



*И.В. Игнатова,
доцент Тюменского государственного университета,
кандидат социологических наук*

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО УСПЕХА

Ключевые понятия: предпринимательский успех, его элементы, факторы и показатели, личностные качества успешного предпринимателя.

Предпринимательство, будучи активной и сознательной деятельностью, способствует удовлетворению общественных потребностей, выступает также как важный элемент социальной культуры человечества. С ним связаны целесообразная хозяйственная деятельность, философско-мировоззренческие, правовые, нравственные, эстетические и другие ценностные ориентиры. Участие человека в предпринимательстве обусловлено его представлениями о смысле жизни, ее достойном образе, социально значимых целях, престижности тех или иных видов труда, об успехе, собственности, материальном благосостоянии, взаимоотношениях людей в процессе хозяйствования.

Существует устойчивая философская и социологическая традиция исследования взаимовлияния духовного и экономического в предпринимательской деятельности. Труды М. Вебера, В. Зомбарта заложили новые подходы к предпринимательству, включая скрытые духовные предпосылки хозяйствования [1]. В их работах главная роль

в происхождении капитализма и предпринимательства отведена таким социокультурным факторам, как мотивация и ценностные ориентации конкретных форм деятельности, утверждается также связь хозяйственного мышления с религиозными предпочтениями личности и общества. Целый ряд теорий обосновывает ценностные установки предпринимателей, их мотивацию. Согласно теории лидерства, лучшие из руководителей обладают специфическим набором особых личных качеств. Если люди научатся их своевременно выявлять и воспитывать в себе, то в итоге многие индивиды могут стать успешными предпринимателями. Некоторые из таких черт современное общество называет единомушно. Это - достаточно высокий уровень интеллекта и знаний, социального и экономического образования, впечатляющая внешность, честность, здравый смысл, инициативность и высокая степень уверенности в себе.

И хотя лидеры, как правило, действительно отличаются интеллектом, стремлением к знаниям, надежностью, ответственностью, де-

ловой и социальной активностью, высоким социально-экономическим статусом, однако в различных ситуациях они обнаруживают совершенно разные личные качества. Это позволило ученым сделать вывод о том, что руководителем человек становится не только потому, что обладает некоторым набором личных свойств, но и наличием кругозора, стратегического мышления, умения общаться с подчиненными и ставить перед ними конкретные задачи контролировать их выполнение. Предпринимательское мышление, выработанное в процессе целенаправленного влияния на человека и формирования в нем стойкости к неблагоприятным факторам внешней среды, неудачам, активного желая достигать поставленных целей, позволяет индивиду стать эффективным бизнесменом [2]. Важно также, как полагает автор, его умение генерировать идеи, строить бизнес-модель «проблема – решение», определять цель хозяйственной деятельности и на основе имеющихся ресурсов разрабатывать программу ее достижения. Данный путь формирует профессионализм предпринимателя, обогащает его опытом генерирования качественных идей.

Поведенческий подход создал основу для классификации стилей руководства предприятием (организацией), поведения, лидерства. Однако ни подход к изучению проблемы эффективного предпринимательства с позиций личных качеств, ни поведенческий подход не смогли выявить при всей их значимости прямого логического соотношения между личными качествами или поведением руководителя в ходе

хозяйственной практики и успешностью его деятельности. Последнюю во многом обеспечивают дополнительные (ситуационные) факторы. К ним относятся, в частности, характер цели (задания), потребности и личные качества подчиненных, воздействие среды, объем имеющихся у руководителя средств и информации.

Анализируя модели экономического поведения, выявленные Э. Фроммом [3], автор выделяет предпринимательскую модель, основные ценности которой составляют свобода и самостоятельность хозяйственной деятельности. При этом свобода рассматривается на первых этапах становления предприятия как материальная составляющая, а затем, по мере его расширения, как способ влияния на благополучие близких людей, коллег по компании, на рынок, отрасль и т.д. Самостоятельность представляется как стремление самому контролировать собственную жизнь и все составляющие влияния на нее, как использование неупущенных возможностей. Предпринимательский тип поведения личности, как свидетельствуют исследования И.Г. Акперова, А.В. Боярцевой, Н.М. Карамзина и Ж.В. Масликовой, проявляется в любой экономической формации [4]. Система ценностей, исповедуемая предпринимателями, настолько привлекательна, что постоянно выводит на этот путь все новых людей. Специалисты отмечают, что сегодня возникла новая социальная ценность – «свое дело». По данным авторского исследования [5], для предпринимателя «свое дело» – это не абстрактное явление, а вполне реальный проект.



