

Наталья ХВЕСЮК

ФОРМИРОВАНИЕ НОВОГО КЛАССА СОБСТВЕННИКОВ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Для устойчивого социального и экономического роста нашей стране необходимо формирование широкого слоя собственников, обладающих такими качествами, как чувство хозяина, причастность, сопричастность общему делу, соперничество, заинтересованное отношение к корпоративной собственности. А мотивация экономического поведения строится на единстве личных, корпоративных и социальных интересов.

Общественное сознание разделяет понятия «хозяин» и «собственник» на основании психологических, моральных, культурных качеств. При этом преимущественное большинство считает, что при создании благоприятных условий они могли бы стать эффективными хозяевами.

Реализации хозяйского отношения к собственности способствует формирование корпораций и внедрение практики корпоративного управления.

Артельный, коллективный принцип работы является идентичным менталитету россиян. Поэтому преимущественное большинство российского социума для ведения экономического хозяйства выбирает корпоративную форму собственности, при этом требуя участия государства как грамотного хозяйствующего субъекта, определяющего единые требования к деятельности компаний и корпораций.

For sustainable social and economic growth Russia needs to form an extensive group of proprietors with such personal qualities as feeling of ownership, involvement, contribution to the common cause, empathy, interest in corporate property. Economic behaviour motivation is based on common personal, corporate and social interests.

Public consciousness separates notions «owner» and «proprietor» on the base of psychological, moral and cultural qualities. Meanwhile most people think they could become successful owners under favourable conditions.

Corporate formation and implementation of corporate management practice promote achieving proprietary attitude to property.

Teamwork principle is identical to the Russian mentality. That is why the majority of the Russian society prefers corporate form of ownership for economic activity, wherein seeking at the same time for participation of the state as a competent economic entity which can determine unite requirements to activity of companies and corporations.

Ключевые слова:

социальные отношения, собственник, хозяин, причастность, соперничество, корпоративизм, коллективизм, экономическое поведение, социальные интересы; social relations, proprietor, owner, involvement, empathy, corporatism, team spirit, economic behaviour, social interests.

Сегодня много говорится и пишется об экономическом кризисе в России и экономических, правовых механизмах выхода из него. Но данные механизмы не приносят желаемого результата, темпы роста ВВП за 10 месяцев 2013 г. составили 1,2% (вместо запланированных 2,3%). Инфляция за тот же период составила 5,7%¹, что в результате нивелирует экономические показатели роста и свидетельствует об ухудшающейся экономической ситуации у нас в стране.

Все это еще раз доказывает мнение экспертов О.Т. Богомолова, Е.Е. Румянцевой, В.Д. Попова², что одних только экономических методов для выхода из кризиса недостаточно. Отсутствие социальных отношений, построенных на хозяйском отношении к собственности, страх, паника, перестраховка, мотив получения прибыли по принципу «здесь и сейчас», использование дешевой рабочей силы

ХВЕСЮК

Наталья

Георгиевна —

к.псих.н., доцент;

доцент кафедры

философии и

социологии

Южно-Уральского

государственного

университета

public74@mail.ru

¹ Хвесюк Н.Г. Отношения собственности в российских компаниях: социологический анализ. — М.: Столичный бизнес, 2011.

² Неэкономические грани экономики: непознанное взаимовлияние. Научные и публицистические заметки обществоведов / рук. проекта и науч. ред. О.Т. Богомолов. — М.: Институт экономических стратегий, 2010; Попов В.Д. Информационно-психологический фактор современного кризиса. — М., 2009; Румянцева Е.Е. Нравственные законы экономики. — М., 2009.

(гастарбайтеров), размах коррупции, бюрократии, инсайдерство, отсутствие истинной информации не позволяют компаниям и корпорациям осуществлять свою деятельность с максимальным эффектом и результатом.

Проводимые последние 20 лет реформы, связанные с приватизацией, реструктуризацией государственной и частной собственности, которые имеют целью формирование так необходимого для устойчивого экономического и социального развития среднего класса хозяйствующих субъектов, не дали желаемого результата. Собственность осталась сконцентрированной в руках узкого круга собственников.

