

© 1994 г.

Г.А. РОДИОНОВА

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ УПРАВЛЯЮЩИХ ПРИВАТИЗИРОВАННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

РОДИОНОВА Галина Александровна—заведующая социологической лабораторией Нижегородского университета. В нашем журнале публикуется впервые.

Происходящие в последние годы под воздействием экономических и политических перемен изменения в общественном сознании нельзя оценить однозначно: высокий престиж коммерческой деятельности, предпринимательства сплошь и рядом не подкрепляется деловой и экономической активностью, интересом к экономической информации; стремление к материальному успеху вытесняет ценности профессионализма и угрожает падением качества труда; ориентация на частную форму собственности сочетается с безразличным отношением к правовому обеспечению реформ.

Многие экономисты и социологи полагают, что нравственные нормы, воплощенные в трудовой этике, являются регуляторами не менее эффективными, чем любой внешний контроль, включая контроль рынка и цен. Поэтому важно представлять складывающиеся нормы и ценности новой предпринимательской среды, — они не только накладывают некоторые ограничения на арсенал средств достижения индивидуальных целей, но оказывают влияние на сами эти цели. Так, осуществленные нами исследования свидетельствуют о стремительном росте престижа предпринимательской деятельности в молодежной среде: ценности, утверждающиеся у предпринимателей, служат ориентирами поведения для молодых и во многом определяют завтрашнее лицо нашего общества.

Предпринимательская этика, социальная ориентированность предпринимателей оказывают влияние на экономическую ситуацию и общественную стабилизацию.

В ходе исследования, посвященного проблемам и перспективам малого бизнеса в Нижнем Новгороде, мы попытались выявить ценностные ориентации предпринимателей. Было опрошено 182 управляющих малых приватизированных предприятий (всего на момент опроса — май 1993 г. — в Нижнем было приватизировано 644 предприятия).

Типологический анализ полученной информации позволил выделить три группы управляющих, существенно различающихся по целям своей деятельности, по занимаемому положению и имеющимся возможностям.

Первую группу (20% от выборки) можно условно обозначить как зарождающийся бизнес: покупка предприятия являлась для этих респондентов первым шагом в реализации долгосрочной программы. *Вторую* группу образовали представители более зрелого бизнеса (зрелого применительно к нашим условиям): для них приобретение предприятия явилось способом расширить свою деятельность в сфере торговли (21%). Наконец, в *третью* группу вошли те, кто и ранее руководил трудовым коллективом предприятия. Для них участие в приватизации — способ сохранить занимаемую должность (20%); эти люди остались на тех же управляющих позициях, которые занимали и в старой системе, поэтому обозначим их как старых управленцев — это название характеризует их взгляды, а не возраст, хотя они действительно несколько старше предпринимателей из других групп.

Явственно обозначились три жизненных ориентации, связанные с бизнесом, — самореализация, материальный успех и благополучие родных. Бесспорную и главную ценность для всех категорий руководителей представляет возможность реализовать свои способности в деле (табл. 1). На втором месте у старых управленцев благополучие семьи, родных, а у бизнесменов — материальный успех. На третьем месте у молодого бизнеса — высокое положение в обществе, а у зрелого — свобода, возможность самостоятельно принимать важные решения.

Все ценности зрелого бизнеса тесно взаимосвязаны: самостоятельное принятие решений обеспечивает самореализацию, а материальный успех является зримым критерием эффективного ведения дел. Не чужды зрелому бизнесу и альтруистические мотивы — помощь другим людям. Наиболее слабо выражены амбициозные стремления. Для этих людей бизнес представляет цель, а не средство достижения каких-то иных целей.

Ценности, связанные с бизнесом, %

Варианты	Выборка	Зарождающийся бизнес	Зрелый бизнес	Старые управленцы
Реализация своих способностей		47	59	50
Возможность занять достойное положение в обществе	18		15	6
Благополучие родных	18	16	3	31
Возможность оказать помощь другим людям	15	9	12	9
Материальный успех	38	28	50	19
Возможность самому принимать важные решения	15	9		0
Содействие развитию отечественной экономике	17		12	6
Возрождение славы российского предпринимательства	11	12	9	0
Возможность получить средства для осуществления заветной мечты	9	9	3	3

* Во всех таблицах респондент мог выбрать несколько позиций.

Старые управленцы, хотя и декларируют стремление реализовать свои способности, но возможность самостоятельного принятия решений для них не имеет никакого значения, даже материальный успех не является выраженным ориентиром, — его отметили лишь 19% (по выборке — 38%). В этой ситуации не приходится ожидать преобразований в деятельности руководимых ими предприятий — они в большей мере, нежели другие, привержены старой системе, в спектре их сегодняшних устремлений наиболее убедительной выглядит ориентация на семью.

Мировоззрение молодых бизнесменов не имеет такого выраженного завершенного характера, как у зрелых: видимо, критерием самореализации служит для них прежде всего материальный успех, но, вместе с тем, им хотелось бы развивать отечественную экономику, возродить славу российского предпринимательства, обеспечить благополучие семьи, для некоторых (9%) бизнес представляет средство достижения каких-то иных целей.

