

ИРРАЦИОНАЛЬНОСТЬ РЫНКА И МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

В.Н. Смагин

В статье рассмотрены некоторые условия, обеспечивающие жизнеспособность создания и развития малого бизнеса. Анализ опирается на теорию пассионарности Л. Гумилева в этногенезе, применимой к развитию социально-экономических систем; а также получившей быстрое практическое и научное развитие в последние десятилетия теории Хаоса.

Ключевые слова: предпринимательство, иррациональность, хаос, этногенез, пассионарность.

По статистике развитых стран из 10 первоначально созданных малых фирм 8–9 не доживает до 5 лет. Подобная выживаемость говорит о том, что внешняя среда не благосклонная к ним, информационно закрыта, в том смысле, что доступная информация не отражает реального спроса и предложения, а тем более тенденций в их изменении, не раскрывает действительного отношения рыночной инфраструктуры к новым субъектам рынка.

Реальные рынки не бывают эффективными, то есть моментально реагирующими изменением цены товара на новую публичную и частную информацию. Разумеется, рынки стремятся к равновесию, но оно никогда не наступает. Цены или слишком высокие или неестественно низкие и это отклонение существенно больше, чем диктуется моделями экономической теории и статистическим анализом схожих ситуаций. Избыточные колебания цен особенно заметны на самых подвижных рынках – фондовых, и порождает дополнительные риски и избыточную прибыль.

Удачливые инвесторы извлекают доход из ошибок, совершаемых большинством трейдеров, так как нередко придерживаются противоположной точки зрения на тенденции в изменении цен. Технический и фундаментальный анализ являются базой прогнозирования движения рынка, но настоящий успех приходит к тем, кто чувствует настроение, эмоции, ожидания основной массы игроков и иногда инстинктивно действует не как подсказывает внешняя логика событий. Об этом говорят многочисленные примеры экономической истории вплоть до новейших времен (например, Дж. Сорос). Достаточно вспомнить крах рынков в Голландии в начале XVII века, когда цена на луковицы некоторых сортов тюльпанов вследствие массового психоза торговцев превосходила стоимость добротного дома, и закономерное схлопывание подобного пузыря наказало не только рыночных игроков, но и значимую часть населения.

Иррациональность поведения возникает нередко из-за несоответствия природы человека избыточно быстро изменившимся условиям его существования. Технологические перемены в сель-

ском хозяйстве, затем в промышленности, а в последствии в информационной жизни людей сформировали индустриальное и постиндустриальное общества, которые вовсе не являются естественной средой обитания, и инстинкты человека работают в разрез с рациональным.

Например, нужно ли обязательно покупать акции быстрорастущих компаний? Ведь если покупателей окажется слишком много, цена акций окажется завышенной и в скором будущем покупка обернется потерей средств. А на муниципальном уровне нельзя однозначно создавать аналог успешно действующих малых предприятий. Возможно, их уже скоро будет избыток по отношению к спросу товаров или услуг, и возникнут убытки.

Не случайно в конце XX века особенно популярной теорией, изучающей движение рынков, стала «теория Хаоса». Причем речь идет не о библейском Хаосе с полной непредсказуемостью поведения, а о некотором специальном образе организованном. Одна из первых задач этого плана была решена математиком А.М. Ляпуновым в конце XIX века. Он показал, что хаотические движения могут возникать в детерминированных системах, описываемых обыкновенными дифференциальными уравнениями. В ряде случаев, при малых изменениях начальных условий развития детерминированной системы, возникают несоразмерно большие отклонения в поведении в ближайшем будущем, т. н. принципиально неустойчивые решения.

По этим причинам исключены точные долгосрочные прогнозы погоды. Взмах крыла бабочки в Бразилии может привести к появлению торнадо в Техасе – «бабочка Лоренца».

