**Содержание**

Введение

Бизнес-слой российского общества.

Особые черты наших бизнесменов

Образ наших бизнесменов

Кланы и группировки

Заключение

Список использованной литературы:

**Введение**

Существование предпринимателей и предпринимательства – объективная реальность сегодняшнего дня. Не вызывает сомнения, что предприниматели - это наиболее активная и мобильная часть общества. Но можно ли говорить о предпринимателях как о сформировавшейся, устоявшейся и достаточно однородной профессиональной группе? Реальные условия конкретного бизнеса, его размер создают свой социально-психологический тип предпринимателя, особенности его социально-профессиональных характеристик. Само становление профессии предприниматель происходило на протяжении длительного времени, прежде чем приобрело современный облик.

В отечественной и зарубежной литературе нет единства в трактовке современного предпринимательства, мотивов деятельности предпринимателей, особенностям их социально-психологических качеств. Споры, в основном, ведутся вокруг отличительных и социально значимых черт предпринимателей. Наиболее распространена точка зрения, согласно которой отличительным признаком предпринимательства выступает его инновационный характер[[1]](#footnote-1).

**Бизнес-слой российского общества**

По мнению Т.И. Заславской, необходимо различать предпринимательство в узком и широком смыслах; она предлагает к собственно предпринимателям (в узком смысле) относить ядро группы, отвечающее всем базовым признакам предпринимательства. Для определения более широкого круга лиц, причастных к предпринимательской деятельности, она вводит новый термин «бизнес-слой» как родовое понятие, объединяющее всех россиян, в той или иной степени занятых бизнесом, начиная с собственников предприятий, банков и фирм, кончая наёмными работниками. По данным исследования « Мониторинга экономических и социальных перемен в России», проведённого ВЦИОМ и Интерцентром с марта по декабрь 1993г. и охватившего 2354 работника, бизнес-слой хотя и различен, не однороден, но достаточно многочислен – 11,5% всего работающего населения.[[2]](#footnote-2)

Бизнес-слой можно определить как совокупность объектов производительной, коммерческой или финансовой деятельности, осуществляемой с целью получения прибыли, автономно принимающих экономические решения и несущих за них личную ответственность. Это широкий круг лиц, причастных к предпринимательской деятельности, узкий сегмент которого, или «ядро», составляют предприниматели в собственном значении слова.

Так называемый бизнес-слой неоднороден по своему составу и охватывает, по данным мониторинга ВЦИОМ, 11,5%[[3]](#footnote-3) экономически активного населения России. Он распадается на ряд групп:

* собственно предприниматели (11%)
* самозанятые (11%)
* бизнесмены – менеджеры (7%)
* менеджеры – совладельцы (7%)
* «классические менеджеры» (18%)
* полупредприниматели (46%)

Полупредприниматели, занимающиеся предпринимательством лишь часть времени, составляющие около половины бизнес-слоя, а другую – работающие по найму работают 71% занятых бизнесом. Большинство бизнес-слоя еще не выделилось из категории работников наемного труда. А собственно предпринимательское ядро, отвечающее общепринятым представлениям, составляет всего 1 – 1, 5% экономически активного населения.

Конституирующими признаками предпринимательства выступают деятельность, направленная на получение прибыли; свобода и автономность экономических решений; самостоятельный характер деятельности, выражающийся в личном риске и личной ответственности. Предприниматели как самостоятельная социальная группа российского общества операционализируются по критериям социальной стратификации: политический потенциал группы (объем властных и управленческих функций), экономический потенциал (масштаб собственности), а также социокультурный потенциал (уровень образования, квалификации и т. д.).

Предприниматели – это собственники капитала, лично руководящие предприятиями или бизнесом.

Хотя менеджеры и предприниматели из одной и той же породы людей, между ними есть различия, наложенные характером работы: первые трудятся в организации, а вторые – на свободном рынке. Оказалось, что поведение менеджеров – это чаще всего приспособление к старому, а предпринимателей – его изменение.

Менеджер – это человек, вникающий во все детали, он изменяет окружение и делает его лучше таким образом, что не выходит за рамки установленных организацией норм и правил. Напротив, предприниматель, как всякий новатор, предпочитает вносить разнообразие.

