

ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ УЗБЕКИСТАНА: ДВА "ПОРТРЕТА"

Автор: Ю. ЮСУПОВ

ЮСУПОВ Юлий - старший координатор исследований Центра экономических исследований (Ташкент, Узбекистан). E-mail: Yuiliy.Yusupov@cer.uz.

Основная цель опроса предпринимателей, проведенного в Узбекистане в 2006 г.¹, - выявление характеристик и тенденций этой профессиональной группы, ее деятельности. В рамках исследования проведен сопоставительный и корреляционный анализ между четырьмя показателями "успешности" работы предприятий и показателями, характеризующими социокультурные и психологические особенности респондентов, а также некоторые особенности их хозяйственного поведения. В качестве признаков "успешности" использовались показатели: 1) *прироста занятости* (процентное значение увеличения числа занятых на предприятии за два года); 2) ориентации на *рост инвестиций* (реальные инвестиции или вложения в физический капитал, коммерческие кредиты); 3) ориентация на *вложения в человеческий капитал* (обучение работников за счет средств предприятия и/или добровольное страхование работников за счет средств предприятия); 4) ориентация на *активные деловые связи за пределами региона и страны* (доли продаж за пределами региона и страны).

Корреляционный анализ показал практически полную разнонаправленность связей между показателями, характеризующими а) модель развития бизнеса, ориентированную на прирост занятости (назовем ее моделью *экстенсивного* развития), и б) модель развития посредством роста инвестиций в физический и человеческий капиталы, активности на внешних рынках (модель *интенсивного* развития). Таким образом, выявились *два типа, два "портрета" развивающих свой бизнес предпринимателей*, которые очень сильно отличаются друг от друга.

Предприниматель первого типа неактивен в реальных вложениях в физический капитал; практически не берет кредиты в официальной финансовой системе, предпочитая занимать деньги у родственников и друзей; почти не вкладывает средства в развитие человеческого капитала, не продает товары за пределами региона, не занимается экспортно-импортными операциями; расширение бизнеса осуществляет преимущественно увеличивая число работников. Очень редко прибегает к услугам внешних специалистов и бизнес-инфраструктур, почти не использует компьютеры и информационные технологии, слабо ориентирован на рынок и запросы покупателей.

Предприниматель второго типа, напротив, много средств вкладывает в физический и человеческий капиталы; активно привлекает кредиты, в том числе официальные, участвует в долевом бизнесе; ориентирован на продажи товаров за пределами региона и страны, осуществляет импортные операции; число работников на предприятии растет медленнее, чем в среднем, при этом, как правило, это крупные предприятия. Предприниматель этого типа часто обращается к бизнес-услугам, привлекает к работе внешних специалистов в области консалтинга и маркетинга, понимает важность внедрения современных технологий и эффективного менеджмента, ориентирован на продвижение товаров на рынок и удовлетворение запросов покупателей. Он не боится конкуренции с импортом в связи с либерализацией внешней торговли.

Экстенсивная модель развития бизнеса, представленная предпринимателями первого типа, больше распространена в таких отраслях, как торговля и сельское хозяйство;

сферы *интенсивной модели* - промышленность, наука и образование, транспорт, финансы, связь и ИКТ, бытовое обслуживание.

Личностные характеристики "среднего" предпринимателя первого типа следующие: он, скорее всего, молодой мужчина, представитель культур коренных для Центральной Азии национальностей, с малым опытом ведения бизнеса, более низким уровнем образования, чем в среднем (среди предпринимателей), не работавший за границей, не склонный к риску, ценящий самостоятельность и достаток. По религиозной принадлежности - мусульманин, но правила Шариата выполняет не строго. Уровень благосостояния - выше среднего уровня среди предпринимателей.

Предприниматель второго типа - скорее всего, хорошо владеет русским языком, часто английским, имеет большой опыт ведения бизнеса, более высокий уровень образования, чем в среднем, работал и/или учился за границей, склонен к риску, ценит возможность получать новые знания, работу творческого характера, жизненную стабильность. Даже разбогатев, продолжит заниматься бизнесом, так как его предпринимательство для него - прежде всего интересная работа. Если он мусульманин, то строго выполняет правила Шариата.