Социальные отношения собственности, складывающиеся в нашей стране, имеют следующую социальную структуру: 7,4% — полные хозяева собственности; 14,8% — не полные хозяева, совладельцы; 3,3% владеют акциями других предприятий; 74,4% работают по контракту, без владения собственностью¹. А полнота реализации социально-психологических механизмов этих социальных отношений как среди рядовых граждан, так и в предпринимательской среде является одним из важных индикаторов оценки отношения различных социальных групп общества к собственности. Их проявление можно рассматривать в рамках следующих дихотомий: а) причастность (сопричастность) — отчужденность (отсутствие чувства хозяина); б) сопереживание — безразличие; в) отношение к собственности компании как к своей — отношение как к чужой.

В ходе проведенной в 1998–2011 гг. серии авторских исследований была опре-

¹ Здесь и далее данные приведены по результатам проведенных авторских исследований.

1. «Изучение потенциала развития корпоративных отношений в Челябинской финансовой строительной компании» (1998 г., $N = 437$). Опрос. Выборка квотная, репрезентирующая работников по направлениям деятельности, должностной структуре. 2. «Исследование системы корпоративных отношений в российских компаниях» (2011 г., $N = 702$). Опрос. Выборка 3-ступенчатая, детерминированная. В качестве базовых регионов для реализации выборки были отобраны: Москва как наиболее развитый в рыночном отношении регион; Тюменская обл., которая представляет собой обеспеченную ресурсами территорию; Челябинская обл. со средним уровнем развития предпринимательства, Орловская обл. — типичный регион Центральной России с элементами ограниченности ресурсного обеспечения деятельности бизнеса. На последней ступени реализована квотная выборка.

делена степень проявления этих механизмов среди представителей корпоративных структур и предпринимательского сообщества. Выраженность социально-психологических механизмов определялась по шкале от 5 до 1 балла в порядке убывания степени данного проявления (см. табл. 1).

Установлено, что причастность, сопричастность к собственности имеет выраженность на уровне 4 и 5 баллов (т.е. достаточно сильна) среди более чем половины предпринимателей (51,8%). Что касается проявления такого качества, как сопереживание, то оно в той или иной степени (на среднем и высоком уровне) выражено у 4/5 опрошенных. Отношение к делу, которым они заняты, как к своему, характерно для меньшей части представителей предпринимательской среды (48,2%). Почти каждый четвертый из них (23,9%) относится к своему делу как к чужому. Это связано с тем, что только 1/7 часть опрошенных являются владельцами бизнеса, а подавляющая часть — наемные менеджеры без владения собственностью предприятия.

А ведь именно причастность к деятельности корпорации, ее собственности, сопереживание за результаты работы, отождествление себя с этой корпорацией позволяют воспринимать ее как «мою компанию». И в таком случае, при такой системе социальных отношений мы работаем с наибольшим профессионализмом, с максимальной отдачей сил. А доходы, которые мы получаем в качестве экономических, финансовых, информационных, духовных результатов, способствуют росту всей корпорации и с точки зрения финансовой прибыли, и с точки зрения роста ценности человеческого (кадрового) потенциала, а следовательно, в значительной мере формируется хозяйское отношение к собственности, способствующее укреплению и расширению слоя собственников, что в свою очередь определяет социальную стабильность общества.

Состояние социальных отношений, строящихся в институтах собственности, проявление имманентных свойств собственника у предпринимателей в значительной степени являются индикатором готовности человека стать собственником, хозяином: только 12,6% опрошенных хотели бы трудиться в статусе едино-

Таблица 1

Оценка распространенности среди предпринимателей ключевых качеств истинного собственника, %

Значение	Причастность, сопричастность		Сопереживание		Отношение как к своему	
1 балл	2,5	12,0	3,2	20,8	8,4	23,9
2 балла	9,5		17,6		15,5	
3 балла	36,3	36,3	38,2	38,2	28,0	28,0
4 балла	38,9	51,8	31,9	41,0	31,4	48,2
5 баллов	12,9		9,1		16,8	

личного хозяина; 39,6% согласились бы быть сохозяином, совладельцем в частной фирме, т.е. реализовать право на часть собственности; при этом более 1/3 согласны быть наемными рабочими независимо от того, на кого бы пришлось работать — на государство, хозяина или на свою семью (в рамках последнего варианта — без права на собственность).

