

Валерий Пилипенко

**ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В УКРАИНЕ:
СУБЪЕКТЫ, ЦЕННОСТИ, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

Отечественное предпринимательство в „застойные” годы существовало в „теневом” варианте, предпринимательская деятельность „прорывалась” в жизнь в разных вариантах. Во-первых, часто использовались комсомольско-молодежные и партийные каналы, во-вторых, предпринимательство существовало вне рамок государственных (официальных) структур и было связано со „второй жизнью” (мелкая фарцовка, диссидентство, увлечение опасным спортом и т.д.). Вместе с тем были и профессиональные сферы, в рамках которых появились возможности для предприимчивости. К ним можно отнести материально-техническое снабжение, где (пусть и в изуродованном виде) прорывалось некое подобие рыночных отношений. Управленцы суть люди контактные, общительные, артистичные, подвижные и растропные. У них особый язык и взаимопонимание, конкуренция и взаимопомощь — точно так же, как среди торговцев и купцов. Постоянное балансирование на грани закона приучило их к разумному риску, тактической изворотливости, быстрому реагированию, развитию оперативной памяти.

В сферу бизнеса также стремились торговые работники, но в основном в рамках кооперативного общения и коммерческой торговли. На „олимп” бизнеса из них восходили единицы. Это объясняется примитивным, сугубо паразитическим характером их обогащения, не развивающего воображение и не требующего особого риска. Кроме того, постоянное чувство опасности, страх перед ревизией или директивами вырабатывал в них привычку „все подгрести под себя”, деньги „прятать в чулок”, не вводя их в оборот. Эти привычки сохраняются у торговых работников надолго, ограничивая их предпринимательские возможности. Среди отечественных бизнесменов редко встречаются гуманитарии (имеется в виду не род профессиональных занятий, а мироощущение, например, среди репортеров или режиссеров тоже могут быть хорошие предприниматели). Мышление отечественных бизнесменов концентрируется скорее на конкретном

объекте, нежели на абстракциях. Среди экономистов для бизнеса в большой мере приспособлены финансисты, чем аналитики, прекрасно разбирающиеся во взаимосвязях и динамике процессов, но беспомощные, когда необходим деловой совет по маркетингу. Юристы, как правило, довольно легко адаптируются в бизнесе, так как знают, как „обойти” статьи соответствующих законов.

Вопреки распространенному мнению о „профессиональной непригодности” отечественных предпринимателей, оказывается, что они довольно легко адаптируются на Западе и нередко делают карьеру в бизнесе. В первую очередь это касается руководящих, работников, прошедших серьезную школу в „советских” условиях. Ведь чтобы управлять в плановой системе, им приходилось так „изворачиваться”, что капитализм с его „стихией” воспринимается ими как „рай упорядоченности и рациональности”. Недостаток же профессиональных знаний с лихвой компенсируется колоссальной работоспособностью бывших советских директоров. В отечественное же предпринимательство наиболее успешно входят молодые люди, у которых сознание не „зашорено” „ценностями социализма”. Кстати, среди отечественных предпринимателей опыт руководящей работы имели 75,4%.

Говоря о нынешнем отечественном предпринимателе, необходимо отметить некоторые негативные черты в его социальном облике, обусловленные в определенной мере объективными обстоятельствами. Речь идет о том, что появление законодательных и идеологических послаблений в сторону рыночных отношений вызвало предпринимательский интерес у многих людей. И уже на первых порах состоялся „экзамен” на отбор и выживание, разделивший наше купечество на две категории – „фарцу” и „деловых людей”. „Фарца” – это многочисленная категория нуворишей, сколотивших в общем-то небольшие капиталы довольно легко, действуя по отработанной схеме в условиях экономического хаоса и пустоты потребительского рынка, который они быстро, размножившись, заполнили третьесортной продукцией и держатся на поверхности лишь благодаря его „уникальности”.

Деловой же человек отличается от „фарцы” характером использования дохода: равнодушием к роскоши, пренебрежением к одежде, азартной работоспособностью, аскетическим отношением к развлечениям. Можно уверенно прогнозировать, что будущее отечественного предпринимательства за деловыми людьми, истинными бизнесменами.

Предпринимательство – это образ жизни, поэтому, пока не изменится психология населения (которое на 99% „советское”), бесполезно ожидать

„прихода” рыночной экономики. Рынок эффективно работает лишь при культурной и психологической готовности к ответственному, честному рыночному предпринимательству, наличию или возникновению в культуре каких-то аналогов веберовского „бескорыстного” капитализма. Вез наличия этих культурных основ рынок может стать источником не обогащения народа, а его нищеты. Эффективный рынок будет возможен лишь тогда, когда сформируются адекватные к рынку и нашей культуре мотивации рыночного предпринимательства, когда образцом для подражания будет честный предприниматель, работающий из чувства долга и потребности в труде, когда вырабатываются отечественные формы рыночной экономической жизни.