Исследования свидетельствуют, что выходцы из семей бизнесменов имеют больше шансов открыть собственное дело. И неважно, удачным или неудачным был бизнес родителей. И неважно, удачным или неудачным был бизнес родителей. Главное – передать любовь к своему делу и первоначальные навыки. Правда, этим мир бизнеса не отличается от других профессий, особенно интеллигентных, где преемственность поколений и трудовые династии также играют определяющую роль.

Исследование, проведенное Институтом социологии РАН в 1986 – 1993 гг., свидетельствует, что в качестве социальной базы формирования прослойки предпринимателей выступают три группы. Первая – управленцы. Их переход в предприниматели логичен. И в советское время, и ныне управленцы являлись и являются одной из наиболее влиятельных социальных групп. Именно они распоряжаются материальными и другими ресурсами российского общества. Не удивительно, что бюрократический класс оказался в выигрыше от набирающего силу процесса приватизации. В их руках – не только материальные ресурсы, но и ресурс, всегда являвшийся в России одним из самых значимых, а именно – полезные социальные связи. При отсутствии стабильных правовых норм и правоохранительного контроля эти связи становятся основным гарантом любой предпринимательской деятельности, базой, на которой в значительной мере развивается частный сектор. Вторая группа – специалисты. Их переход в предпринимательский класс обычно сопряжен с сокращением финансирования бюджетных организаций. Третьим источником пополнения предпринимателей стали те, кто окончил институт или техникум. Исследования показывают, что среди молодых людей процесс социального расслоения нарастает быстрее, чем в обществе в целом.

Возвращаясь к попытке выделить наш бизнес-слой, обратимся к самому очевидному его участнику - так называемому директору предприятия, или говоря несоветским языком, топ - менеджеру или senior executive. Среди них также наблюдается значительное расслоение. Грубо очерчивая его границы, можно разделить директоров на 4 типа:

1. Очень предприимчивые господа, они поставили доставшиеся им в наследство от советской системы предприятия на новые рельсы, модернизировали и сделали весьма конкурентоспособными в новых рыночных условиях;
2. Те, что разбогатели, "утопив" свои предприятия и "слив" их основные активы в аффинированные структуры (родственники, друзья, партнеры). Как правило, сами предприятия фактически стоят, либо вообще объявлены банкротами и закрыты;
3. "Красные директора", которые и не обогатились, и не сумели поднять свои предприятия. Собственно их даже не совсем правомерно относить к бизнес-слою, ибо "красные" не входят ни в одно из наших понятий, кроме того, они - исчезающий вид в нашей экономике (слабые динозавры обречены, быть пожранными более сильными - хищниками);
4. Особняком стоит небольшая группа директоров предприятий-монополистов (часто, полугосударственных). Однако, если до последнего времени они жили в относительном спокойствии (монопольное положение - особенно на местных рынках, взаимозачеты, бартер - просто "Клондайк" для обогащения), то в последнее время их положение способно сильно поколебаться (как в связи с ростом контроля государства, так и ростом конкуренции на многих прежде закрытых рынках).

Другой возможный способ приблизиться к бизнес-слою - разделить его представителей по сферам деятельности: на товарную, торговую и финансовую сферы, и рассмотреть их портреты. Для реализации поставленной задачи обратимся к исследованиям Р.В.Рывкиной, результаты которых приведены в ее книге "Драма перемен".

