфического российского пути. Лишь треть их сочла возможным выделить этот вопрос для себя как значимый, оговорив при этом необходимость избегать крайних вариантов движения к будущему.

### **Миф о безнравственности российского бизнеса**

В России сложилась неоднозначная этическая оценка средств и способов, какими достигается богатство. Широко распространено представление о том, что бизнес не совместим с моралью, требует

отказа от главных этических норм. Между тем диалог с бизнесменами указывает на "выгодность" следования этическим принципам в бизнесе. Лидеры российского бизнеса рассматривают соблюдение моральных норм как своеобразную гарантию успеха и безопасности экономического и физического существования в бизнесе.

Цитируем: "Я не хочу зарабатывать деньги в бизнесе любой ценой. Здесь я исхожу исключительно из меркантильных соображений. Если я захочу иметь прибыль, я должен понять, какими средствами я ее собираюсь зарабатывать. Мне нужны определенное лицо, определенный имидж, определенный настрой, свой стиль работы... У меня должна быть своя аудитория, как в музыке... Тогда я смогу достичь пика самореализации. А моя самореализация - это тоже прибыль, кусочек прибыли. Поэтому я многое сегодня теряю, не входя в теневой бизнес. Не делаю этого не только потому, что я лучше других: цивилизованнее, этичнее, осторожнее. Я считаю - это невыгодно. Да, сегодня нелегальный бизнес дает хорошие барыши, но это исторически обреченный путь. Это невыгодно и с точки зрения комфорта. Если ты чувствуешь себя комфортно, то спокойнее ведешь бизнес, меньше дергаешься, создаешь себе имя. В тебя начинают верить, в тебя начинают вкладывать, ты движешься хоть и медленно, но неуклонно. И еще существуют внутренние тормоза... Пока я веду себя так, как мне приятно себя вести. Унижение внутри самого себя хочется свести до минимума".

Это высказывание хорошо иллюстрирует феномен органичного существования "нравственного императива" внутри личности бизнесмена. Выбор между: этикой и прибылью решается в пользу первой - так, в конечном счете, выгоднее.

Правда, другой бизнесмен уверен: "Этичность бизнеса - это вопрос личностный. Вопрос собственных убеждений. Ведь морали общества не существует. Существует мораль личности. В бизнесе для меня нет морали, ибо мораль в бизнесе - закон... Если выполняешь закон - значит морален, если не выполняешь - нет. Обман вне сферы законодательства, т.е. законный обман, - вполне нормальная и законная вещь в бизнесе. И рассматривать его как аморальное явление нельзя".

Бизнес - новое явление для России, и многие действующие бизнесмены, развернув свое дело, не прошли "ценностного" роста бизнеса. Сегодня модели их поведения формируются в достаточно агрессивной среде, где приходится преодолевать двойное давление: со стороны "далекого" окружения и со стороны "ближнего окружения". Такое давление формирует, с одной стороны, устойчивые "ценностные модели", следование которым воспринимается как выгодное, с другой - дает простор для творения новых ценностных моделей, конфигурация которых не всегда отвечает стереотипам массового сознания. Если этическая модель тормозит развитие бизнеса, то вопрос следования или не следования этической норме будет решаться исходя из личностных стратегий. Сами по себе общественные нормы потеряли сейчас свое регулирующее значение.

Парадокс российского бизнеса состоит в том, что этичность или неэтичность тех или иных поступков не определяется личностным выбором. Этичность самого субъекта не гарантирует этичности бизнеса в России. Он молод и сложно устроен. Новизна явления создает необходимость поиска оптимальных стратегий в имеющихся условиях конкуренции. Лишь устойчивость и стабильность бизнеса позволят разрешить этический парадокс российского бизнеса.

### **Миф о слабой конкурентоспособности российского бизнеса**

Устойчивый подход со стороны массового сознания к лидерам российского бизнеса не только у нас в стране, но и за рубежом может быть коротко сформулирован следующим образом: "новым русским" еще надо долго учиться умению делать успешный бизнес. Им не хватает образования и знания рыночных механизмов. Подобные утверждения, однако, ничуть не влияют на самооценку лидеров российского бизнеса. 35% обследованных бизнесменов утверждали, что по психологическому потенциалу российские бизнесмены не только не уступают западным, но и превосходят их в гибкости, в умении принимать нестандартные решения, в скорости принятия решений.