Для интервьюируемых характерны высказывания такого рода, как: «Лет за пять нашел свое дело», «Конкуренция есть, значит, я еще не нашел своего дела». Последнее для предпринимателей определяется тремя составляющими: а) получение удовольствия от работы, б) личное развитие, которое можно оценить, увидеть, в) самостоятельность, в том числе финансовая.

Двадцать лет назад намерение бросить наемный труд и заняться предпринимательской деятельностью общество не всегда понимало, сейчас же странно выглядит нежелание заниматься ею. Думается, на этот процесс оказал влияние эффект харизмы. Согласно концепции Т. Питерса, добиться процветания может человек-бренд, обладающий мастерством, индивидуальностью, навыками сотрудничества [6]. Несмотря на неоднозначную оценку общественным мнением многих из них, следует признать, что первые российские предприниматели умели добиваться поставленных целей [7].

В современной экономике основной производственной единицей становится не только сама корпорация, дающая работу (доход, средства к существованию), но и человек. Это происходит благодаря глобализации, развитию информационных систем и новых принципов планирования.

В рамках предпринимательского типа выделим его положительные и отрицательные качества, которые сформулированы на основе проведенного автором контент-анализа 98 интернет-материалов [8]. К положительным отнесены такие характеристики, как авантюрный, целеустремленный, амбициозный, со-

зидающий, предприимчивый, новаторский, свободомыслящий, творческий, практичный, инициативный, волевой. К отрицательным – поучающий, жесткий, ограниченный (использующий лишь профессиональные знания в своей работе), наглый и др.

Таким образом, в отличие от просто рыночного типа характера индивида, предпринимательский тип хочет не продать себя подороже, а быть свободным и самостоятельным в своих действиях. При этом на первый план выходят вопросы самоактуализации личности, которая стремится к полному раскрытию своих способностей и талантов, к реализации творческого потенциала. Данная цель достигается в процессе социально ориентированной деятельности, связанной с получением материально-вещественных, социально-значимых результатов.

В отечественной психологии понятия «успех», «предпринимательский успех» мало изучены. Чаще всего успех определяют как удачу, достижение хороших результатов в работе, общественное признание. Применительно к предпринимательской деятельности, он рассматривается как «двуединство потребности личности предпринимателя слиться с обществом и одновременно выделиться из него» [9]. По мнению В.В. Радаева, предпринимательский успех представляет собой совокупность личного дохода предпринимателя и его фирмы. Как видим, понятие это многогранное, сложное и классифицируется оно на основе идеальных представлений об успехе (победа, выживание), его продолжительности (краткосрочный, среднесрочный, долгосроч-

ный) и личном вкладе предпринимателя (заслуженный, незаслуженный успех).

В структуре предпринимательского успеха автор полагает целесообразным выделить две составляющие: личный успех и успех в реализации проекта, а также личную и общественную его стороны. Результаты контент-анализа указанных выше интервью предпринимателей свидетельствуют о том, что большинство из них (58%) на вопрос о том, какой у них самый большой успех ответили, что он еще впереди, а позади «просто» успехи. К числу личных успехов 30 процентов бизнесменов относят общечеловеческие ценности (рождение детей, женитьбу, замужество и т.д.), 28 процентов – ощущение свободы, «сам себе хозяин», 9 процентов – поддержку близких. Бизнес-успех, по мнению респондентов, включает практическую согласованность идеи и ее реализацию (30%), признание своей деятельности (13%), независимость от денег (5%). Очевидно, что предприниматели выделяют личный и бизнес-успех, ценят семью и соответствие идеи ее практической реализации. Тем не менее, по данным того же исследования, их планы на будущее связаны исключительно с развитием собственного дела. Они предполагают, к примеру, расширить ассортимент товара, освоить производство новых для собственного предприятия видов изделий, но актуальных для общества (в экологической сфере – фильтры, очистные сооружения); открыть два магазина: один мебельный, так как в этой сфере трудится, и один книжный, потому что очень любит читать; на-

чать работать с интеллектуалами, приобретать их продукты (программу, технологию) и организовать их реализацию и т.д.