Такое нежелание значительной части россиян становиться собственниками, на наш взгляд, связано не столько с пониманием ответственности, связанной с ролью хозяина, сколько с незнанием роли собственника и привычкой работать на другого, как правило, на государство, что, в свою очередь, понятно, предсказуемо и стабильно.

Большинство россиян никогда не были собственниками и не отвечали за свою частную собственность. Они не обнаружили в себе тех качеств, проявление которых могло бы им позволить сказать: «Я это умею; мне это по плечу; я знаю, как этим распоряжаться и как это приумножить». Потеря многолетних накоплений граждан СССР, которая произошла на переломе 80-х и 90-х, не зависела от них, от их правильного или ошибочного управления собственностью. Деньги, которые лежали в Сбербанке или дома в чулках, обесценились независимо от того, были ли их владельцы готовы в перспективе стать собственниками.

Поэтому только каждый седьмой из опрошенных однозначно сказал «да» при ответе на вопрос о том, оценивает ли он себя как собственника по складу характера и своим способностям.

Такая ситуация, помимо действия экономических и социальных причин, основана на факте, что только небольшая часть россиян чувствуют себя хозяевами на рабочем месте — всего 9,4% (тогда как на вопрос:

«Чувствуете ли вы себя в настоящее время хозяином на рабочем месте?» — ответили «скорее нет, чем да» 24,7%; «определенно нет» — 37,5%).

Отчужденность от собственности, отсутствие чувства хозяина, ответственного за успех личного дела, — это массовое проявление российской ситуации с собственностью. Довольно часто в публичной политике Россия оценивается отечественной и зарубежной элитой как «бесхозная страна». Здесь закономерен ряд вопросов: как долго это будет продолжаться? Почему такая оценка не учитывает наш исторический опыт? А ведь этот опыт у нас есть, и опыт положительный — это артельный принцип, благодаря которому строились Транссиб, БАМ, Саяно-Шушенская ГЭС, да и многие другие объекты в СССР. Именно этот принцип лежал в основе работы мануфактур в России XIX в. И в это время наша страна действительно была «впереди планеты всей».

Сегодня большая часть опрошенных считают, что при благоприятных условиях они могли бы проявить себя как настоящие хозяева. На вопрос: «Считаете ли вы, что при благоприятных обстоятельствах вы смогли бы стать настоящим хозяином?» — респонденты ответили следующим образом: «однозначно да» — 28,8%; «скорее да, чем нет» — 31,4%; «скорее нет, чем да» — 8,7%; «однозначно нет» — 8,2%; затруднились ответить — 22,8%.

Это позволяет констатировать, что более чем 1/4 респондентов фиксируют желание быть хозяином, вот только условия для этого неблагоприятные.

Сравнение результатов показывает, что число тех, кто может себя проявить как настоящий хозяин по своим личностным качествам и складу характера, при благоприятных обстоятельствах возрастает

в 2 раза. Однако существует и обратная связь: проявление чувства хозяина очень тесно связано с принятием (как внешним, декларируемым, так и внутренним) и позитивным отношением к частной собственности.

В доказательство этого приведем интересные результаты, полученные автором при сравнении опросов, проведенных в Тюменской и Орловской обл. в 1985 и 2010 гг. Участникам исследования предлагался проективный вопрос: «Предположим, ваш товарищ – радиоловитель, он работает на радиозаводе и может принести оттуда дефицитные радиодетали. Следует ли ему пользоваться данной возможностью?» Результаты фиксируют 2 тенденции: первая – доля затруднившихся ответить сократилась почти в 10 раз; вторая – доля опрошенных, допускающих возможность взять домой деталь, в 2010 г. увеличилась по сравнению с результатами 1985 г. на 16,3% и составила 68,0%.