В XX столетии стремительно стало нарастать число примеров и теорий в механике, биологии, экономике, социологии, политике, связанных с теорией Хаоса, имевших, правда, иные названия – «теория бифуркаций», «теория катастроф», и другие, пока в самом конце XX века не появилось объединяющее их название – «теория Хаоса» [1], которая стала активно применяться и к изучению рыночных движений (например, «теория фракталов» [2]). Заметим, что термин «теория» содержит

в данном случае преувеличение, так как речь идет о принципиально нелинейных системах, для бесконечного многообразия которых, в отличие от линейных систем, невозможно создание чего-то единого. Речь идет о совокупности различных классов нелинейных систем, для каждого из которых существуют собственные неординарные черты решения.

Прошлый опыт часто предлагает обаятельные линейные отношения: каждое следствие имеет свою причину; все системы стремятся к равновесию; окружающее упорядочено – нужно только понять как. Реальная жизнь показывает, что системы, как правило, нелинейны и имеют критические уровни, достижение которых меняет качество системы и предсказуемость ее поведения.

Даже равновесие в нелинейных экономических системах может быть нескольких видов:

1) точечный аттрактор (англ. attract – притягивать) как классическое равновесие;

2) предельный цикл, когда равновесие понимается как колебательное движение вокруг равновесной точки;

3) странный аттрактор, когда равновесие характеризуется бесконечным множеством решений в некоторой области (аттрактор Мандельброта).

И это все для детерминированных систем, описываемых дифференциальными уравнениями. А есть еще нелинейности, описываемые интегральными, функциональными и другими классами уравнений или более сложными неформализуемыми связями, включающими случайную составляющую.

Ясно, что преодолеть формальными способами этот лабиринт сложностей при решении практических задач (например, таких как целесообразность открытия и развития нового бизнеса и т. п.) невозможно. Нужно выйти за рамки формальной логики и искать решение в иной плоскости.

Один из вариантов подхода к сложным вопросам экономики и социологии, с нашей точки зрения, дает учение о пассонарности Л. Гумилева в рамках теории этногенеза, где тесно переплетены экономика, социология, психология и еще что-то, остающееся за рамками рационального [3, 4].

Хаос и пассонарность – сущностные черты бизнеса. Пассонарность присуща только социальным процессам, поведению человека и представляет собой сильное внутреннее стремление личности (коллектива) к деятельности, направленной на изменение своей жизни и окружения. Часто подобная деятельность для пассонария значимей счастья, здоровья, удобства, комфорта и даже собственной жизни, а тем более окружающих.

Присутствие этики в деятельности необязательно, так как пассонарий может творить и разрушать, совершать подвиги и преступления, благо и зло; он не является героем, ведущим за собой, он только не может быть равнодушным, он гиперактивен в стремлении к тому, что притягивает его, к своему аттрактору.

Учение Л. Гумилева о пассонарности, определяющее способность человека или группы людей к сверхусилиям, к сверхнапряжению, делит индивидуумов по этому свойству на 9 уровней. Не стоит называть их все, но укрупнено их можно представить в виде 3-х больших групп:

1) пассонарность выше нормы, когда человек готов идти на жертвы ради своего идеала (Жанна Д'Арк, И. Сусанин, А. Гитлер и т. д.), тяги к аттрактору, меняющей себя и окружение;

2) пассонарность на уровне нормы (гармоничные люди), когда ее носитель устраивается в равновесии с окружением;

3) пассонарность ниже нормы, означающая склонность к лени, пассивности, паразитизму, предательству.

Один из вариантов (далеко не полный) учения о пассонарности, позволяющий классифицировать людей по четырем реперным характеристикам: способность к созиданию (пассонарность) – тяга к потреблению (эгоизм), рациональность поведения (на основе мышления) – иррациональность поведения (на основе здоровых животных инстинктов) представлен на рисунке.