Социальные черты первого: активные связи на уровне местного сообщества и ближайшего окружения. Он - сторонник активного привлечения родственников в бизнес (что уменьшает риски воровства, обмана, недобросовестности), в том числе собственных детей в качестве продолжателей "семейного дела". В то же время социальные связи в трудовом коллективе довольно слабые, предприниматель не вкладывает много средств и сил в развитие своих работников, принципов корпоративного управления. О слабости социальных связей в трудовом коллективе свидетельствуют и жалобы респондентов на нехватку честности и надежности у работников предприятия.

Второй, напротив, не поддерживает прочных связей на уровне местного сообщества и ближайшего окружения, является противником активного вовлечения родственников в бизнес (ими трудно управлять, их трудно уволить), предпочитает, чтобы дети организовывали собственный бизнес. При этом у него налажены неплохие связи и контакты с другими предпринимателями и структурами, работающими на бизнес (например, с союзами предпринимателей). Несмотря на то что предприниматель тратит значительные средства и силы на развитие своих работников и принципов корпоративного управления, часто его сотрудники проявляют недобросовестность, нелояльность, нечестность. Для данной группы предпринимателей характерно стремление к участию в политической жизни страны, они поддерживают политические свободы и демократизацию.

Предприниматель первого типа положительнее, чем в среднем, оценивает состояние бизнес-климата и практику государственного управления. Оценки второго, напротив, более негативны, чем в среднем. Он чаще среднего респондента жалуется на такие проблемы, как высокие риски невыполнения обязательств, коррупцию, "просьбы" о благотворительной помощи, выполнение банками несвойственных им функций, недобросовестную конкуренцию². Первый же на эти проблемы жалуется гораздо реже. При этом для него характерна более высокая доля, чем в среднем, таких вычетов из прибыли, как расходы на принудительную благотворительность и взятки чиновникам.

Общего у представителей двух моделей поведения немного: рост уровня благосостояния после начала занятия бизнесом (что вполне логично, так как речь идет об успешно развивающих свой бизнес предпринимателях); понимание важности нововведений, повышения уровня своих знаний и навыков; активное участие в благотворительности (что также логично для "успешных").

Анализ выявил две основные причины обращения предпринимателей к первой модели поведения. А) *Влияние отраслевой специфики*: в трудоемких отраслях (а сельское хозяйство и торговля относятся именно к ним) расширение производства, как правило, невозможно без прироста занятости. Б) *Отсутствие возможностей и навыков развивать бизнес другими методами*, а именно: за счет получения кредитов, внедрения новых технологий, повышения производительности труда³. Можно предположить, что

прирост занятости как основной способ расширения бизнеса характерен для малого предпринимательства и неофициального сектора экономики, поскольку у этих предпринимателей, как известно, затруднен доступ к официальным кредитам и физическому капиталу.

Принятие данной гипотезы позволяет объяснить, почему на предприятиях с высоким приростом занятости имеют место низкий уровень инвестиций в физический и человеческий капиталы (в условиях неопределенности, характерной для малого бизнеса и теневого сектора, предприниматель не будет вкладывать в имущество и оборудование, квалификацию и здоровье своих работников); слабое привлечение легитимных и официальных внешних источников финансирования (теневикам вход в банки закрыт, а мелким бизнесменам трудно получить кредит); большая роль неформальных социальных связей, слабая ориентированность на внешних консультантов и бизнес-услуги (мало денег, бизнес непрозрачен для посторонних); более низкие, чем в среднем, уровни образования и опыта руководителей и использования компьютеров.

В то же время *предприятия, расширяющие масштабы деятельности за счет вложений в физический и человеческий капиталы и увеличения объемов продаж, в большей степени склонны к использованию современных форм организации бизнеса, привлечению внешнего финансирования*. Соответственно, можно предположить, что эти предприятия работают преимущественно в официальном секторе экономики и в условиях жесткой конкуренции. Это предположение подтверждается высокой зависимостью инвестиционной активности от составляющих бизнес-климата, а также тем, что к важным проблемам развития бизнеса, названным представителями предприятий второй модели развития, относятся жесткая конкуренция с импортными товарами и недостаточный (низкий) спрос на продукцию⁴.

Дальнейший анализ был направлен на выявление особенностей различных социальных групп предпринимателей. Он основывался на установлении связей между признаками и факторами успешности бизнеса и принадлежностью предпринимателя к отдельным социокультурным группам: к одной из трех центральноазиатских культур (узбекской, каракалпакской и таджикской) или русскоязычной культурной общности (людей, думающих на русском языке); к тем, кто работал и/или учился за рубежом, владеет английским языком, имеет высшее образование; к мусульманам - приверженцам строгого исполнения религиозных правил.