Типичная оценка одного из представителей крупного бизнеса: "Западным бизнесменам нужно, чтобы все было медленно, нам нужно, чтобы все было быстро. Они удивляются нашим темпам, но вынуждены с нами считаться. Думаю, авторитет российского бизнеса будет расти".

Общение с западным бизнесом обнаруживает существенные различия в деловой культуре российских и западных бизнесменов - различия, которые могут восприниматься западными коллегами как "недостаток" российских партнеров. Так, неоднократно отмечалась большая роль, которую играют в российском бизнесе межличностные отношения между деловыми партнерами. Неформальные межличностные связи нередко оказываются сильнее формальных соображений. Западные наблюдатели рассматривают это как "незрелость" российских бизнесменов. Между тем в условиях сложившегося состояния российской деловой среды и деловой этики такой подход вполне рационален.

Другая отличительная черта российской деловой культуры - многовариантность и ориентация бизнесменов на интуитивные стратегии, что западным коллегам может показаться излишней иррациональностью. Однако эта "иррациональность" вполне рационально осознается ее носителями и используется сознательно - как инструмент выживания в ситуациях с огромной неопределенностью (3).

"Потенциал опережения" российского бизнеса существенно снижается "неопределенностью" условий его существования в России. Невозможность устойчивого прогноза правил существования бизнеса завтра рождает отход от стратегических шагов с длительной перспективой и формирует образ российских бизнесменов как людей, заинтересованных в кратковременном успехе.

При этом очевиден большой интерес российских бизнесменов к международным деловым контактам. Около 70% лидеров бизнеса уверены, что будущее развитие российского бизнеса будет определяться успешностью "вхождения" российских бизнесменов в международные элитные группы. От 15% до 20% своего времени лидеры бизнеса тратят на взаимодействие с иностранными бизнесменами, что не может не влиять на внутреннюю картину оценок и желаемых достижений в бизнесе.

Процесс вхождения лидеров бизнеса в европейские и американские элитные группы идет сложно, но такая интеграция вполне возможна и в дальнейшем, видимо, будет усиливаться. Это поможет российским бизнесменам лучше оценивать свои возможности.

### **Миф о чисто утилитарной мотивации бизнеса**

Анализ представлений лидеров о движущих целях и мотивах их деятельности, внутренней картины собственных достижений показывает сложный и противоречивый характер действующих ценностей и мотиваций. Среди ведущих ценностей - стремление сформировать собственное имя и передать дело детям. Прагматические же ценности, как это ни парадоксально, практически не представлены в системе ценностных ориентаций. На вопрос: " В извечном выборе "Быть или иметь" что бы вы предпочли?" 80% бизнесменов ориентировались на позицию "быть".

Движущие мотивы в бизнесе определяются, прежде всего, желанием самоутвердиться, доказать возможность достижений за счет собственных усилий, умения сломить ситуацию, стремления к победе. При этом оценка внутренней картины собственных достижений лидерами бизнеса дала парадоксальные результаты. 75% респондентов не считают свои достижения значительным успехом и склонны объяснять их удачей или благоприятным стечением обстоятельств. 30% бизнесменов в описании своего дела фокусировались на "неудавшихся" задачах. Это не относилось к деятельности фирмы в целом. Личный успех психологически ограничивался достижением. Результаты интервьюирования показывают, что ценностная структура бизнес-элиты построена по процессуальному принципу - по достижению необходимой цели моментально "творится" новая цель, движение к которой становится главным.

К числу личностных качеств, которые, по мнению бизнес-элиты, обеспечивают успешность, были отнесены способность быстро

принимать неожиданные решения; умение рисковать; коммуникативные преимущества; агрессивность характера; интуитивные способности; умение работать с людьми; устойчивость поведенческих и ценностных стратегий в различных ситуациях.

Описание качеств, мешающих продвижению в бизнесе, образовало дихотомическую шкалу "мягкость-жесткость". Часть бизнесменов (25%) считали, что их управлению фирмой мешает излишняя жесткость, другие, наоборот, придерживались позиции, что их ограничителем является психологическая мягкость (35%). Таким образом, основная проблема лидеров бизнеса расположена в "пространстве влияния". Именно техника влияния в бизнесе во многом предопределяет успешность или неуспешность предпринятых шагов.