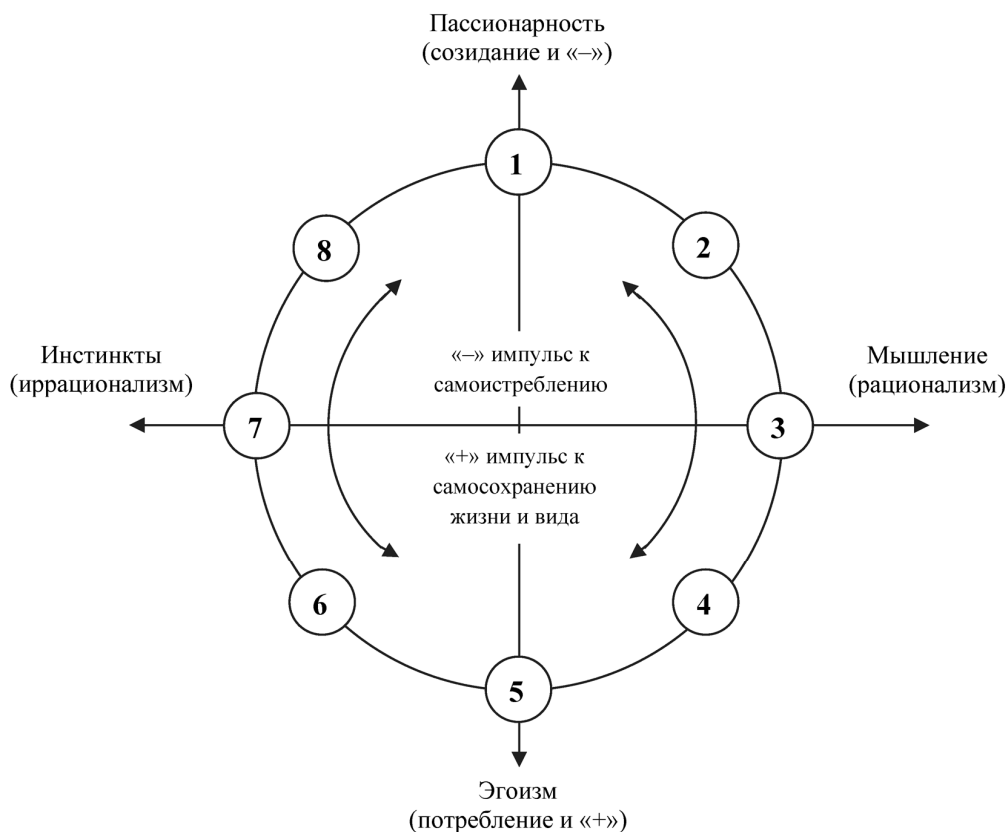
В начале координат уравновешены пассонарность (жертвенность) и эгоизм (50:50), мышление и инстинкты. Смещение в любом направлении от начала координат меняет соотношение между свойствами пропорционально удалению, характеризуя бесконечно большое социальное типов.

Изменение доли пассонариев в социуме по Л. Гумилеву определяет его развитие: подъем социума; перегрев; надлом; инерционную фазу; фазу свертки системы (доминируют «Шариковы»); мемориальную, означающую гибель социума, его поглощения соседями; но возможно при определенных условиях, начало нового цикла движения, начиная с подъема. Примерно так, циклически, живут социальные системы любого масштаба. Помимо социальных циклов, существуют связанные с ними экономические циклы: цикл Китчена (3–4 года), цикл Жюгляра (7–11 лет), цикл Кузнеца (15–25 лет), цикл Кондратьева (45–60 лет). Известны геополитические циклы (150–200 лет), климатические (с периодами 30, 40, 90 тыс. лет).

Малые, вновь созданные фирмы, тоже живут циклически: большая их часть (80–90 %) не доживает до 5 лет. Их динамика инициируется разнообразными экономическими, социальными, психологическими обстоятельствами, меняющимся внешним окружением.

Укрупнено эти движения можно разбить на несколько стадий.

