

СТОИТ ЛИ ДЕЛАТЬ БИЗНЕС С ДРУЗЬЯМИ?

Мулукова Линара Рафисовна

Магистр 1 курса факультета Социология,
программа Социальный анализ рынков

Бизнес с друзьями... Достаточно интересный и непростой вопрос. На него есть, по крайней мере, три ответа: "да", "нет" и "смотря с какими друзьями", - и под каждым из них лежит своя почва. Итак, попробуем разобраться в данной проблеме.

Во-первых, попытаемся построить типологию возможных отношений "дружба-бизнес". Насколько мне известно, существует три типа взаимодействия друзей в бизнесе: принципал-агентские отношения в случае найма одного другим, партнерские отношения в случае ведения общего бизнеса и партнерские отношения в случае взаимодействия двух независимых компаний или предпринимателей – друзей. Каждый из этих типов имеет свои достоинства и недостатки.

В целом дружеские отношения характеризуются горизонтальной сетевой структурой, экономические действия внутри которой строятся на принципах реципрокности или альтруизма. Рыночные же отношения основаны на деперсонифицированных контактах, а, внутрифирменные – на вертикальной иерархии, отношениях принципал-агент. Это несоответствие структур и приводит, на мой взгляд, к основным проблемам, как, в принципе, и некоторым положительным последствиям.

С одной стороны, включенность в одну сеть, причем тесную, позволяет снижать трансакционные издержки, способствует взаимодействию в силу увеличения доверия между контрагентами, снижает вероятность оппортунистического поведения, обеспечивает взаимопонимание в результате разделения общих норм и ценностей, представлений о мире. Это несомненные плюсы работы с друзьями. Но с другой стороны, рыночные и агентские отношения (отношения принципал-агент) могут разрушать дружбу.

Мне кажется, меньше проблем возникает, когда друзья становятся просто независимыми партнерами, т.е. каждый из них представляет собой независимую предпринимательскую единицу, которые в некоторых делах пересекаются, продают друг другу товары или услуги. В данном случае контрагенты могут быть в сильной степени уверены в надежности партнера. Отрицательным моментом является то, что условия сделки с экономической точки зрения могут оказаться не самыми эффективными, не максимизирующими доход, по сравнению с деперсонифицированными сделками с незнакомыми людьми – например, продажа по цене ниже рыночной, беспроцентная рассрочка платежа вместо кредита под проценты или немедленной оплаты и т.п. Однако эти варианты негативны только относительно, с точки зрения рыночной логики, хотя здесь опять-таки можно привлечь пресловутую калькуляцию прибыли и издержек – доход от доверительности отношений превышает альтернативные издержки заключения, казалось бы, не самой выгодной сделки. Кроме того, если бы персонифицированные отношения

были настолько губительны для бизнеса, то, наверное, предприниматели бы не стремились устанавливать постоянные контакты, порой и неформальные, со своими партнерами, как это предписано моделью чистого рынка. Риск оппортунистического поведения, асимметрия информации заставляют их работать с "проверенными" людьми, о которых у них уже есть некоторая информация и с которыми есть опыт взаимодействия. Вообще, сети играют огромную роль в предпринимательской деятельности, поскольку предоставляют доступ к различным ресурсам, информации, формируют и поддерживают доверие своих членов друг к другу, а также позволяют осуществлять коллективные действия (например, по защите своих интересов).

В то же время, дружеские сети обычно замкнуты, сводимы, их члены связаны между собой, в этих сетях нет структурных провалов, что, во-первых, не позволяет извлекать дополнительную ренту со своего уникального положения медиатора, а во-вторых, в значительной степени ограничивает ресурсный потенциал сети и ценность (точнее, уникальность) циркулирующей по ней информации.

Более сложные проблемы возникают, когда речь заходит о партнерских отношениях в рамках одного бизнеса. В публичном дискурсе часто говорят, что деньги портят людей, что друзья портят отношения, когда начинают делить прибыль и т.п. В данном случае актуализируются притязания на власть и финансы, возникает борьба за них. Кроме того, дружеские отношения предполагают симметричность, а, например, отношения между принципалом и агентом, если и не всегда, то, по крайней мере, как правило, характеризуются асимметрией информации. На мой взгляд, как уже было сказано, основная причина проблем, возникающих в случае общего бизнеса между друзьями или появления между ними отношений работник-работодатель, кроется в наложении сетевой структуры на иерархичную, административную, а также рыночную. В результате коррозии подвергается либо дружеская сеть, либо административная иерархия. Сетевые, реципрокные отношения предполагают иную, отличную от рыночной, логику взаимодействия, когда оно нацелено не на максимизацию прибыли, а на наращивание и поддержание социального капитала. В бизнесе он, несомненно, играет значительную роль, однако не должен противоречить основной задаче - накоплению финансового капитала.