В ходе того же исследования выявлены основные трудности, с которыми приходится сталкиваться предпринимателям на разных этапах развития бизнеса. На этапе формирования идеи – это страх начать свое дело, под которым подразумевается боязнь осуществлять какие-либо конкретные действия в этом направлении, непонимание со стороны близких. Эти стартовые трудности касаются субъективных аспектов жизни человека. На этапе функционирования бизнеса о себе заявляют объективные и субъективные трудности, с которыми сталкиваются предприниматели. Субъективные – касаются тех из них, кто функционирует в этой сфере от 1 года до 3 лет. Затем, по мере накопления опыта, основными становятся затруднения, вызванные объективными причинами. К субъективным трудностям относятся в том числе личная доверчивость, которая подчас оборачивается обманом со стороны партнеров, собственная лень, отсутствие навыков ставить четкие цели и строго контролировать действия, ведущие к ее достижению. К объективным – относят нехватку активов, что затрудняет развитие бизнеса, недостаточное количество свободного времени, чтобы осваивать новые направления, частые изменения в законодательстве, осложняющие взаимоотношения с налоговыми органами.

С одной стороны, предприниматель добивается положительного общественного признания результа-



тов своей деятельности, с другой – находит возможность преуспеть в соперничестве и приобрести относительно лучшие условия существования.

Согласно мнению самих бизнесменов [10], рейтинг факторов, определяющих успех их деятельности, выстраивается следующим образом: наличие профессиональной команды единомышленников – 22 процента; личные качества руководителя, его организаторские способности, авторитетность – 19; преданность миссии бизнеса, четкая постановка целей, идеология компании – 14; хорошее образование – 11; профессионализм и квалификация сотрудников – 10; востребованность услуг (товаров), ориентация на потребности клиента, правильное позиционирование на рынке – 8; связи, знакомства – 8; умение видеть перспективу – 6; удача, везение, случай – 6; умение ориентироваться в ситуации – 5; передовые технологии, инновации, современное оборудование – 4; прочее – 31 процент.

Рейтинг факторов, по которым предприниматели оценивали успех компании, таков: положительная динамика работы предприятия (фирмы), рост стоимости бизнеса, увеличение оборота средств – 22 процента; социальная и общественная значимость бизнеса, имидж компании, ее известность – 14; рентабельность, окупаемость, норма прибыли – 12; высокая доля рынка – 11; стабильность работы и производственных показателей – 7; объемы производства, продаж, масштабность бизнеса – 6; рост заработной платы и социальная защищенность

работников – 5, влияние бизнеса на власть, общество, его лоббистские возможности – 4; качество производимой продукции, предоставляемых услуг – 3; прочие – 15 процентов.

Анализ принципов распределения сил и времени предпринимателей свидетельствует о том, что рабочее время структурируется в соответствии с требованиями бизнеса и личными предпочтениями. Так, оптимальным считается, если текущая деятельность, связанная с функционированием предприятия, занимает в день не более четырех часов. Остальное время – творческая работа, направленная на расширение бизнеса, поиск и реализацию новых идей. Основное правило при распределении сил и времени связано с умением расставлять приоритеты и решать в первую очередь основные, а затем уже второстепенные задачи. При этом, как отмечают предприниматели, такая работа должна выполняться с удовольствием, творчески. Большинство из них придерживается принципа – стремиться к тому, чтобы рутинной работы становилось все меньше, а времени для творчества – все больше.

Как видим, бизнесмены предпринимательский успех связывают в первую очередь с идеей и желанием ее реализовать, с самоутверждением или стремлением изменить ход событий. Прибыль, безусловно, сопровождает этот успех, но в самой предпринимательской деятельности не выступает в качестве самоцели.

На основании анализа автор выделяет составные элементы, которые обеспечивают успешность предпринимателя. Во-первых, это –

полезность его деятельности для общества. Только в таком случае можно ожидать положительную ответную реакцию окружающих. Во-вторых, уважение близких людей и коллег. В-третьих, стабильность, позволяющая чувствовать себя гораздо увереннее и, настойчиво работая, идти вперед. В-четвертых, любимое дело, вызывающее чувства радости, удовлетворения.

Сочетание перечисленных составляющих в одном лице способно характеризовать успешную личность, ее идеальный вариант. На практике отдельные элементы нередко отсутствуют либо приобретают некорректные формы. Так, по данным экспертного опроса, проведенного автором среди предпринимателей Тюменской области в 2009–2010 годах (опрошено 17 предпринимателей, имеющих свое дело в сфере малого и среднего бизнеса, успешно функционирующих на рынке в течение 5–10 лет; средний возраст 45 лет; все эксперты имеют высшее образование, 3 человека – степень кандидата наук, 1 – доктора наук; в числе опрошенных – 4 женщины, 13 мужчин), одним из важных качеств успешного предпринимателя является вера в себя, в свою идею, упорство в ее реализации, так как бизнесмену нередко приходится идти против мнения близких ему людей и окружающих. Состояние стабильности редко сопровождает предпринимательскую деятельность. Гораздо чаще она отличается неопределенностью, рисками различного рода. Основными ошибками начинающих предпринимателей, как правило, становятся некорректная оценка рисков и

страх перед ответственностью за свои решения. Поэтому готовность к банкротству выступает еще одной, специфической характеристикой предпринимательства.