1. Производственники. Они, безусловно, одни из пионеров российского бизнеса. Они начинали в тяжелейших условиях, но помня о тяготах советской экономики, сравнивали свое новое положение с эпохой СССР, видели многие плюсы и искренне верили в успех своих начинаний, а испытываемые трудности оценивали лишь как издержки перехода "на новые рельсы". Сейчас они чувствуют себя хозяевами своего дела - его собственниками, владельцами, тем более что очень часто они сами его и поднимали из руин советского хозяйствования. Все они работают не на план, а ради личного жизненного успеха (правда, не обязательно совпадающего с успехом общественным), как экономического, так и социального. Они - свободные люди, ориентированные на успех и добивающиеся его (нередко любой ценой). Многие из них ведут дела в масштабах десятка стран, лоббируя свои интересы и за пределами нашего государства. Трудности работы в современных условиях подталкивают их на теневизацию отношений, но в последнее время наблюдается и обратный процесс.
2. Коммерсанты. Они сильнее всех связаны с потребителем, поэтому наиболее динамичны. По характеру своей деятельности коммерсанты весьма неоднородны. В их состав входят и "челноки", зарабатывающие на продаже привозимых товаров, и те, кто занимается более легальным торговым бизнесом, менеджеры фирм-посредников, совладельцы и т.п. Личные цели их деятельности сродни производственникам, однако они более гибки, ибо им приходится постоянно находить общий язык с "наезжающими" государственными и криминальными структурами. В последнее время криминальный рэкет институализировался (цена спокойствия входит в арендную плату), а государственный - нет (возможно, из-за чрезмерной жадности госструктур и просто их непомерного количества), поэтому конфликты продолжаются. Однако никто уже не делает тайны из необходимости платить взятки и договариваться с чиновником, как то было первоначально.
3. Финансисты. В состав этой группы входят senior executives банков, страховых компаний, инвестиционных и других, обеспечивающих "финансовый пульс" экономики. Они начинали работать с нуля: заново вырабатывали критерии успеха, принципы взаимодействия с кредиторами и вкладчиками, с партнерами и госбанками, Минфином, МВД и преступными группировками. До недавнего времени слой был самым опасным (в 1993 году более 30 банкиров погибли от рук киллеров), пока в последнее время их не обогнали чиновники (представители финансовых организаций, а ля Служба налоговой полиций или та же ФСФО). Но они до сих пор испытывают серьезное давление со всех сторон. Можно со всей уверенностью констатировать излечение представителей этого слоя от "банковского инфантилизма" - представления о том, что финансами можно заниматься "не марая рук" (многочисленные примеры передела собственности и хищения госсредств это подтвердили - чего только стоит потеря в Инкомбанке многих миллиардов на восстановление Чечни). Опыт последнего десятилетия продемонстрировал, что российские финансисты всегда оказываются в гуще войны за те или иные куски собственности, за места во власти, за западные заказы, кредиты и т.п. Соответственно финансовая элита стала одной из самых влиятельных групп в системе социальной стратификации.

**Особые черты наших бизнесменов**

Теперь настало время поговорить и некоторых национальных чертах управления, что, безусловно, имеет прямое отношение к рассматриваемой теме, ибо управление - одна из основных функций нашего бизнес-слоя.

Большинство исследователей сходятся во мнении, что наиболее яркой и отличительной чертой появившихся в последнее время управленцев является творчество или креативность. Проявляется это в том, что в экстремальных ситуациях многие русские управленцы мыслят гораздо позитивнее западных, которые стремятся избегать каких-либо радикальных преобразований. Другими словами, несмотря на весь негатив, существующий в социальном и экономическом пространстве, наши управленцы легко находят конструктивные решения. Ряд специалистов, правда, считает, что мощный заряд креативности российским руководителям дает та исключительно жесткая среда, в которой они работают. Соответственно, как только она нормализуется, творческая жилка должна ослабнуть. Вполне возможно, так оно и будет, но, во-первых, это случится по крайней мере нескоро, а во вторых, правильнее в такой ситуации стать не фаталистами, а профессионалами. Существует, кроме того, весьма аргументированная точка зрения, согласно которой наш управленец, чувствующий себя в нестандартных ситуациях "как рыба в воде", совершенно скисает, погрузившись в повседневную текучку. Решение такой проблемы давно существует на западе, где принятие решений day-to-day делегируется членам команды (к этому мы еще вернемся), что освобождает руководителя для стратегических решений.

Говоря же о стратегических способностях наших управленцев, следует отметить, что наши руководители вообще слабо ориентированы на будущее, то есть не создают стратегических установок на пять-десять лет. Запад же в этом смысле более конкурентоспособен, потому что там людей специально учат мыслить стратегически. Но, с другой стороны, принимая неопределенность как норму жизни, отечественные управленцы мобилизуют в своей деятельности годами накопленную привычку иметь несколько стандартов поведения. Для русских вообще в порядке вещей одновременное действие неких правил и правил, как нарушать эти правила. Это увеличивает способность к выживанию в самых неблагоприятных условиях. Собственно, умение жить не по инструкциям, действовать по ситуации и есть новаторство, или опять та же креативность. Американцам, например, гораздо сложнее приспособиться к подобным условиям существования, они теряются, пытаясь определить, по какому сценарию разворачивается ситуация, им, может быть, нужен специальный тренинг - как выживать в ситуации полной неопределенности. Наш же человек умеет это делать благодаря национальному опыту - он просто имеет штук десять сценариев развития действия в голове. Учитывая, что весь мир в силу социальных, экономических, организационных и других причин неизбежно идет к снижению определенности, эта наша черта вполне возможно может стать серьезным конкурентным преимуществом.