В настоящее время на всех уровнях хозяйствования ощущается острейший недостаток предпринимательской активности работников, предпринимательской мотивации трудового поведения. За прошедшие десятилетия в стране не просто произошла эрозия предпринимательства, но были выкорчеваны его корни. Поэтому на современном производстве мало людей, которые внутренне самостоятельны, свободны, готовы к творческой, решительной деятельности, ответственности за ее результаты. Обобщение практики хозяйствования последних лет свидетельствует о том, что старшее поколение работников с „отбитым” стремлением к самостоятельной деятельности, с „минимальной” потребительской психологией не готово к активной предпринимательской деятельности. К предпринимательству потенциально наиболее предрасположена молодежь с ее высокими запросами и стремлением к максимальной самореализации. Так, рост кооперативного сектора идет в настоящее время в основном за счет 28–42-летних работников. Именно в данной возрастной группе успешно формируются интерес к бизнесу, предпринимательская психология.

Вместе с тем освоение предпринимательской деятельности суть трудный, противоречивый процесс. Его сложности связаны не только с экономической ситуацией, но и с нравственным состоянием общества. Ведь непоследовательность экономических преобразований, отсутствие четко отработанных правовых механизмов плюс бездействие существующих законов создали невиданные ранее возможности для получения незаработанных денег. Как следствие, стала стремительно распространяться практика игнорирования любых нравственных преград, делать деньги любым путем. Такая психология вседозволенности особенно разрушительно действует на молодых работников, формируя у них беспринципность в сфере трудовой деятельности, в области распре-

делительных отношений. Несомненно, с переходом экономики на рыночные рельсы указанные недостатки предпринимательства должны исчезнуть. Однако при этом следует осознать тот факт, что в „поле” предпринимательской деятельности проявят себя не только свободная конкуренция на рынке товаров и услуг, но и многоуровневая теневая экономика, дельцам которой неведомы нравственные критерии, что представляет серьезную опасность для цивилизованного предпринимательства.

Особенности развития предпринимательства в Украине таковы, что оно происходит в основном в рамках государственных структур, внутри которых мотивы власти имеют для социального продвижения большую значимость, чем мотивы достижения. В таких условиях умение действовать в рамках властных структур может пригодиться предпринимателю в большей степени, чем умение вести дела по классической, западной схеме предпринимательской деятельности (которая, конечно же, и на Западе далеко не всегда выполняется). Поэтому можно предположить, что высокая выраженность мотива власти у предпринимателей в отечественных условиях будет иметь большое значение для успеха предприятия, чем мотив достижения. Это может создать специфический облик социального предпринимательства, тесно связанного с государственным аппаратом, что в свою очередь, будет способствовать усилению роли последнего в общественной жизни.

У наиболее преуспевающих предпринимателей, высокие доходы в структуре ценностей занимают одно из наиболее низких мест (лишь 28,5% отметили их значимость для себя), но высок рейтинг стабильности общественного положения (42,8% ответов) – ценность, характерная больше для представителей управленческих структур. При этом респонденты, доминирующим мотивом предпринимательского поведения которых является „возможность влиять на людей”, выше, чем другие, оценивают наличие у коллег отрицательных моральных качеств и ниже – положительных, что в значительной степени характеризует их отношение к социальному окружению.

Если же говорить вообще о ценностях жизни, то у предпринимателей на первом месте стоит свобода (самостоятельность, независимость в суждениях и поступках) – на это указали 53,8% респондентов. Далее следуют такие ценности, как здоровье (47,7%), счастливая семейная жизнь (46,2%), наличие хороших и верных друзей (44,6%), активно-деятельная жизнь (41,5%). О ценностях непосредственно предпринимательской деятельности дает наглядное представление табл. 1.

Таблица 1

Ценности предпринимательской деятельности

Ценности	„Вес” ценностей	
	%	ранг
Возможность действовать самостоятельно	76,9	1
Высокие доходы	36,9	4
Ощущение стабильности своего общественного положения	9,2	8
Возможность влияния на деятельность людей и организаций	15,4	6
Общение на равных с представителями элиты общества	0	9
Возможность заниматься интересным, любимым делом	56,9	3
Возможность помогать людям	13,8	7
Возможность проявить свои способности	61,5	2
Возможность приносить пользу обществу	18,5	5
Относительно легкий труд	0	9

Предпринимательство имеет и свои отрицательные стороны – „антиценности”. Так, респонденты (предприниматели) считают, что к „негативу” в их деятельности можно отнести отсутствие социальных гарантий, большой риск (на это указали 73,8% опрошенных), отрицательное отношение к предпринимателю значительной части общества (21,5%), необходимость иметь дело с нечестными людьми (36,9%), отсутствие возможности приносить пользу обществу своей предпринимательской деятельностью (3,1%), необходимость установления высоких цен на продукцию (30,8%) недостаточно высокий уровень доходов (24,6%), отсутствие возможностей развивать и укреплять производство (41,5%), рутинность, неинтересность процесса предпринимательской деятельности (4,6%). Не видят отрицательных сторон в предпринимательстве лишь 7,7% опрошенных.

К тому же предпринимательская деятельность не протекает в „вакууме”, на нее оказывает определенное влияние окружающая среда (табл. 2).