Рассматривая данную деятельность как способность к творчеству (такой подход впервые предложили Дж. Долан, Е. Лидсей, Р. Макконнелл, Л. Брю), важно отметить, что создание ситуаций, максимально развивающих творческую активность, – ключевое отличие предпринимательства. При этом многие исследователи рассматривают предпринимательские способности как человеческий талант [11], предполагающий быстроту, глубину и прочность овладения новейшими знаниями, умениями и навыками, используемыми в конкретной деятельности.

Отечественные и зарубежные исследователи констатируют особую значимость предрасположенности индивида к предпринимательству. По их мнению, генетические факторы приблизительно на 50 процентов определяют уровень предприимчивости человека и вероятность того, станет ли он основателем собственного дела [12]. Природной предпосылкой возможности развития подобных способностей выступают врожденные анатомо-физиологические особенности мозга и нервной системы. Предпринимательские способности по уровню их преобладания в человеке классифицируются на выраженные и невыраженные. Первые имеют высокую, среднюю и низкую степень выраженности, вторые – находятся в зачаточном состоянии или отсутствуют совсем и, значит, их необходимо развивать [13]. Как полага-



ет автор, большинство умений можно выработать у людей, имеющих предпринимательские способности зачаточного уровня (т.е. врожденные). Это обосновывает целесообразность проведения первичного отбора на предпринимательские курсы (в соответствующие вузы).

Постоянные дискуссии вызывает вопрос о важности иметь/не иметь высокий уровень образования человеку, занимающемуся предпринимательской деятельностью. В то же время, жизненная практика показывает, что по мере развития бизнеса именно хорошее образование начинает играть ключевую роль, ибо в условиях конкуренции особо важными становятся разработка и внедрение новационных, модернистских идей, позволяющих оставаться конкурентоспособным и получать дополнительную прибыль. Эту гипотезу подтверждают исследования американских ученых, которые проанализировали биографические данные 400 самых богатых людей планеты, входящих в список журнала «Форбс». По их данным, среди факторов, обеспечивающих успех, – окончание колледжа необязательно, но в процессе становления человека как предпринимателя и развития его дела (предприятия, фирмы) получение степени магистра делового администрирования в Гарварде или Колумбийском университете становится необходимым.

Важная характеристика – оценка предпринимателями своих знаний и опыта. В России бизнесмены, как правило, хорошо образованы, о чем свидетельствуют результаты исследований В.В. Радаева. Так,

74 процента из них имеют высшее и неоконченное высшее образование, 13 – ученую степень, 11 – среднее специальное образование и только 3 процента – полное и неполное среднее образование [14]. Уровень активности бизнесменов с высшим образованием превышает число респондентов со средним в два раза. При этом в 2008 году менее 20 процентов опрошенных оценили свои знания и опыт как достаточные для создания собственного дела, а в 2009 году – около 25 процентов [15]. То, что количество вовлеченных в предпринимательскую деятельность в России невысоко, вполне может этим объясняться. Показательно, что наибольшую уверенность в своих знаниях демонстрируют предприниматели Доминиканской Республики, Боливии, Перу (более 70%). Менее всего уверены в достаточности своих знаний и опыта японцы (12,5%) и россияне (17,6%), в то время как в развитых странах Западной Европы и Америки – от 25 до 55 процентов респондентов. Очевидны кризисные изменения в оценке предпринимательского климата. Если в 2008 году порядка 30 процентов людей оценивали условия как благоприятные для создания своего дела, то в 2009 году – менее 20 процентов [16].

Подытоживая сказанное, подчеркнем еще раз, что при рассмотрении и оценке предпринимательства как способности к творчеству весьма значимы личностные качества человека, обеспечивающие достижение делового успеха. Именно поэтому необходимо обращать особое внимание на развитие врожденных способностей индивида, а

также расширять в вузах соответствующей направленности преподавание узкоспециализированных кур-

сов (дисциплин) по организации и ведению предпринимательской деятельности.