Выявлены следующие особенности:

- Склонность использовать *экстенсивный* путь развития бизнеса (*прирост числа занятых*) характерна для представителей узбекской и каракалпакской культур.

- Уровни налаженных *внешних связей* (за пределами региона и страны) и *оснащенности компьютерными технологиями* выше у представителей русскоязычной культуры, у тех, кто учился и/или работал за рубежом, владеет английским языком и имеет высшее образование. Эти же категории предпринимателей больше, чем в среднем, нацелены на *инновации и творчество*.

- К *бизнес-услугам и внешним специалистам в области консалтинга и маркетинга* чаще обращаются представители русскоязычной культуры, те, кто учился и/или работал за рубежом, владеет английским языком, имеет высшее образование, а также мусульмане - приверженцы исполнения религиозных правил. Эти же категории осуществляют *активные вложения в человеческий капитал* и ориентированы в своей работе на *продвижение товаров на рынок*.

- *Инвестиции в физический капитал* активно осуществляют представители русскоязычной культуры, лица, владеющие английским языком, имеющие высшее образование, а также мусульмане - приверженцы исполнения религиозных правил.

- *Проблемы с недобросовестностью и честностью работников* испытывают приверженцы исполнения религиозных правил, лица, имеющие высшее образование, и представители узбекской культуры.

- *Налаженность социальных связей в бизнес-среде*, существенно уменьшающая коммерческие риски, слабо зависит от социокультурных факторов. Видимо, решаю-

шую роль здесь играют индивидуальные особенности предпринимателя и степень распространенности таких связей в бизнес-среде. Напротив, *налаженность социальных связей в местном сообществе и ближайшем окружении* напрямую зависит от культурной среды предпринимателя: наиболее интенсивны они у представителей узбекской культуры.

В заключение сформулируем наиболее важные, на наш взгляд, наблюдения и выводы.

1. Можно предположить, что *наличие тесных и дружественных контактов, взаимодоверия в бизнес-среде и на предприятии способны существенно снизить издержки заключения и исполнения сделок, потерь, связанных с недобросовестностью как коммерческих партнеров, так и наемных работников*. Это существенно уменьшает коммерческие риски и качество управления, обеспечивает большую финансовую устойчивость предприятий и рост производительности труда, специализацию, а значит стимулирует развитие частного сектора в целом. Наш анализ подтвердил данную гипотезу: все категории успешных предпринимателей активно включены в социальные сети. Для использующих экстенсивную модель развития бизнеса - это прежде всего сети на уровне местных сообществ и ближайшего окружения. Здесь широкое распространение находят семейный бизнес и неформальное урегулирование конфликтных ситуаций. Для использующих модель интенсивного развития - на первом плане формальные и неформальные сети в самом бизнес-сообществе, когда предприниматели сами или с помощью государства формируют институты, позволяющие отстаивать свои интересы (союзы предпринимателей), снижать издержки по заключению и обеспечению выполнения сделок (третейские суды, кооперативы, кредитные союзы) и расширять бизнес (долевое участие, привлечение кредитов).

Учитывая, что развитость социальных связей в бизнес-среде практически не зависит от культурных факторов, а значит не обеспечивается традициями, огромная роль в налаживании таких связей отводится государству (особенно местным органам власти) и общественным организациям, а также законодательной ветви власти, которая обеспечивает правовые рамки институтов защиты прав собственности и сделок.

2. *Хозяйственное поведение мусульман, строго придерживающихся правил ислама, имеет ряд особенностей, кажущихся парадоксальными, но имеющих определенные социокультурные корни*. В соответствии со сложившимся стереотипом о мусульманах, строго выполняющих предписанные религиозные правила (регулярные молитвы, пост, пожертвования в мечеть и пр.), "твердые" мусульмане - бизнесмены представляются далекими от свободного предпринимательства и современных технологий и не должны были бы попасть в категорию "успешных", а оказавшиеся там скорее должны использовать экстенсивную модель развития бизнеса. Однако исследование показало, что среди "твердых" мусульман-предпринимателей больше "успешных", чем в среднем по выборке, а "успешные" предпочитают интенсивную модель развития бизнеса, ориентированную на вложения в физический и человеческий капиталы, с активным привлечением бизнес-услуг и внешних специалистов.