Две других немаловажных черты - это стремление к гармонии в коллективе, с одной стороны, и жесткая авторитарность управления, с другой. Очевидно, это две взаимоисключающих черты, неизвестным образом сочетающихся у русских руководителей. Многие специалисты доказывают, что стремление к гармонии вообще является стрежневой сущностью российской модели управления, с другой стороны большинство исследований подтверждают наличие в той или иной степени авторитарности управления в большинстве компаний. Многие руководители делают ставку на лояльность родственников и знакомых, но при этом не устают демонстрировать в компаниях насилие и нежелание играть по каким-либо правилам. Поэтому топ-менеджмент избегает делегировать полномочия и ответственность второму эшелону в своих компаниях, предпочитая все сделать самим, все лично держать под контролем. Причин, как всегда, множество - недоверие к подчиненным, недостаточная квалификация последних, но наиболее распространенная - неумение эффективно замотивировать своих работников. В то же время неформальные отношения, процветающие во многих компаниях, зачастую способны до предела замотивировать сотрудников (САМ главный может придти на станок рабочего и сказать: "Мужик, выручай, надо, щас все только от тебя зависит!" - после чего крепко пожмет руку, сунет бутылку - так рабочий на все 200% выложится!).

Другая сторона авторитарности - стремление к контролю за всем циклом своего бизнеса: подчинение сбыта (свой торговый дом), расчетов (карманный банк), поставок (вплоть до всех возможных комплектующих и всего сырья). Чем полнее вертикальная интеграция, завершеннее набор сопряженных производств, тем уверенней чувствует себя новый бизнесмен, ведь все контролируется. В последнее время эта тенденция активно распространяется на власть - крупнейшие корпорации начали активно проводить "своих ребят" на губернаторские и мэрские места.

Возвращаясь к внутреннему состоянию российских компаний, нельзя не упомянуть еще несколько существенных аспектов. Во-первых, существующая система принятия решений далека от совершенства. В русском бизнесе давно прошла эпоха наивности и вера в многочисленные собрания акционеров, советы директоров, напряженную работу правления и т.п., как это происходит на западе. Безусловно в толковых фирмах все эти структуры работают, но важнейшие решения принимаются не в них. Такие решения принимаются вечером, ночью, в закрытой среде, без посторонних. Такие хозяйские тусовки в разных компаниях называют по-своему: "свои ребята", "отцы-основатели", "ближний круг", "наш диван" или даже "пацаны".

Наконец, еще один модный в последнее время прием в российском бизнесе - разводка, все также истекающий из авторитарности наших руководителей. Разводка - это интриганство, сталкивание лбами, клевета, донос, шантаж. Это что-то типа "разделяй и властвуй" в русском прочтении (вспомнилась одна знаменательная фраза из Ю.Латыниной - "Император только тогда может чувствовать себя в безопасности, когда его слуги постоянно враждуют между собой, ибо, стоит им договориться, и они скинут его с престола"). Обычно разводят:

* своих коллег и партнеров по бизнесу, усиливающих позиции внутри компании;
* сотрудников компании, дабы не возникали влиятельные неформальные коалиции;
* усиливающихся конкурентов, сталкивая их между собой и с властями;
* власти, стравливая ведомства, министерства, политические группировки.

Роль разводки становится настолько велика, что в руководстве многих компаний топ-менеджеров, отвечающих за PR, GR (government relations), IR (investors relations), безопасность, становится больше, чем занимающихся маркетингом, финансами, производством и т.п.

**Образ наших бизнесменов**

В первую очередь стоит обратиться к результатам исследования западных ученых из проекта GLOBE, которые нарисовали такой общий для России образ руководителя: "Это - противоречивая личность с явно выраженным жестким автократичным стилем поведения. Обладает способностью принимать индивидуальные решения и принимать на себя ответственность за эти решения. Он или она автономны, не пытаются сохранить лицо, действуют открыто, быстро и достаточно компетентно в нестабильной внешней среде. Лидер слабо нацелен на конечный результат деятельности, он более ориентирован на сам процесс, будучи в то же время очень внимателен к статусу. Тем не менее агрессивный стиль поведения и отсутствие видения будущего не позволяют ему стать сильным харизматическим лидером". Не самый обнадеживающий отчет, но в то же время весьма правдивый.