1. Вебер, М. Избранные произведения : пер. с нем. / М. Вебер. – М. : Прогресс, 1990. – С. 808; Зомбарт, В. Буржуа. Этюды по истории духовного развития современного экономического человека / В. Зомбарт. – М. : Наука, 1994.
2. Ильчиков, М.З. Предпринимательская функция и экономический механизм ее осуществления. – 2-е изд. / М.З. Ильчиков. – М. : Камерон, 2005. – С. 61.
3. Фромм, Э. Бегство от свободы. Человек для себя : пер. с англ. / Э. Фромм. – М. : АСТ – Минск : Харвест, 1992.
4. Акперов, И.Г. Психология предпринимательства : учеб. пос. / И.Г. Акперов, Ж.В. Масликова. – М. : Финансы и статистика, 2003. – С. 544; Бояренцева, А.В. Психологические проблемы экономической социализации / А.В. Бояренцева // Педагогика. – 1994. – № 4; Карамзин, Н.М. История государства российского / Н.М. Карамзин. – Ростов-н/Д : Ростовское книжное издательство, 1989. – Кн. 1. – Т. 1. – С. 209–211.
5. Автором был проведен анализ 120 интервью предпринимателей сферы малого и среднего бизнеса, прошедших дистанционное обучение в Школе своего дела. Применялся метод полуструктуризованного интервью, его результаты выложены в Интернете по ссылке <http://www.vzlyot.narod.ru/int/index.html>. В мероприятии участвовали российские бизнесмены из Москвы, Санкт-Петербурга, Новосибирска, Владивостока, Прокопьевска, Суздаля, Твери, Томска, Кемерово, Барнаула, Самары и других городов, а также предприниматели из Одессы, Харькова, Бишкека, Таллина, Кобрин, Минска, Киева и других городов Ближнего зарубежья; все они успешно работают на рынке более трех лет. В процессе исследования использовался метод количественного контент-анализа. Текст интервью выступает индикатором определенных сторон изучаемого объекта – предпринимателей. В качестве категорий анализа выбраны понятие «предприниматель», его качества, мотивы предпринимательской деятельности, представления о самом большом успехе, трудности, с которыми сталкивались, понятие «свое дело», принцип распределения сил и времени, отношение к конкуренции. В качестве единицы анализа выбрано слово. Единица счета – количество высказываний. При проведении количественного анализа рассчитывался удельный вес категории в общем числе единиц анализа.
6. Питерс, Т. Преврати себя в бренд / Т. Питерс. – М. : Прогресс, 2008.
7. Форбс. – <http://www.forbesrussia.ru>.
8. Проанализировано 98 интернет-материалов, посвященных предпринимательскому успеху. Среди них, например, Организация предпринимательской деятельности, составляемые предпринимательского успеха. – www.bibliotekar.ru/biznes-41/28.htm; Гребеник, В.В. Основы предпринимательства / В.В. Гребеник, С.В. – http://www.e-college.ru/xbooks/xbook067/book/index/index.html?go=part-004*page.htm; Найди в себе качества предпринимателя. – http://www.bishelp.ru/svoe_delo/ocenka/naydi_v_sebe_kachestva_predprinimatelja.php; Психологические особенности российского предпринимателя. – <http://www.kiozzis.ru/psychology-of-success/104-psihologicheskie-osobennosti-rossijskogo-predprinimatelja.html> и др.
Использовался качественный метод контент-анализа. В качестве категорий анализа выбраны положительные и отрицательные характеристики предпринимателей, понятие предпринимательского успеха.
9. Акперов, И.Г. Указ. работа. – С. 349.
10. Агеев, С. Феноменальные люди / С. Агеев // Эксперт Северо-Запад. – 2002. – № 28 (89). – 22 июля. <http://www.expert.ru/printissues/northwest/2002/28/28no-pril/>.
11. Макконнелл, К.Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика : в 2 т. : пер. с англ. / К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю. – Т. 1. – М. : Республика, 1992. – С. 37.



Труд и социальные отношения № 11 2010 г.

12. Емельянов, В.М. Психологические особенности российского предпринимателя / В.М. Емельянов. – <http://www.elitarium.ru/2006/08/12/>; 12. Хизрич, Р. Предпринимательство, или как завести собственное дело и добиться успеха / Р. Хизрич, М. Питерс. – М. : Прогресс-Универс, 1991.
13. Красильникова, Т. Богатство обеспечено троечниками, рожденными в декабре / Т. Красильникова // Труд. – 2009. – № 193 – 15 октября. – С. 3.
14. Радаев, В.В. Российские предприниматели – кто они? / В.В. Радаев // Экономические реформы в России. – 1994. – № 5. – С. 5.
15. Красильникова, Т. Указ. работа.
16. Воронина, К. И надежда, и угроза / К. Воронина // Эксперт. – 2009. – № 45. – 23 ноября. – С. 20.