

Социально-психологические факторы, влияющие на развитие предпринимательства в Республике Беларусь

Лобан Николай Александрович

Минский инновационный университет, г. Минск, Беларусь
sanych.loban@yandex.ru

Аннотация

В статье проанализировано влияние социально-психологических факторов на развитие предпринимательства в Республике Беларусь.

Ключевые слова: предприниматель, экономический менталитет, предприимчивость, иерархия мотивов предпринимательской деятельности

Традиционно в республике проблема предпринимательства в большей степени рассматривается с экономической, юридической, даже политической точки зрения, и упускается социально-психологический аспект этого вида деятельности. Экономическое богатство общества в конечном счете зависит от того, как, на кого, на что ориентированы его граждане. Одна из первых попыток научно обосновать взаимосвязь экономического поведения с психикой человека была предпринята М. Вебером [1].

Осознавая роль предпринимательства в формировании национального богатства страны и благосостояния ее населения, правительство республики ставит задачу к 2020 г. довести долю субъектов малого и среднего бизнеса в ВВП Беларуси до 40 % [2]. В 2016 г. она составила 20,7 % (2012 г. 22,7 %), в США – 62 %, Японии – 63 %, странах ЕС – свыше 50 %. Для решения этой задачи в республике делается достаточно много [2]. В рейтинге Всемирного банка Doing Business по легкости ведения бизнеса Беларусь в 2018 г. заняла 38-ю позицию (37-я в 2017 г., 50-я в 2016 г.) [3].

Вместе с тем в развитии предпринимательства наблюдается ряд негативных тенденций [4]. Наряду с микро- и макроэкономическими факторами значительную роль в этом играют социально-психологические факторы. Большинство предпринимателей и представителей государственных органов не понимают, что предпринимательство – сложный вид деятельности: с одной стороны, это творческая, оригинальная деятельность, с другой, оно предполагает наличие специфических социально-психологических черт личности. Эти черты и качества в большей степени приобретаются и развиваются. К ним относят: стремление к свободе действий, независимость, предвидение, умение контролировать риски, доминирование «мотивации к достижению успеха» и внутреннего (интернального) locus-контроля. Их совокупность лежит в основе предприимчивости как специфического приобретенного качества личности.

Проведенные исследования позволили определить иерархию мотивов этого вида деятельности. У состоявшихся предпринимателей на первом месте – мотив достижения самостоятельности и независимости своего бизнеса [5, 6], что не учитывается, как правило, представителями государственных структур. Шведский экономист-психолог К.Э. Варнерид подчеркивает: предприниматель – человек с особым социопсихологическим профилем. Его предназначение – активизировать дремлющие экономические возможности, вовлекать их в оборот, пускать на благо людям, а не прятаться в тень, получая запрещенными методами сверхприбыль. Это уже не предприниматель, а делец подпольной экономики [7].

Одна из ключевых социально-психологических проблем предпринимательства – влияние особенностей социально-экономического менталитета на успешность этого вида деятельности. В отличие от российских исследователей, которые достаточно активно занимаются данной проблематикой, у нас мало серьезных и глубоких исследований по данной проблеме [8, 9, 10].

Социально-экономический менталитет является составной частью национального менталитета. Но он носит более динамичный характер, ситуативен и подвержен большим изменениям. Говорить о его однородности во всех регионах республики не правомочно. Он формировался под воздействием своеобразного геополитического положения белорусских земель и особенностей исторического развития. Беларусь, с одной стороны, разделяет европейский Запад и Россию, а с другой, она соединяет Запад и Восток. На различных этапах своего исторического развития ее земли входили в состав Великого княжества Литовского, Речи Посполитой, Российской империи, Польши, СССР. Доминирующими выступают две религиозные конфессии: православие и католицизм. В восточных регионах преобладает православие, а в западных – католицизм. До революции православная церковь своих прихожан относила к русским, а католическая – к полякам. Это деление проявляется и сегодня.

Отсутствуют исторически сложившиеся национальные традиции предпринимательской деятельности (национальный состав торгово-промышленной буржуазии по переписи 1897 г.: евреи – 84,5 %; русские – 10,7 %; белорусы – 1,7 %). 51 % фабрик и заводов принадлежал еврейской буржуазии. Незначительно выше был процент белорусов в среде мелкой буржуазии (17 %).

В Витебской, Могилевской, на землях нынешней Гомельской области доминировала крестьянская община. На землях Минской, Гродненской, нынешней Брестской области преобладало хуторское крестьянское хозяйство.