Таблица 2

Влияние на развитие предпринимательской деятельности различных социальных институтов (%)

Ценности	Мнение респондентов			
	влияет в значительной степени	влияет в незначительной степени	не влияет	затрудняюсь ответить
Общественное мнение	31,2	50,0	14,1	4,7
Информация в среде предпринимателей о деятельности других предприятий	54,0	40,0	1,6	4,8
Работа прессы, радио, телевидения	50,8	42,9	3,2	3,2
Деятельность правительства	88,7	6,5	4,8	0
Законодательная деятельность Верховного Совета	85,9	10,9	3,1	0
Деятельность мафиозных структур	28,6	52,4	4,8	14,3

Представляется, что у молодых людей, еще только предполагающих заняться предпринимательской деятельностью, под влиянием иных условий социализации мотивы достижения будут выражены значительно больше, чем у „нынешних” предпринимателей, а мотивы власти – меньше, что может породить несоответствие между мотивацией представителей молодого поколения и нормами делового и межличностного взаимодействия, сложившимися в предпринимательской среде. Это в свою очередь, может увеличить разрыв между поколениями. В настоящее же время конфликт между поколениями во многом определяется доминирующим типом культуры. Речь идет о разграничении между тремя типами культур – постфигуративной, где дети учатся прежде всего у своих предшественников, конфигуративной, где дети и взрослые учатся у сверстников, и префигуративной, где взрослые учатся у своих детей. Становление же и развитие молодых предпринимателей будет происходить в большой мере в рамках префигуративной культуры.

Таким образом, на основании изложенного представляется возможность сделать ряд выводов:

1. Основанными факторами, препятствующими развитию предпринимательства в Украине, являются неблагоприятная моральная атмосфера

в среде предпринимателей, неадекватная мотивация предпринимательского поведения, аномическое состояние общества в целом.

2. Характер отечественного предпринимательства в ближайшие годы будет определяться значительно большим, чем в промышленно развитых странах, влиянием государственных институтов, и мотив власти будет иметь в предпринимательском поведении сравнительно большой вес. В таких условиях высокая вероятность конфликта установок молодежи, входящей в предпринимательскую деятельность, и норм, стереотипов, сложившихся в предпринимательской среде. Это, в свою очередь, может привести в недалеком будущем к кризису социальных ожиданий молодежи, социальной деградации значительной ее части. В связи с этим представляется необходимым создание идеологии отечественного предпринимательства, которая видится нами как идеология „светского протестантизма”, выдвигающая морально-этические принципы уважения личности, ее независимости, ориентации на собственные силы, предприимчивость, благотворительность.

3. Следует стимулировать мелкое предпринимательство, создающее необходимую среду для формирования „среднего класса”; развивать антимонопольное законодательство, создавать условия для разукрупнения производства.

БИБЛИОГРАФИЯ

Компас российского предпринимательства, Изд. центр „Аура”, 1992.

Кретов С. И., *Предпринимательство: сущность, директивы и перспективы*, „Знание”, Москва, 1992.

Открытая книга предпринимательства, Техинвест, Москва, 1992.

Пашкус Ю. В., Мисько О. Н., *Введение в бизнес: Практическое пособие для предпринимателей*, „Северо-Запад”, 1991.

Walery Pilipienko

DEVELOPMENT OF ENTERPRISE IN UKRAINE: SUBJECTS, VALUES, PERSPECTIVES

Development of local enterprise is connected with economic situation as well as moral condition of the society. Enterprise is now developing in situation of anomy when quite a big part of the society negatively estimates or is indifferent to moral norms and duties. During next years the character of the

local enterprise will be influenced by state institutions much more than in postindustrial countries. The motive of power will play an important role in enterprise activity. In these circumstances there is probability of conflict between expectations of the youth starting management activity and norms and stereotypes that are common in environment of businessmen. Therefore it is necessary to establish an ideology of local enterprise, that would be based on moral and ethical rules of respecting independence of personality.

Walery Piliipenko

**ROZWÓJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI NA UKRAINIE:
PODMIOTY, WARTOŚCI, PERSPEKTYWY ROZWOJU**

Złożoność rozwoju rodzimej przedsiębiorczości związana jest nie tylko z sytuacją ekonomiczną, ale i z moralnym stanem społeczeństwa. Kształtowanie się przedsiębiorczości odbywa się w sytuacji anomii – takiej sytuacji w społeczeństwie, kiedy niemała część jego członków, której znane są normy moralne i określone obowiązki, odnosi się do tych norm negatywnie bądź obojętnie. Charakter rodzimej przedsiębiorczości w najbliższych latach będzie określony przez wpływ instytucji państwowych w o wiele większym stopniu niż w krajach rozwiniętych przemysłowo, a motyw władzy będzie miał w działalności przedsiębiorców stosunkowo dużą wagę. W tych warunkach istnieje wysokie prawdopodobieństwo konfliktu między nastawieniami młodzieży podejmującej działalność gospodarczą i normami oraz stereotypami, które powstały w kręgach biznesu. W związku z tym konieczne jest sformułowanie ideologii rodzimej przedsiębiorczości, która oparta będzie na moralno-etycznych zasadach poszanowania osobowości, jej niezależności i orientacji na własne siły.