Если же говорить о новом бизнес-слое подробнее, то следует отметить некоторые важные тенденции последних лет.

Капитаны нового российского бизнеса - люди преимущественно с отличным образованием и высоким уровнем культуры (нередки ученая степень, красный диплом, иностранные языки, почти профессиональные занятия поэзией, философией, музыкой, живописью). Большинство "предпринимателей-от-ПТУ" либо остались за бортом современной экономики, либо были вынуждены поднимать свой уровень, чтобы продолжать держаться на плаву...

Рабочий день обычно изматывающий - более 12 часов в сутки (с раннего утра до часа-двух ночи), отсутствие выходных (вернее, выходные выпадают случайно) и короткие отпуска (порой до десяти дней в году). Плюс к этому частые поездки за рубеж, что вызывает постоянную проблему акклиматизации и адаптации к резкой смене часовых поясов.

Среди ценностей этой группы на первый план выступили: личная независимость (Я - сам себе Ельцин!), умение бороться, иметь свое дело, твердо стоять на ногах и достойно жить независимо от прихотей судьбы, наконец, оставить что-то в наследство своим детям.

Бизнесмены женаты. В семье один-два ребенка. Жены имеют высшее образование, но рано бросили работу, все свое внимание уделяя воспитанию детей и себе. К семейному бизнесу относятся негативно, как к чему-то недостойному уважения. В зависимости от состояния здоровья уделяют основное внимание активному отдыху, либо сохранению здоровья и «культурным программам» (посещение всех премьер, спектаклей столичных артистов и др.).

Дети, получив образование (высшее техническое или среднее специальное), сразу же включились в бизнес отцов. В настоящее время (возраст 28-35 лет) они выступают в роли ведущих менеджеров в семейном бизнесе, реализуют тенденции развития. Молодое поколение вносит в бизнес новейшие достижения НТП, включая компьютеризацию, информационные технологии, новые методы организации труда персонала и управления им.

Новая страта стремится к новым ценностям. Но для того, чтобы жить в соответствии с этими, новыми «новорусскими» ценностями, нужны существенные дополнительные условия, в той же степени как нужна иная социокультурная среда для выбранного вида деятельности. Поэтому этим людям, как ни парадоксально, труднее остаться или стать самим собой, чем тем людям, кому нечего (или мало что) терять. Именно поэтому новый тип стремиться усилить свое Эго внешними атрибутами, имиджем и др.[[4]](#footnote-4), т.е. «казаться, а не быть» (К.Прутков). Можно выделить два поведенческих этапа. Для первого этапа характерна скрытность (стремление «прибедняться»), для второго этапа характерна броскость («пускать пыль в глаза»). Его атрибуты: дорогой сотовый телефон, престижный автомобиль («иномарка»), занятие исключительно дорогими («модными») видами спорта.

Образ будущего прорисовывается слабо. У старшего поколения - ориентация на последующее свертывание бизнеса и уход «на покой». У младшего поколения (наследников) - большой удельный вес занимает гедонизмическая направленность. В то же время по мере увеличения вклада собственных усилий в организацию бизнеса возрастает заинтересованность в грамотном (профессиональном), высокоэффективном ведении дела. Прогноз успехов своего бизнеса в последнее время они связывают с собственным профессионализмом, и поэтому ориентируются на повышение своей квалификации (в области менеджмента, экономики, психологии, маркетинга услуг и т.д.)

Первоначально критерием успеха была возможность "кинуть понты" (высокие заработки), сейчас же это высокие заработки в совокупности с независимостью положения и его надежностью.

Помимо этого, следует отметить высокие риски, в которых вынуждены существовать новые бизнесмены, как сказал один специалист: "Во всем мире есть всего две зоны: зона закона и беззакония. Нигде нет третьей зоны - зоны беспредела, но именно в ней и существует наш бизнес...". В зоне беспредела кормятся сейчас и криминальные, и государственные структуры, поэтому получается как в анекдоте про то, что, если вы проснулись после тридцати, и у вас ничего не болит, значит, вы умерли. Аналогично, если российский собственник платит все налоги, соблюдает все законы, верит партнерам и не имеет "крыши", то он покойник.