Зрелый бизнес связывает свои интересы только с деятельностью собственных фирм, социокультурная среда остается пока за пределами его устремлений, что проявляется и в приоритетных направлениях вложения прибыли. Эти люди реализуют себя главным образом именно как руководители фирмы: основные средства они считают необходимым направить на расширение производства, развитие фирмы (59%), увеличение заработной платы служащих (56%), повышение их профессионального уровня (29%).

Интересы старых управленцев не выходят за пределы предприятия, на котором они работают, но акценты расставлены несколько по-иному: на первом месте — увеличение зарплаты (56%), на втором — развитие фирмы (44%), на третьем — повышение профессионального уровня ее работников (31%). Если зрелый бизнес готов направить какие-то средства и на городское благоустройство (12%), и в здравоохранение (9%), то старые управленцы не вкладывают туда ни копейки: то, что останется после увеличения зарплаты, уйдет на расширение рекламной кампании.

Интерес молодых бизнесменов к социокультурной среде ограничивается городским благоустройством (здравоохранение, образование, наука и искусство не оправдывают в их глазах никаких инвестиций); увеличение заработной платы, развитие фирмы, реклама, личное потребление практически исчерпывают возможные направления вложения прибылей (табл. 2).

Итак, потребительские мотивации имеют большое значение в деятельности руководителей предприятия. В структуре их личных расходов приоритетными статьями являются укрепление здоровья и образование детей (табл. 3). Хотя респонденты не считают оправданными инвестиции в сферу здравоохранения, проблема укрепления здоровья стоит перед ними достаточно остро, особенно перед зрелыми бизнесменами и старыми управленцами, — личных средств на ее решение они не пожалеют и могут составить клиентуру платных медицинских учреждений города. Для молодых эта проблема пока не столь актуальна, их больше волнует квартирный вопрос, финансовый оборот, образование в сфере бизнеса, ориентация старых управленцев на семью подтверждается их намерениями вкладывать личные средства в первую очередь в образование детей.

Таблица 2

Направления вложения прибыли, %

Варианты	Выборка	Зарождающийся бизнес	Зрелый бизнес	Старые управленцы
Увеличение зарплаты служащим	53	66	56	56
Развитие фирмы, расширение производства	54	56	59	44
Повышение профессионального уровня работников	19	6	29	31
Расширение рекламной кампании	14	16	15	9
Личное потребление	11	16	3	9
Детские дома, дома престарелых	9	0	9	0
Городское благоустройство	8	6	12	3
Здравоохранение	8	0	9	0
Музеи, театры, реставрация исторических памятников	2	0	3	0
Сфера образования	2	0	0	0
Сфера науки	1	0	0	0

Таблица 3

Распределение личных доходов, %

Направления использования	Выборка	Зарождающийся бизнес	Зрелый бизнес	Старые управленцы
Укрепление здоровья	33	12	41	34
Образование детей	28	12	32	37
Коммерческий финансовый оборот	24	41	35	22
Квартира, собственный дом, мебель	20	25	18	16
Образование в сфере бизнеса	17	19	15	22
Вклад в банк	11	6	18	6
Покупка земли	9	12	6	12
Машина	7	0	0	6
Зарубежные поездки	4	3	0	3
Приобретение драгоценностей	4	3	0	3
Приобретение предметов старины, антиквариата, произведений искусства	3	3	0	3

Естественно предположить, что способ реализации тех или иных ценностей в значительной мере определяется финансовыми возможностями предпринимателей, о которых не имеет смысла спрашивать напрямую и приходится удовлетворяться косвенными данными.

Сбережения работников, как один из источников средств для покупки предприятия, отметили все категории респондентов, но ни для одной из групп этот источник не является главным: старые управленцы, как и представители зрелого бизнеса, воспользовались банковским кредитом, зарождающийся бизнес — собственными средствами. Прибыль прошлых периодов, как и заем у частного лица (или фирмы), отметили все категории респондентов. Результаты опроса заставляют предположить, что зарождающийся бизнес имеет достаточно прочное финансовое положение: соотношение источников собственных и привлеченных средств составило приблизительно 2:1 (у старых управленцев — 1:1), в этом случае характеристика «зарождающийся» указывает на начавшийся процесс перелива капитала в сферу легальной торговли (табл. 4).

Наиболее зависимыми в финансовом отношении выглядят старые управленцы — число названных ими источников привлеченных средств (кредит и заем) превышает число источников собственных средств (сбережения, прибыль). Кроме финансовой зависимости они в большей степени, нежели другие, связаны и ограничениями, наложенными на деятельность предприятия, основным из которых является запрет на изменение профиля. Максимальной свободы в этом смысле добиваются представители бизнеса.

Подведем итоги. Ценностные ориентации зрелого бизнеса тесно взаимосвязаны, кроме того, они

Источники средств для покупки предприятия, %

Варианты	Выборка	Зарождающийся бизнес	Зрелый бизнес	Старые управленцы
Банковский кредит	33	31	32	34
Собственные средства нового владельца	25	38	15	0
Сбережения работников		12	26	28
Прибыль прошлых периодов	15	22	18	19
Заем у частного лица или фирмы	14	9	15	16

наиболее полно реализуются в деле. Самой уязвимой выглядит позиция старых управленцев: декларируемая ими самореализация не подкреплена желанием и возможностью самостоятельно принимать ответственные решения. Незаинтересованность проблемами социокультурной среды характерна для всех типов управляющих; некоторые надежды в плане поддержки и развития этой среды внушают представители зрелого бизнеса.