Отношения с друзьями представляют собой сильные связи, а они важны, как было показано в ряде исследований [См., например, 9, 301-331], не столько для развития бизнеса, сколько для его начинания – для разработки идеи, поиска первоначального капитала, мобилизации ресурсов, а также для морального стимулирования к началу предпринимательской деятельности. Затем, по мере развития бизнеса, все большую роль начинают играть слабые связи, которые позволяют расширять рынок, получать дополнительную информацию о рыночных возможностях и об инновациях, привлекать большие ресурсы (когда у компании сформировалась репутация в рамках широкого круга игроков или когда компания уже обладает легитимными в данном сообществе "сертификатами качества", подтверждающими ее надежность). Сильные связи, напротив, ограничивают спектр возможных действий и трансакций предпринимателя.

В целом, наличие сетевых связей с контрагентами, на мой взгляд, необходимо для успешного ведения бизнеса. Во-первых, таким образом, как уже было сказано, снижаются трансакционные издержки, ситуация определяется, понимается партнерами одинаково, и, самое главное, возникает сетевое доверие, обеспечивающееся санкциями за нарушение установленных внутри сети норм и возможностью исключения из этой сети (самая сильная санкция), а значит, исключением из сетевых ресурсных потоков и перекрытием доступа к

этим ресурсам. Хорошим примером подобного сетевого взаимодействия является этническое предпринимательство. В данном случае в предпринимательской деятельности взаимодействуют обычно не просто члены одной сети, но знакомые, а порой и друзья.

Взаимодействие с друзьями обеспечивает надежность и, возможно, повышенную мотивацию к труду и достижению у всех участников, однако сотрудничество (горизонтальное – в качестве партнеров – или вертикальное – в отношениях работника и работодателя) просто знакомых, а не друзей или родственников придает большую гибкость поведению обеих сторон. С одной стороны, это повышает риск оппортунистического поведения, но с другой стороны, больше позволяет действовать в соответствии с рыночной логикой, которая должна превалировать в плоскости экономических отношений (но не факт, что эта рыночная логика, по сравнению с логикой сетевых взаимодействий, приведет к успеху, выживанию, процветанию дела и максимизации прибыли в долгосрочной перспективе).

Мои родители имеют отрицательный опыт найма друзей на работу, а также привлечения их в бизнес в качестве партнеров в смысле общего дела. Однако социология не оперирует отдельными случаями для построения обоснованных выводов. Массива репрезентативных количественных данных по этой теме в моем распоряжении, к сожалению, тоже нет. Поэтому я решила проанализировать материалы Интернет-форумов, на которых обсуждаются проблемы предпринимательства.

Содержание форумов подтверждает мою гипотезу о различной степени серьезности возникающих проблем при разных типах взаимодействия друзей. Я не нашла ни одного высказывания по поводу контактов друзей - независимых предпринимателей. Это означает, скорее всего, что сложности, возникающие при подобном характере отношений, не настолько крупны и замечаемы. По-другому дело обстоит с общим для друзей бизнесом и с наймом одного другим.

Абсолютное большинство высказываемых на форумах мнений негативно окрашено – люди, многие из которых либо сами являются предпринимателями, либо имеют предпринимателей в своем ближайшем окружении, считают вредным и даже опасным ведение бизнеса с друзьями: "Для того, чтобы хорошо зарабатывать, надо обманывать других. Поэтому в свой бизнес друзей не берут, по крайней мере мои знакомые" [4] (*Здесь и далее цитаты с форумов приведены в том виде, в каком они высказаны участниками – без лексической, грамматической, орфографической и пунктуационной корректировки – Л.М.*); "С друзьями нужно дружить, а совместный бизнес предполагает "деление шкуры еще не убитого медведя", четкое распределение ролей, фин. вложений и доходов... О какой дружбе может идти речь? Я далеко не романтик, но по-прежнему считаю, что настоящая дружба это вещь достаточно бескорыстная и меркантилизма не терпящая..." [4]. Относительно найма друзей на работу характерно следующее высказывание: "Ставя своих друзей в свое подчинение с одной стороны есть риск испортить дружбу, а с другой стороны есть риск не добиться успеха в бизнесе из-за постоянных поблажек друзьям. Поэтому, если уж берешь друзей, то они должны быть заинтересованы в результате чем-то помимо обычной зарплаты, плюс друзья должны быть ответственные, а не разгвоздяи".