До 1939 года территории Брестской, Гродненской и западная часть Минской области входили в состав Польши, часть Гомельской области – в состав РСФСР. Все это не могло не сказаться на менталитете белорусов в целом и социально-экономическом в частности.

На территории современной Беларуси сформировалась своеобразная социокультурная ситуация с ярко выраженной толерантной доминантой.

Исходя из исторически сложившихся социокультурных особенностей, на территории республики выделяются три региона: Восточный (Могилевская, Витебская, восточная часть Гомельской области), Западный (Гродненская, западная часть Минской и северо-западная часть Брестской области) и Полесский (юго-западная часть Гомельской и южная часть Брестской области).

К общим особенностям социально-экономического менталитета белорусов следует отнести: доминирование патерналистских настроений (частные интересы граждан Беларуси сложились и легализовались вне частной собственности); проблемы частной собственности находятся на периферии интересов большинства населения (чековая приватизация не получила широкой поддержки в обществе); коллективизм («талака», «вече», «грамада»); автономизм (моя хата с краю); избегание прямой ответственности, риска; вера в сильного, справедливого начальника («барин придет – барин нас рассудит»).

Выделяются особенности социально-экономического менталитета и по регионам республики.

В восточной части Беларуси постоянно сильное влияние соседней России. С 1922 г. в составе СССР. Глубокие социалистические преобразования. В них менталитет в большей мере основывается на внешней экономической зависимости. Густонаселенные территории с высоким уровнем социально-экономического развития. Преобладает городское население, преобладают промышленные рабочие. Высокий уровень образования и степень профессиональной ориентации, относительно высокое материальное положение определяют ценностные ориентации населения, его самоопределение с точки зрения и социально-экономического менталитета. Выбор в рамках существующего разделения труда, выпускники школ пополняют заводы «сборочного конвейера СССР» и при соответствующем отношении им гарантируется карьерный рост со стабильной, относительно высокой заработной платой. Это отрицательно сказывается на самостоятельности людей, умении осуществлять выбор, распоряжаться своей судьбой. Продолжительная борьба с православной церковью и религиозным мировоззрением еще более усугубила ситуацию. Выросло несколько поколений, которым было уже незнакомо понятие «частная собственность».

Регион Белорусского Полесья всегда был относительно самостоятельным и одно время имел даже политическую и экономическую автономию. Из-за своих природных особенностей он оказался меньше всего подвержен политическим и экономическим преобразованиям, больше всего сохранил свои исторические и социально-культурные особенности. Менталитет основывается на общинных социально-культурных традициях. Экономические обстоятельства не привели к большим изменениям в самосознании людей. Относительно низкая численность городского населения и крупных промышленных предприятий.

Высокая степень заболоченности территории не способствовали широкомасштабному развитию сельского хозяйства. Брестское полесье до 1939 г. входило в состав Польши, и колхозы начали утверждаться к середине 50-х годов XX-го столетия, а хутора просуществовали до середины 60-х годов. Государственное воздействие на весь уклад жизни всегда было меньшим. Социалистические преобразования в восточной части Белорусского Полесья и польское воздействие на его западную часть не привели к значительному изменению образа жизни. Сохраняются старославянские традиции и обычаи, православная вера, общинный коллективизм. Сохраняются традиции патриархальной семьи, основанные на определяющей роли отца. Развитие индивидуальности и самостоятельности поощрялось, и поощряются в меньшей степени, поскольку это противоречит традициями общины. Самоопределение всегда было проблемой, значительно усложнялось отсутствием рабочих мест, учебных заведений, замкнутым образом жизни, возможностью принимать самостоятельные решения.

Территории Западного региона Беларуси. С 1922 по 1939 гг. входили в состав Польши. Менталитет основывается на традициях автономного (хуторского) образа жизни и индивидуально ориентированной западной культуре, заставляющих население думать и действовать самостоятельно. Самостоятельность – основная черта населения региона. Она имеет значительную поддержку со стороны католической церкви (одобряющей дух предпринимательства), соседней Польши и Западной Европы. Самостоятельность самоопределения подразумевает сама собой. Все эти исторически сложившиеся социокультурные особенности оказывают значительное влияние на формирование социально-экономического менталитета, который, в свою очередь, оказывает влияние на развитие предпринимательства в этих регионах, в частности на развитие индивидуального предпринимательства.

В лидерах Минск и Минская область. Они лидируют по численности ИП и их доле среди населения. В области насчитывается 26 индивидуальных предпринимателей на 1 тыс. населения (в Минске – около 40 на тысячу жителей). На втором месте находится Гродненская область (на 1 тыс. жителей приходится около 23 ИП). Третье место занимает Брестский регион. Четвертая позиция принадлежит Могилевской

области (на себя работает чуть больше 2,1 % населения). На пятом месте Гомельский регион – 19 индивидуальных предпринимателей на 1 тыс. жителей. И замыкает Витебская область – свое дело имеют 1,8 % населения. Наиболее велико сокращение индивидуальных предпринимателей за три года по Витебской области – почти 6 тыс. человек [4]. И причины этого кроются не только в экономических факторах.