Следует отметить достаточно "спокойное" отношение к своим недостаткам и отказ от техники насилия в их коррекции. Уровень самооценности у бизнесменов является достаточно высоким. Некоторые из них склонны настаивать на "полезности" всех качеств, утверждая, что именно своеобразное сочетание формирует уникальность образа и неожиданно обеспечивает победу. Такие черты, как амбициозность и эгоизм, традиционно относящиеся к негативным, по мнению одного из бизнесменов, обеспечили ему быстрое продвижение в бизнесе.

Отказ от "усиленного преобразования" себя, умение увидеть даже в своих недостатках определенные сильные стороны неожиданно порождает "открытость" личности бизнесменов к преобразованию. Благодаря такой установке внутренние силы традиционно затрачиваются на психологическую защиту, канализируется в область личностных изменений. Такой психологический тип взаимодействия с самим собой формирует своеобразный личностный запас, позволяющий разрабатывать новые поведенческие стратегии.

И еще об одной интересной, обнаруженной нами в ходе анализа зависимости. Чем прозрачнее источники капитала бизнесмена, тем ярче он демонстрирует ориентацию на социальное партнерство - взаимопомощь, взаимовыручку...

Сейчас, на наш взгляд, происходит постепенная смена ценностных диспозиций. Переориентация эта обусловлена современной спецификой российского бизнеса, который не может больше развиваться за счет исключительно личностных качеств: доминирования, стремления к победе. Подобная мотивация эффективна только в ситуации войны, где безрассудство храбрых дает преимущество.

Видимо, ощущая это, 70% обследованных нами респондентов выразили заинтересованность в дальнейшей профессионализации себя в бизнесе. Отношение к бизнесу как способу доказать свои возможности сменяется стремлением к профессиональному самосовершенствованию. Смена смыслов предпринимательской деятельности сопровождается переориентацией самих экономических и

деловых стратегий. Рост капиталов и расширение масштабов деятельности усиливает ориентации на устойчивый бизнес.

### **Миф о прозападных ориентациях российских бизнесменов**

Неустойчивость и небезопасность российского бизнеса сформировали устойчивый миф о стремлении российских предпринимателей инвестировать свои средства исключительно в западную промышленность либо самим эмигрировать на Запад.

Результаты опроса не подтверждают распространение таких ориентаций.

Цитируем типичные высказывания: "За счет чего я делаю бизнес? За счет того, что я живу в этой стране. Я понимаю, как она живет... Я могу жить только в этой структуре...". "Я не только не хочу жить в другой стране, но и работать там. К чему мне стремиться туда, где нужно начинать все сначала... Интереснее двигаться в сделанном, если, конечно, не будут мешать. Россия - страна парадоксов, в ней можно многое сделать... Больше, чем в другой стране с устоявшимися традициями в бизнесе. Поэтому мне здесь интереснее...".

Умение ориентироваться в российском рынке и экономике, знание недостатков и преимуществ этого общества, специфики нравов предопределяет психологические установки лидеров бизнеса: укоренить в России свое дело, инвестировать в российское производство свои средства. При этом ни один из российских лидеров бизнеса не высказался против обогащения своего дела западными технологиями, совместными проектами с Западом.

### **Заключение**

Результаты нашего исследования позволяют утверждать: в российском бизнесе формируется новая группа лиц, способная трезво оценивать ситуацию. Партнерский диалог лидеров российского бизнеса с лидерами государства сегодня мог бы привести к неожиданным и конструктивным решениям. Отказываться от него - значит потерять возможность будущих эффективных шагов в экономическом и человеческом процветании России.

\*\*\*

1. Исследование осуществлено в рамках проекта "Элита России о настоящем и будущем страны" при финансовой поддержке РФФИ.
2. Бизнесмены России. 40 историй успеха. М., 1994; Возрожденная элита российского бизнеса. М., 1994.
3. **Бабаева З.Л.** Рэкет - санитар бизнеса. Маргинальность остается основной чертой российского бизнеса // Российская газета. 1995. №27 (1138). 4 февр.