На втором месте по распространенности находится двоякое отношение к совмещению бизнеса и дружбы – говорится о том, что все зависит от конкретных людей, от обстоятельств, от условий делового взаимодействия: "Заводить бизнес с друзьями и родственниками можно, но при одном условии - заранее оговорены и, желательно,

прописаны, сферы ответственности, критерии хорошей/плохой работы и т.п. Тогда в случае проблем очень легко указать на то, где человек неправ и не возникает никаких напрягов по дружеской части. Если не оговорить, возможен "расслабон", типа "Василий же кореш, он поймет, почему я профукал этот проект". А Василий тоже - стоит и сказать вроде надо и кореша обидеть не хочется... Вот и вся проблемка" [6]; "Конечно деньги портят дружбу, да и не только ее. Деньги портят вообще много чего и дружеские отношения, и семейные, и... да и просто любые человеческие. Но это для тех кто ставит деньги выше этого, ну или даже вровень. Я к примеру свой первый капитал наскреб с другом, в студенческие годы, и очень рад совместному бизнесу. Было конечно много передраг и ссор, но дружеские отношения наше совместное дело только укрепило в итоге. И в мире бизнеса куча примеров расцвета мировых компаний, корпораций основанных друзьями-одноклассниками, коллегами, однокурсниками и т.п. Главное найти точки соприкосновения... Между делом и другом..." [4]

В самую немногочисленную, но все-таки существующую, группу попали люди, которые видят в совместном с друзьями бизнесе только преимущества: "Я думаю что это вполне допустимо, если ваши цели совпадают, если вы понимаете и поддерживаете друг друга. А деньги надо делить на договорной основе. А то что бизнес (дело) делают друзья это его только укрепляет" [4].

Таким образом, мнения разделились, хотя явно прослеживается преобладание негативных оценок диады "дружба-бизнес". Интересно, что на форуме я нашла не просто подтверждение, но и формулировку своей идеи по поводу несовместимости разных структур взаимоотношений (сеть - иерархия) и порождаемых ими разных принципов взаимодействия (реципрокный обмен - рыночный обмен): "Хочешь загубить дело? - отдай в чужие руки! то-бишь не свои. В любом случае, если действительно строишь реальный бизнес, друзей там и близко быть не может! Ибо истинно дружеские отношения подразумевают самопожертвование в пользу настоящего друга. В противном случае - это не дружба, а, скажем, приятельские отношения. Понятие бизнеса требует выстраивания четкой иерархии с подчинением и ответственностью; совместимо ли это с дружескими отношениями - вопрос риторический! Панибратство в бизнесе давно сгенерировало понятие: "таких друзей парочку, и... врагов не нужно...!" [4]; "Есть такая пословица. Если хочешь потерять друга - займи ему крупную сумму денег. Где есть деньги, там есть власть. Там, где власть, там нет друзей" [4].

Примечательно также то, что некоторые люди высказывают мнения, противоречащие моему предположению о том, что персонифицированные отношения, предполагающие наличие взаимных обязательств (неартикулируемых), взаимную заинтересованность в результате, при деловом взаимодействии друзей приводят к более эффективной работе: "...следует помнить, что чаще всего семейный и дружеский бизнес не растёт. Причина банальна: **слишком низкий уровень ответственности между членами (Выделено мною. - Л.М.)**" [4]. Но есть и другое мнение, соответствующее моему предположению: "Друзья сильнее реагируют на замечания, но как правило добиваются больших результатов, т.к. не меньше тебя заинтересованы в результате" [5]. А теперь рассмотрим данные некоторых исследований, посвященных изучению реальных практик взаимодействия, в том числе друзей, в сфере бизнеса.