**Кланы и группировки**

Все было бы очень хорошо, даже если бы было так, как сказано выше, но на самом деле дело обстоит немного иначе. Реальным действующим лицом в нынешней экономике России является не бизнесмен-собственник, а деловой клан.

Когда говорят о кланах, обычно имеют в виду группы родственников, роды, состоящие из нескольких семей, находящихся друг с другом в родстве. Однако возникшие в России кланы состоят, прежде всего, не из родственников и даже не из друзей, хотя и те и другие могут в них входить. Они состоят из неформальных групп руководителей и связанных с ними простых работников, заинтересованных в укреплении своего положения и конкурирующих с другими кланами за занятие определенной ниши на рынке, за получение государственных и частных ресурсов. Главная задача клана - не просто обеспечение дохода, а также захват определенных экономических ресурсов, политических постов или постов в силовых министерствах, от которых зависит положение клана и его место, позволяющее доминировать на каком-либо рынке или его секторе. Причина этого в том, что нужно иметь политическое и силовое прикрытие, страхующее от недобросовестной конкуренции, от действий чиновников, от наездов конкурентов и т.п.

Таким образом, кланы - это и не частные собственники, и не государственные организации. Это структуры, занимающие промежуточное положение между властью и бизнесом, это частные собственники, которые пользуются в своих целях покровительством отдельных чиновников и целых группировок внутри госаппарата. Кланы - это мощные вертикально организованные неформальные социальные группы руководителей разного ранга, которые возникли вокруг бывших министерств, ведомств, местных органов власти и крупных госпредприятий.

Другая возможная задача клана - социальная защита его членов. Поскольку новая система соцзащиты (как, например, в Швеции) в массовом порядке так и не сформировалась, постольку спонтанно сформировалась неформальная система социальной защиты. Тот, кто входит в клан, в ситуациях, когда это необходимо, не прибегает к услугам формальных организаций, а получает поддержку своего клана, который "выходит" на нужных людей в правоохранительных органах, прибегает к услугам страховых компаний и других организаций.

Во главе каждого клана стоят один или несколько лидеров, как правило, из числа деятелей прежней номенклатуры. Они обычно занимают достаточно высокие должности, но, помимо этого, имеют высокий личный престиж внутри клана. Положение каждого человека, входящего в клан, зависит, прежде всего, не от профессиональных качеств и деловых отношений, а от неформальных отношений с лидером: чем более тесные отношения, тем больше благ он может получить. Особенность российского общества состоит в том, что эта зависимость сильнее, чем от государства или его законов.

Российский капитализм сейчас возникает в ходе борьбы кланов за распределение и перераспределение любых интересных предприятий. В каждой отрасли, каждом регионе сформировалось от нескольких до многих десятков кланов, конкурирующих между собой за экономическую и политическую власть. Эта конкуренция скрыта от непосредственного наблюдения, возникающие неформальные связи и коалиции не видны на поверхности.

Принято считать, что наиболее мощные кланы сформировались в сырьевых отраслях промышленности, связанных с газо- и нефтедобычей, с производством и реализацией цветных и черных металлов. Именно эти группировки наиболее широко представлены сейчас в высших эшелонах власти (в Москве, например, самый мощный клан - конгломерат организаций, которым покровительствует мэр Лужков).

Однако возникает вопрос: что плохого в том, что в России сформировался клановый капитализм? Может быть, он сможет обеспечить подъем экономики? Его порок в том, что не возникли НАСТОЯЩИЕ собственники, а значит мы можем ожидать в лучшей степени экстенсивного развития предприятий, а в худшем - отсутствие притока инвестиций и обновления технологий вообще. С учетом того, что кланы существуют в России уже не одно десятилетие (вспомним сращивание директоров заводом и партийной номенклатуры), что их традиции передаются из поколения в поколение и что они обладают высокой стабильностью, их исчезновение в ближайшей перспективе маловероятно.