Первая: в создателях имеется высокая доля пассонарности, решительности и уверенности в достижении цели, а аттрактором могут выступать смешанные в разных пропорциях жажда экономического и социального успеха, желание облагодетельствовать людей новыми видами продукции или услуг, удовлетворить свое честолюбие и т. д.



Типы людей в социальном Хаосе:

1. Миссионер, герой, творец. 2. Ученый, художник, создатель. 3. Деловой обыватель, торговец. 4. Подражатель, ремесленник. 5. Консерватор, рантье. 6. Прожигатель жизни, преступник. 7. Примитивный обыватель. 8. Предприниматель, организатор, честолюбец. п.п. 1, 2, 8 – высокая аттрактивность; п.п. 2, 3, 4 – высокая рациональность; п.п. 4, 5, 6 – высокая эгоистичность; п.п. 6, 7, 8 – высокая иррациональность

На этой стадии люди чувствуют себя братьями, работают на общий котел. Если появляется успех, то через некоторое время наступает 2-я стадия.

Вторая: братья начинают понимать, что они не равны, котел не общий, одни из него берут больше, и тогда начинаются активные действия по установлению справедливости; либо пассивные, выражающиеся в снижении объема и интенсивности ранее выполняемых обязанностей. Из фирмы уходит пассионарность, чувство братства, падает системная эффективность.

Третья: начинаются ответные действия тех, кто владеет большей частью «общего» котла. Они начинают убирать людей, с которыми начинали, заменять их простыми исполнителями. Пассионарность снижается в разы по сравнению с первой стадией, силы уходят на войну с внутренними врагами, чувство братства окончательно уходит, а вместе с этим эффект эмерджентности; снижается способность к самосохранению фирмы.

Четвертая стадия, если не предпринимаются решительные и успешные действия по обеспечению устойчивости фирмы, ее способности противостоять внешним вызовам, приводит к завершающему (мемориальному) этапу в жизни фирмы. Очень небольшая часть новых фирм успешно про-

ходят вторую и третью стадии развития. Разумеется, фирмы гибнут и в результате изначальных просчетов в оценке задуманного, просто неумелых действий менеджеров, форс-мажорных обстоятельств и других причин. Но это уже рок.

Доминируют, и на что можно влиять, внутренние противоречия, нехватка асертивности, неспособность преодолеть хаотичность и иррациональность отношений, отсутствие харизматичных (пассионарных) лидеров. В основе неудач чаще всего сложные, нелинейные отношения социальных, психологических, экономических, внутренних и внешних обстоятельств, складывающихся нередко в столь неудачные комбинации, которые меняют качества и вектор развития, ведут к потере управляемости и чувства самосохранения.

Разумеется, желательно изучение этого вопроса с помощью неких моделей, поставляющих предварительную информацию, так как опыт, получаемый на практических ошибках слишком дорог, а иногда и трагичен. Построение эффективных математических моделей, думается, маловероятно из-за принципиальной хаотичности вопроса, нелинейного характера процессов и невозможности получения на этой основе универсальных рецептов поведения.

Думается, правильное из наблюдений за конкретными, но достаточно типичными ситуациями, формулировать более-менее правдоподобные (и эффективные) схемы действий, последующая конструктивная критика которых поможет уточнять, развивать и адаптировать их к сценарному анализу жизнеспособности в ближайшем будущем новой рыночной единицы.

Чтобы общие рассуждения обрели более осязаемые на практике черты, сформулируем некий исходный набор особенностей новой фирмы, обещающий ее жизнеспособность. Набор получен на основе наблюдений, за рядом малых фирм, оказывающих услуги, и хотя достаточно правдоподобен, но уже поэтому не универсален, а в особых случаях и неприемлем. Тем не менее, опыт показывает, что фирмы способны выжить в течение ближайших пяти лет, если:

1. Фирма создается людьми с повышенной пассионарностью, т. е. с высокой энергетикой, гиперактивностью, способных пойти на жертвы даже ради иллюзорных целей. Причина в том, что внешняя среда, условия работы для начинающих фирм часто неблагоприятны, а ход реальных событий изначально не совпадает с бизнес- и другими планами. Расхождения зачастую превосходят все предполагаемое до начала процесса и перебороть эти несоответствия могут только нелинейные, неординарные и энергичные действия пассионариев. Пассионарность – важный ресурс любого сложного начинания, который пока не изучается в экономике, но который делает людей успешными.