В результате исследования, проведенного в г. Кемерово² в 2001-2002 годах,

² Исследование под руководством А.Н. Олейника с участием Гвоздевой Е.А., Каштурова А.В., Клеман К. и Прокопьева В.Н.. Следует сказать, что исследование в целом проводилось в 5 регионах России, было опрошено

выяснилось, что более половины предпринимателей работают со своими родственниками, и более трети – с друзьями и знакомыми. Так, на вопрос "Имеете ли Вы опыт привлечения родственников в бизнес?" 58% респондентов ответили утвердительно. "Для выполнения эпизодических поручений родственников привлекают 20% опрошенных; в качестве партнеров по бизнесу, совладельцев, соучредителей – 23%; рядовых сотрудников – 27%. У 39% опрошенных предпринимателей знакомые и друзья становятся партнерами по бизнесу" [1]. Объединение друзей и знакомых в одну категорию не позволяет нам определить степень вовлеченности друзей в бизнес. Более того, понятие "знакомые" достаточно расплывчатое и может включать в себя как "хороших знакомых", так и "далеких" знакомых, а отношения с этими разными группами, все-таки, на мой взгляд, строятся на разных основаниях.

По данным другого исследования, проведенного РНИСиНП в 1999 году в 9 регионах России, более половины (51,9%) руководителей малых предприятий при поиске постоянных работников используют дружеские связи (это, правда, не означает, что нанимаемые таким образом работники являются друзьями этих руководителей). При найме временных работников доля использующих друзей ниже, но также значительна – 42,4% (в обоих случаях этот ответ на вопрос "Какими источниками при найме персонала вы пользуетесь?" оказывается наиболее популярным). При этом большинство (36,7%) считает данные каналы наиболее эффективными [8, 113-114].

К сожалению, упомянутые исследования не совсем соответствуют нашей проблематике, но специальных исследований о бизнесе с друзьями, его проблемах и выгодах, насколько мне известно, не проводилось, поэтому приходится довольствоваться косвенными показателями. В любом случае, имеющиеся эмпирические данные позволяют говорить, что в целом люди склонны привлекать в свой бизнес друзей, если он требует повышенной надежности партнеров, доверительных отношений. Чаще всего предпочитают использовать сильные связи новички на начальном этапе своей предпринимательской деятельности. По мере развития бизнеса требуется выстраивание более широкой сети контактов, поэтому предприниматели отходят от концентрации на своем ближайшем окружении. Это, конечно же, не значит, что они обязательно порывают прежние деловые связи с друзьями, хотя, как правило, из-за нарастающих конфликтов так зачастую и происходит. Но если они и продолжают работать вместе, то обычно стараются в дальнейшем черпать ресурсы (экономические, человеческие, информационные и т.д.) не только из своей тесной сети, но и привлекать более широкий круг контрагентов. Так, например, "закрытость МП (*Малых предприятий - Л.М.*) от организованного рынка труда стирается по мере взросления и роста численности занятых, что связано с вполне закономерным процессом постепенного истощения каналов "межличностного рынка труда"" [8, 114].

Литература

1. Апарина Н.Ф. Межфирменные сети: проблема отношенческих контрактов // Интернет-конференция "Россия: варианты институционального развития". 25.10.06-15.12.06 (<http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/293990.html>)

-
2. Барсукова С.Ю. Неформальная экономика: экономико-социологический анализ / С.Ю. Барсукова; Гос. Ун-т – Высшая школа экономики. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2004.
 3. Малое предпринимательство в России: прошлое, настоящее и будущее / Под общ. Ред. Е.Г. Ясина, А.Ю. Чепуренко, В.В. Буева, О.М. Шестоперова. – М.: Новое издательство, 2004.
 4. Форум на softweb.ru (<http://www.forum.softweb.ru/showthread.php?t=4701>)
 5. Форум Психологического Центра "Аметист". (<http://ametiste.borda.ru:80/?1-4-0-00000001-000-0-0>)
 6. Форум сайта "Дизайн жизни". (<http://solnushkov.ru/?an=thread&thread=1366476582>)
 7. Форум CHAT.MD "Банковское дело". (<http://gambrinus.100stars.net/forum/topic.4547.html>)
 8. Чепуренко А.Ю. Малый бизнес в рыночной среде: Учебное пособие. – М.: Издательский дом Международного университета в Москве, 2006.
 9. Davidsson P., Honig B. The role of social and human capital among nascent entrepreneurs // Journal of Business Venturing. Vol. 13, Is. 3. May 2003. P. 301-331. (<http://www.sciencedirect.com/science/article/B6VDH-460M91Y-1/2/c95aae4b8ac81bca6d97bfaa94e7d7a9>)
-