Мы предполагаем, что "твердые" мусульмане законопослушны и придерживаются правил во всем - и в религии, и в бизнесе. Поэтому они предпочитают не нарушать законы при осуществлении предпринимательской деятельности, использовать преимущественно легальные схемы найма, привлечения финансовых средств, продажи товаров и пр. Отсюда отказ от экстенсивно-теневого варианта развития бизнеса. Кроме того, устойчивая жизненная позиция, твердые моральные принципы делают их надежными партнерами и работодателями. Это дополнительно стимулирует успехи в бизнесе. Эта гипотеза требует своего исследования.

3. Важными качествами "успешных" предпринимателей являются *стремление к знаниям, склонность к новаторству и творчеству*.

4. Успешность бизнеса в рамках интенсивной модели развития опирается на *уровень образования и опыт ведения бизнеса*. Для данной модели развития также характерны *активное использование ИКТ, высокий спрос на консалтинговые и маркетинговые*

услуги. В этой связи большое значение приобретает повышение "кадрового потенциала" предпринимателей посредством образовательных программ и развития сферы консалтинговых и маркетинговых услуг.

5. *Подверженность влиянию зарубежной культуры*⁵ - значимый фактор "успешности" бизнеса. Это подтверждает большая доля "успешных" среди лиц, имеющих опыт учебы и работы за рубежом, владеющих английским языком. Наличие такой взаимосвязи можно, конечно, объяснить тем, что за рубеж едут учиться и работать лица с более высоким потенциалом, чем в среднем. Тем более это относится к категории лиц, овладевших английским языком. Отсюда и их успехи в бизнесе. Но, с другой стороны, можно также предположить, что лучшее знакомство с зарубежной, в том числе предпринимательской и трудовой, культурой дает предпринимателю дополнительные преимущества в организации бизнеса. Не говоря уже о больших возможностях прямого заимствования производственных, коммерческих и организационных технологий, принципов бизнес-этики.

6. Проблемой развития бизнеса в Узбекистане остается недобросовестность, *нелояльность, нечестность персонала*⁶. В определенной степени это - общая для большинства стран постсоветского пространства проблема. Видимо, эти вопросы должны найти отражение в ходе модернизации учебных программ. Риски недобросовестности персонала можно снижать и посредством совершенствования трудового законодательства.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Опрос руководителей 1502 негосударственных коммерческих предприятий, представляющих все регионы страны, был проведен в апреле-мае 2006 г. по заказу Программы развития ООН и Торгово-промышленной палаты Узбекистана Центром экономических исследований (Ташкент). Основной метод - стандартизированное интервью. Дополнительно по той же анкете были опрошены руководители 52 государственных предприятий. Генеральной совокупностью для выборки служили все предприятия из ежегодно обновляемой базы данных Государственного комитета Республики Узбекистан. Выборка предприятий была основана на их административно-территориальной принадлежности к органам учета. В каждой группе (городские, негородские несельскохозяйственные и сельскохозяйственные предприятия) и в каждом регионе предприятия выбирались по вероятностной пропорциональной выборке. По итогам опроса в основной группе предприятий (1502) были выделены дополнительные группы: "крупные предприятия" (с количеством занятых 100 и более человек); "успешные предприятия" - предприятия, для которых соблюдаются все три условия: а) прирост занятости за последние два года превысил 20%, б) в 2005 г. имели место вложения в прирост физического капитала, в) респонденты оценили состояние своего бизнеса на "хорошо" и "отлично".

² Другие острые проблемы, как, например, высокое налоговое бремя, слабая защищенность прав собственности, рост цен на ресурсы и транспортные услуги и пр. также очень важны, но в той же мере, как и для остальных групп предпринимателей.

³ На поведение аграриев влияют обе причины, так как для них доступ к бизнес-инфраструктуре и современным технологиям затруднен в большей степени, чем для представителей других отраслей экономики.

⁴ В рамках исследования был проведен соответствующий корреляционный анализ, который и позволил выявить данные взаимосвязи.

⁵ Учитывая страны, где в основном работают и учатся жители Узбекистана, речь идет о влиянии западной и российской культур.

⁶ Это подтверждается и результатами опроса иностранцев, проживающих в Узбекистане, проведенного Центром экономических исследований в 2006 г.