2. Создаваемая малая группа должна предлагать некий минимальный для обслуживаемого сегмента рынка («критический») пакет связанной продукции или услуг. Набор меньше критического, вынуждает клиентов обращаться к нескольким фирмам, а это увеличивает их затраты и время. Клиенты, уходят к тем, кто предлагает им большую комплексность и эффективность.

3. Для успешного старта очень желателен бренд, на который в силу успешного проведенного рынком опыта соотношение «цена/качество», идут без опаски потребители. Если получается посредством франшизы начать работу под брендом, это следует для успеха начинания делать.

4. В новой фирме усиливает пассионарность персонала, а также размер человеческого капитала, важных для жизнеспособности малого предприятия, повышенная зарплата, если не сразу, то в ближайшей перспективе. И это превышение должно быть около 2 единиц, по сравнению со средней в аналогичных случаях. Как показывают исследования, в успешных фирмах, более высокая зарплата сопровождается большим приростом производительности.

Разумеется, есть и другие условия (факторы), они появляются после уточнения профиля деятельности, специфики и особенностей работы, но и перечисленные не равнозначны для успеха. По нашему мнению, названные факторы можно расставить по приоритетности (см. таблицу).

Приоритетность факторов успеха

№ п/п	Факторы жизнеспособности создаваемой малой фирмы	Приоритетность факторов
1	Пассионарность учредителей	$1 > (2 + 3 + 4 + 5)$
2	Критическая масса предлагаемых услуг	$2 > (3 + 4 + 5)$
3	Наличие бренда (через франшизу)	$3 > (4 + 5)$
4	Повышенная оплата труда	$4 > 5$
5	Достаточность стартового капитала	

Неравенства в правом столбце таблицы выражают экспертную оценку степени приоритетности факторов. Например, $1 > (2 + 3 + 4 + 5)$ означает, что пассионарность (целеустремленность, страстность, жертвенность и т.п.) важнее суммы остальных условий. Она способна преодолеть проблемы с нехваткой стартового капитала, с низкой оплатой труда единомышленников, отсутствием бренда и докритическим объемом услуг. А вот обратное, как правило, неверно. Высокий стартовый капитал не гарантирует успеха дела, так же как высокая зарплата, хороший бренд и послекритическая масса услуг.

Конечно, некоторые из позиций 2, 3, 4, 5 могут быть переставлены местами в конкретных случаях. Нельзя лишь, по нашему мнению, переставлять первую позицию: предпринимательский ресурс в форме пассионарности является важнейшим в подавляющем числе начинаний.

Таблицу следует рассматривать лишь как набор факторов, как общую характеристику успеха нового дела, как плюсовую тенденцию в массовых явлениях, но не как математическое условие, гарантирующее выживаемость фирмы. Социальная составляющая работы привносит иррациональность, нелинейность, хаотичность. Этим же отличается внешнее окружение. Поэтому идеальные, точные по форме и содержанию, условия не могут быть сформулированы в виде математических моделей или промежуточных (таблицы, графики, схемы и т. п.) моделей, в том числе эвристических. Но их можно попытаться изложить в приближенной, вербальной форме, достаточно точно работающей в значительной доле массовых явлений.