Судя по этим данным, рыночные реформы в России не только не интенсифицировали процессы развития чувства хозяина у россиян, напротив, в данном отношении отбросили страну назад. Это еще раз дает основание усомниться в эффективности использования только экономических и правовых рычагов при проведении реформ.

В нашей стране нет системной коммуникации, разъяснительной работы по раскрытию положительного образа хозяина, собственника, не мотивирует стремление стать им, быть им; государственные программы поддержки малого и среднего бизнеса не учитывают состояние экономического сознания, экономической психологии и мотивов экономического поведения как собственников, так и наемных рабочих, которые требуют большой социальной, психологической и информационной работы по их развитию. В большей части информационного потока собственность представляется россиянам как «халявная», присвоенная либо юридически сомнительным, либо откровенно грабительским, бандитским способом.

Наши социологические исследования свидетельствуют о том, что среди россиян нет однозначного понимания статуса собственника и хозяина, их идентификации или тождественного понимания. Только 30,9% опрошенных рассматривают их как одно и то же.

Более половины опрошенных считают их разными понятиями или затрудняются определить эти статусы. Многие считают, что собственник – это просто владелец, и не более того. А понятие хозяина для россиян более многогранное, в его имманентную сущность они вкладывают не только владение, но и распоряжение, пользование собственностью.

В ходе исследования респондентам предлагалось определить основные качества, присущие хозяину. Все полученные ответы были условно объединены в 4 группы: в 1-ю, получившую наибольший процент выбора, вошли предприимчивость, деловитость и честность (чувства позитивного с точки зрения социальной надежности плана, свойственные высокопрофессиональным руководителям); во 2-ю были включены осторожность и хитрость (качества хозяина, определяющие готовность действовать в ситуации риска и неопределенности); 3-ю составили чувство собственного достоинства, отзывчивость, ловкость и добродушие (смешанные позитивные качества личности, которые больше относятся не собственнику к восприятию себя хозяином, а к общечеловеческим качествам); 4-я группа объединила в себе авантюризм, жадность, заносчивость и делячество (качества, порицаемые в нашем обществе в недалеком прошлом, однако в современных условиях ставшие, к сожалению, фактически нормами жизни).

На сегодняшний день в России существует не только объективная потребность в масштабном расширении слоя собственников как в одном из главных стабилизирующих факторов общества, но и выраженная субъективная готовность граждан брать на себя ответственность распоряжаться собственностью: более половины из числа опрошенных (52,2%) хотели бы иметь долю собственности в своем предприятии; еще 16,3% колеблются между «да» и «нет». То есть, в той или иной мере 2/3 опрошенных хотели бы приобщиться к управлению собственностью своего предприятия.

Важные результаты были получены в 2011 г. при исследовании смыслового поля понимания понятия эффективного собственника среди предпринимателей и менеджеров российских компаний (см. табл. 2).

Подавляющая часть опрошенных

Таблица 2

**Что вы вкладываете в понятие «эффективный собственник»?
(2011 г.; в % от общего числа опрошенных)**

Качество	Число ответивших
Обеспечивает получение максимальной прибыли	80,8
Развивает свое дело	57,9
Эффективно работает с кадрами	36,7
Своевременно обновляет основные фонды	31,5
Увеличивает конкурентоспособность	31,4
Внедряет международные стандарты бизнеса	30,2
Гарантирует права других собственников	7,4

(80,8%) считают, что эффективный собственник – это тот, кто смог обеспечить получение максимальной прибыли, т.е. тот, кто фактически работает на обогащение. Более половины опрошенных (57,9%) придерживаются мнения, что эффективный собственник – это тот, кто развивает собственное дело, думает не только о сегодняшнем дне, но и о будущем. Также на перспективу обращена и треть респондентов, которые считают, что эффективный собственник в первую очередь вплотную работает с кадрами (36,7%) и своевременно заботится об обновлении основных фондов компании (31,5%). К сожалению, очень мала часть тех, кто в качестве важной черты эффективного собственника рассматривает гарантирование прав других собственников (всего 7,4%).