Серьезной проблемой остаются вопросы взаимоотношения «предприниматель – государство». Непонимание основных функций и их специфики в условиях рыночных отношений. Предприниматель берет на себя функцию риска и прогресса в экономике. Государство – функция контроля с тем, чтобы сохранить надежность и стабильность экономики. Именно так распределяются функции между этими необходимыми взаимодополняющими друг друга элементами хозяйственного организма.

Нарушение их оптимального соотношения приводит к конфликтам и противостоянию. От государства ожидается форма регулирования, которая, с одной стороны, создавала условия для проявления экономической инициативы и творчества, с другой – в интересах общества и потребителя устанавливала барьеры против произвола.

Сверхконтроль со стороны государства ведет к застою, открытому противопоставлению бизнеса государству, проявлению индивидуализма, снижению налоговых выплат. Что мы наблюдаем в республике со стороны некоторой части представителей крупного и среднего бизнеса. Отсутствие контроля приводит к монополизму, анархии, произволу производителя, отсутствию социальной ответственности бизнеса. Большинство предпринимателей связывает трудности ведения бизнеса с жестким государственным регулированием условий его ведения, созданием равных условий, обеспечением добросовестной конкуренции субъектов хозяйствования независимо от формы собственности [4].

Население надеется, что бизнес пойдет по пути интеграции предпринимательства в систему жизни общества, при которой острые углы бизнеса смягчатся соответствующими законами и постановлениями.

Необходимо учитывать, что в самой природе предпринимательства заложено социально-психологическое противоречие: с одной стороны, стремление к максимальной прибыли и эгоистическая защита своих частнособственнических интересов; с другой – социальная роль, необходимость считаться с интересами и ценностями общества, испытывать чувство ответственности перед ним.

К сожалению, и здесь мы находим примеры недопонимания этой роли со стороны бизнеса. Абсолютное большинство представителей малого и среднего бизнеса не производят и не планируют обучение и переподготовку наемного персонала за счет средств своих предприятий [4].

Таким образом, предпринимательская деятельность – достаточно сложный и многообразный феномен. И для успешного ее развития необходимо учитывать целый ряд факторов, в том числе и социально-психологического характера, к которым следует отнести особенности социально-психологического менталитета, гармоническое взаимодействие государства и предпринимателей исходя из осознания своих функций в условиях рыночной экономики.

Литература

1. Вебер, М. Избранные произведения: пер. с нем./Сост., общ. ред. и послесл. Ю.Н. Давыдова; Предисл. П.П. Гайдено. – М.: Прогресс, 1990. – 808 с.
2. О Государственной программе «Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь» на 2016–2020 годы [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 23 февр. 2016 г., № 149 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=C21600149>. – Дата доступа: 29.03.2018.
3. Белорусский бизнес 2017: состояние, тенденции, перспективы / Исследовательский центр ИПМ. – Минск : 2017. – 68 с.
4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь. Статистический сборник [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_667. – Дата доступа: 30.03.2018.
5. Журавлев, А.Л., Позняков, В.П. Программа исследования социально-психологических особенностей российских предпринимателей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.mosgu.ru/nauchnaya/scientific_projects/2009/090612148/3.php. – Дата доступа: 27.03.2018.
6. Андрос, И. Белорусский предприниматель в обществе и государстве. Историко-социологический анализ. – Минск : Издательский дом «Беларуская навука», 2015. – 24 с.
7. Задорожнюк, И.Е. Инновационное предпринимательство (реферат книги «Руководство по экономической психологии») // Социол. исслед. 1991. – № 3. – С. 132–142.
8. Смирнова, Р.А. Рыночный менталитет белорусского крестьянства: миф или реальность? / Р.А. Смирнова // Социология. – 2010. – № 1. – С. 109–112.
9. Экономическая ментальность и рыночная реформа в Беларуси: в сб. «Европейский вектор экономического развития». – Сб-к научн. трудов. – Днепропетровск, 2012. – Вып. 2(13), С. 518–523.
10. Трансфармацыі ментальнасці беларусаў у XXI ст., Менск, 24 лістапада 2013 г. : матэрыялы навукова-практычнай канф. / пад. рэд. А.Я. Тараса. – Рыга, 2013. – С. 215–221.