**Заключение**

Таким образом, в настоящий момент можно зафиксировать два момента в становлении рассматриваемой группы. С одной стороны, имеет место проявление профессиональной маргинальности, связанной с уходом от прежних профессий, образования, ставшего невостребованным, прежних коллег и ценностей, по сути - отвержение своей прошлой биографии (так называемая «дезидентификация» по Л.Г.Ионину [[5]](#footnote-5)).

С другой стороны, формируется идентификация с новой социально-экономической стратой, и эта идентификация на первом этапе (что, пожалуй, характерно для рассматриваемой нами группы) протекает на внешнем уровне, на уровне инсценирования: внешние атрибуты, манера поведения, стиль и круг общения, способы проведения свободного времени и т.д. Далее - все более усваиваются глубинные категории: мораль соответствующего слоя, ценности, способы их реализации.

Перспективы на будущее для рассматриваемой группы являются проблематичными, скорее пессимистичными, чем оптимистичными. Основанием для пессимистичного прогноза развития рассматриваемой группы служат внешние (объективные) и внутренние (психологические) факторы. Внешние факторы таковы: «Топ-книга» (г.Новосибирск), являющийся основным оптовым книготорговым предприятием, обеспечивающим функционирование рассматриваемых нами книжных магазинов, имеет тенденции к экспансии. А при появлении в нашем городе конкурента в лице «Топ-книги» они (эти магазины, их 9-10 штук, плюс множество киосков) просто не выживут - что признают сами владельцы магазинов.

Есть и психологические основания для малооптимистичных прогнозов применительно к рассматриваемой группе: Прежде всего, это проявления «краткосрочной» ориентации субъектов на получение выгоды «здесь и сейчас». Можно проследить связь с отсутствием конструктивных долгосрочных жизненных ориентиров у слоя предпринимателей в целом (в нашей стране), с которым пытается идентифицировать себя данная группа. Формальное объяснение - в непрогнозируемости социальной и экономической политики в стране, налоговых тяготах и т.д. И с эти трудно не согласиться. Тем не менее, представляется, что приведенные объяснения являются чем-то вроде психологической защиты (типа «рационализации» по З.Фрейду), скрывающих отсутствие внутреннего стержня, направленности на дело, которое требует усилий, упорного труда. Генри Форд отмечал, что «для предприятия неизменно вредно, если отпадает необходимость напрягаться»[[6]](#footnote-6). Это справедливо и для предприятия, и для каждого отдельного предпринимателя. Говоря словами А.И.Герцена, «Привычка работать – дело нравственной гигиены» и для предпринимателя, и для любого человека.

**Список использованной литературы:**

1. Р.В. Рывкина “Драма перемен”, Москва, Дело, 2001;
2. В.В. Радаев “Экономическая социология”. Москва, Аспект-Пресс, 1997;
3. С.Б. Чернышев “Корпоративное предпринимательство: от смысла к предмету”. Москва, Молодая гвардия, 2001;
4. Т.И. Заславская “Бизнес-слой российского общества…”, Социологические исследования, №3, 1995;
5. В.В. Радаев “Предпринимательство как новый российский миф”, Знание-сила, № 4, 1996;
6. Абульханова К.А. Российская проблема свободы, одиночества и смирения //Психол. журн., 1999, том 20, № 5.
7. Ионин Л.Г. Идентификация и инсценировка, Социол. исслед. 1995, № 3.
8. Форд Г. Моя жизнь, мои достижения. – М.: Финансы и статистика, 1989. – 206 с.
9. Смольков В.Г. Предпринимательство как особый вид деятельности ,Социол. исслед. 1994. № 2.

1. Смольков В.Г. Предпринимательство как особый вид деятельности ,Социол. исслед. 1994. № 2. [↑](#footnote-ref-1)
2. *Заславская Т. И.* Бизнес-слой российского общества. С. 8 – 14. [↑](#footnote-ref-2)
3. *Кравченко А. И.* Социология. Гл. 3.5. Бизнес-слой в российском обществе, с. 347. [↑](#footnote-ref-3)
4. *Абульханова К.А.* Российская проблема свободы, одиночества и смирения //Психол. журн., 1999 [↑](#footnote-ref-4)
5. Ионин Л.Г. Идентификация и инсценировка ,Социол. исслед. 1995 [↑](#footnote-ref-5)
6. Форд Г. Моя жизнь, мои достижения. – М.: Финансы и статистика, 1989, с. 17. [↑](#footnote-ref-6)