Такую смысловую и установочную ориентацию менеджмента российских компаний в значительной степени объясняет различие в степени реализации ими статуса собственника (полный хозяин, владелец доли собственности, наемный сотрудник и т.п.).

Среди простых акционеров большое внимание уделено развитию своего дела, усилению конкурентоспособности, своевременному обновлению основных фондов и работе с кадрами, т.е. держатели небольших пакетов акций больше думают о будущем компании, о долговременном получении пусть не максимальной, но стабильной прибыли, заботятся о гарантировании прав других собственников (26,1%).

У менеджеров, работающих по контракту и не владеющих собственностью данной компании, так же как и у других катего-

рий собственников, на 1-м месте стоит умение получать максимальную прибыль и развивать свое дело. А вот что касается эффективной работы с кадрами и внедрения международных стандартов ведения бизнеса, то чаще именно менеджеры-контрактники обращают на это внимание, а не владельцы и совладельцы компаний (44,5% и 30,9% против 11,8% и 17,6% соответственно).

Таким образом, менеджмент значительно больше уделяет внимания человеческому капиталу и «правилам игры», чем собственники компаний. Их деятельность, в отличие от собственников, укладывается в одну из «фундаментальных особенностей современной экономической жизни – ускорение динамики процессов увеличения темпа изменений»¹.

Важным с практической точки зрения обеспечения хозяйского отношения к собственности представляется анализ позиции предпринимателей относительно основных причин банкротства предприятий. Представители российского предпринимательства основные причины банкротства предприятий связывают в основном с некомпетентностью и просчетами руководства предприятий. На это указывает почти половина опрошенных. Вторая группа причин отражает ошибки в реагировании на внешние вызовы (плохое изучение рынка – 35,3%). Некомпетентность собственников – третья по значимости причина банкротства предприятий, на нее указывает каждый третий опрошенный. В этой причине банкротства находит свое отражение одна из главных ошибок разви-

¹ Менеджмент / под общ. ред. А.Л. Гапоненко. – М., 2013, с. 26.

тия социальных отношений в корпорации, а именно смещение функций руководства и владения. Четвертая группа причин банкротства связана с преступным поведением или руководителей предприятия, или партнеров по бизнесу. Как правило, оно проявляется в умышленном доведении до банкротства предприятия, которое потом распродается (или присваивается) за бесценок. На это указывает примерно 1/4 опрошенных.

Таким образом, сегодня в России существует как объективная потребность в активном формировании такого слоя собственников, которые бы органично сочетали творческие, административные, демократические, социолого-психологические методы (акционированные) и общественные интересы, обладали такими качествами, как причастность, сопричастность общему делу, сопереживание, хозяйское, заинтересованное отношение к собственности, так и значительно выраженная субъективная готовность значительной части граждан брать на себя ответственность распоряжаться собственностью, что является благоприятной предпосылкой для развития хозяйского отношения к собственности. Результаты авторского исследования показали, что психология владельца в России в большей степени сформирована, а вот психология рачительного хозяина находится в значительном дефиците.

В общественном сознании заложен

огромный потенциал для формирования класса высокоэффективных хозяев, но он слабо реализуется. Для этого в корпорациях и компаниях необходима такая система социальных отношений, которая формирует не только личностную, но и корпоративную и общественную мотивацию российского социума. При развитии корпоративных отношений у акционеров формируется потребность в повышении уровня своего экономического сознания, а реальное участие в деятельности акционерного общества развивает у людей важнейшие качества: чувство причастности, сопричастности к корпорации; взаимопомощь и взаимответственность; возможность дать объективную оценку деятельности компании и своей деятельности в ней; мотивацию всех работников на достижение общих целей.

Таким образом, формирование столь необходимого для России среднего класса должно учитывать общественную эволюцию: вчерашний «экономический человек» общества потребления сегодня стал «социологическим человеком», требующим честности и прозрачности во всех сферах своей жизнедеятельности, при этом он плавно перерастает в «культурного человека», действующего на основании принципа социальной справедливости, социального партнерства, объединяющего и личные, и коллективные, и общественные интересы.