По-видимому, в этом случае удастся построить набор когнитивных моделей, выражающихся в структурировании проблемы с началом нового бизнеса через построение знакового орфа (когнитивной карты) возможных ситуаций и причинно-следственных отношений между факторами ситуации. Подобные модели необходимы для анализа, прогнозирования и принятия решения в нечетко определяемых ситуациях. Они не могут быть универсальны, так как требуется конкретизация (профиль бизнеса; экономическая, социальная,

демографическая ситуация; инфраструктура, место, время, тенденции и т. д.) многих обстоятельств, влияющих на решение проблемы. Каждая такая модель будет иметь и практическую значимость, и познавательную, так как послужит основой для строительства других когнитивных моделей, пригодных в схожих классах явлений.

Изложенное является приглашением к разностороннему рассмотрению такого научно трудного, но важного для практики масштабного явления, каким является успешное открытие нового бизнеса. К сожалению, всего 2 % граждан России сегодня хотят создавать свое частное дело, тогда как в США – 70 %, в Европе в среднем – 25 %. Значительные сферы экономики в стране оказались под монополией государственных корпораций, а многие частные компании живут во многом за счет связей с государственными [5]. Это снижает эффективность экономики. Образованные и энергичные молодые люди (пассионарии) сегодня предпо-

читают бизнесу карьеру чиновника, так как в этой сфере риск на единицу дохода на порядок меньше, чем в собственном деле.

Литература

1. Петерс, Э. Хаос и порядок на рынках капитала / Э. Петерс. – М.: Мир, 2009.

2. Мандельброт, Бенуа. Непослушные рынки: фрактальная революция в финансах / Бенуа Мандельброт, Хадсон Ричард Л. – М.: Вильямс, 2006.

3. Гумилев, Л.Н. Классификация людей по пассионарно-аттрактивному принципу / Л.Н. Гумилев, К.П. Иванов. – <http://gumilevica.kulichki.net/fund/fund03.htm>

4. Блинков, А.В. Внутри Хаоса / А.В. Блинков. – <http://www.liveinternet.ru/users/2603571/post76596601/>

5. Прохорова, Ирина. Тоталитарное сознание и миссия интеллектуала / И. Прохорова. – *New Times*, 27.05.2013.

Смагин Вячеслав Николаевич. Доктор экономических наук, профессор кафедры «Экономика фирмы и рынков», Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск, 8(912)-795-7004.

Поступила в редакцию 3 февраля 2014 г.

**Bulletin of the South Ural State University
Series "Economics and Management"
2014, vol. 8, no. 1, pp. 80–84**

MARKET IRRATIONALITY AND SMALL BUSINESS

V.N. Smagin, South Ural State University, Chelyabinsk, Russian Federation

The article considers some conditions that ensure the viability of small business development. The analysis is based on the theory of passionarity by L. Gumilev in ethnogeny applicable to the development of social and economical systems and having practical and scientific development in the chaos theory in the past decades.

Keywords: entrepreneurship, irrationality, chaos, ethnogeny, passionarity.

References

1. Peters E. *Khaos i poryadok na rynkakh kapitala* [Chaos and Order in the Capital Markets]. Moscow, Mir Publ., 2009.

2. Mandel'brot Benua, Richard L. Khadson. *Neposlushnye rynki: fraktal'naya revolyutsiya v finansakh* [Tendentious Markets: Fractal Revolution in Finance]. Moscow, Vil'yams Publ., 2006.

3. Gumilev L.N., Ivanov K.P. *Klassifikatsiya lyudey po passionarno-attraktivnomu printsipu* [Classification of People in Terms of Passionary and Attractive Principle]. Available at: <http://gumilevica.kulichki.net/fund/fund03.htm>.

4. Blinkov A.V. *Vnutri Khaosa* [Inside the Chaos]. Available at: <http://www.liveinternet.ru/users/2603571/post76596601/>

5. Prokhorova Irina. Totalitarnoe soznanie i missiya intellektuala [Totalitarian Mentality and Intellectual Mission]. *New Times*, 27 March 2013.

Viacheslav Nikolaevich Smagin, Dr.Sc. (Economics), Professor of Company and Market Economics Department, South Ural State University, Chelyabinsk, 8912-795-7004.

Received 3 February 2014