

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ПОРТРЕТИРОВАНИЕ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

© 2008 Е.А.Панченко

Самарский государственный педагогический университет

Отталкиваясь от проблемы медленного развития темпов бизнес-слоя индивидуальных предпринимателей в России, автор статьи исследует теоретические критерии психологического портретирования предпринимателей общепризнанных отечественных и зарубежных авторов.

Консьюмерный эгалитаризм (потребительское равенство) в СССР воспроизводился в форме культурно-потребительской экспансии западно-европейских имиджей. С падением СССР консьюмерный эгалитаризм советского общества активизировался, создав социально-психологические предпосылки для формирования бизнес-слоя индивидуальных предпринимателей. Доминантный лозунг сценария преобразования страны – капитализация любой ценой, – обернулся колоссальными экономическими издержками населения и глубоким разочарованием в либеральном пути развития общества. На этом фоне реанимация консьюмерно-эгалитарной ностальгии по временам застоя синхронна высоким процентам граждан, не испытывающих интереса к развитым странам, и отвергающих стиль существования развитых стран (51%)¹. Неудовлетворенность стратегических ожиданий общества негативно отражается на социальном восприятии современного бизнес-слоя и его деятельности. Этому способствовали нестабильность общегосударственного курса развития, а также крайняя аморальность деятельности сформировавшейся рыночно-олигархической стихии.

Профессор П.Симуш отмечает: «Две силы, которые выступают двигателями свободы, являются одновременно и ее ограничителями. Что за силы? Первая – администрация, бюрократия, вторая рыночники, бизнесмены. От первой исходит тормозящая роль бюрократизации, вторая способна превращать индивидуальную и групповую свободу в узкоэгоистическое своеволие»².

¹ По материалам сайта <http://levada-center.ru.interrelations.html>.

² Симуш П. Потребность свободы: какими путями пролагается? // Власть. – 2004. – №:8. – С.74.

Ценность консьюмерного образа жизни по западному образцу, несомненно, рекрутирует предпринимателей, однако сугубо российская бездеятельно-консьюмерная ментальность противостоит процедуре рекрутинга. Таким образом, предпринимательство в России медленно расширяется на уровне субъективной готовности агентов предпринимательства и за счет власти традиционно-эгалитарной ментальности (пожилое население), и за счет потребительского консьюмеризма молодежи, воспитанного рекламой паразитического гедонизма.

В западном мире предприниматель и предпринимательство как социальное явление в своем становлении и развитии прошли длительный исторический путь. Понятие «предприниматель» появилось в Древнем Риме. В римском праве оно означало: занятие, дело, коммерческую деятельность. В качестве научного термина понятие «предприниматель» появилось в работе английского ученого Р.Кантильона «Опыт о природе торговли вообще» (1725). Он пришел к выводу, что предприниматель, в отличие от рабочего и государственного служащего, получающих постоянное жалование, действует на свой страх и риск для получения непостоянного дохода. Он считал, что прибыли и потери предпринимателя - это результаты неопределенности и риска принимаемых им решений. Дж. М. Кейнс в своей книге «Общая теория занятости, процента и денег» (1936 г.) убеждает, что предприниматель в своей деятельности должен учитывать потребности общества, ему выгодно придерживаться определенных правил поведения, диктуемых государством. Он считает, что для предпринимателя характерны следующие качества: предусмотрительность, осторожность, расчетливость,

предприимчивость, независимость, стремление к лучшему, желание оставить своим наследникам капитал (предпринимательское дело). Г.Форд, например, большое значение придавал социальным аспектам предпринимательской деятельности. В своей книге «Моя жизнь: мои достижения» он особо подчеркивал, что выгоду от предпринимательской деятельности должны получать и рабочие, и потребители. Значительный вклад в развитие теории предпринимательства внес ученый экономист, философ М.Вебер. Он видел в основе предпринимательской деятельности рационализм, и значительное внимание уделял проблемам этики. М.Вебер разработал социологию экономического поведения людей. Согласно его взглядам, предпринимательство способствует развитию способностей людей и эффективному использованию их предрасположенности к определенным видам практически рационального жизненного поведения. В настоящее время в науке существует несколько основных концепций предпринимательства. В определении Р.Хизриша, предприниматель – это человек, который затрачивает в предпринимательской деятельности необходимые силы и время, берет на себя весь финансовый, психологический и социальный риск, получая в награду прибыль и удовлетворение достигнутым. Американский ученый экономист И.Шумпетер является создателем теории предпринимателя-новатора. Он рассматривал деятельность предпринимателя с точки зрения создания новых возможностей и комбинаций, разработки новых планов, стремления к самостоятельному делу и радости творчества. В его представлении деятельность предпринимателя отличается способностью преодолевать сопротивление социальных сил, устанавливать сотрудничество с нужными людьми и оказывать влияние на других, зависимостью успеха от «чутья», усилий воли, духовной раскрепощенности, затрат энергии.

Согласно взглядам А.Хайека, современное предпринимательство должно базироваться на принципах отказа от присвоения чужой собственности, выполнении добровольных взятых на себя договорных обязательств, честной конкуренции по установленным правилам. Ф.Котлер, считает, что главным фактором предпринимательского успеха

является сочетание производственной рентабельности с максимальным удовлетворением потребностей общества и социальной ответственностью. М.Аллэ доказывает, что только ведущая роль предпринимателя и рыночная конкуренция обеспечивают эффективность и социальный прогресс. В книге Б.Карлоф «Деловая стратегия» говорится о новых экономических традициях в предпринимательстве. В основе его теории – способность согласовывать интересы потребителя с эффективным использованием капитала и ресурсов.

В доперестроечном советском обществе сами понятия «предприниматель» и «предпринимательство» отсутствовали в научном обороте. Эти ключевые понятия в экономической жизни десятилетиями игнорировались. После легализации предпринимательства в России появились ряд российских авторов, которые свои работы посвятили проблемам развития предпринимательства и малого бизнеса.

Теоретические вопросы предпринимательства, проблемы его экономического и социального генезиса, а также функции и перспективы развития предпринимательства, рассматриваются в работах Л.Абалкина, Т.Заславской, Л.Кричевского, Л.Куракова, А.Маслихина, А.Пантелеева, В.Радаева, Р.Рывкиной, В.Савченко, Э.Фетисова, М.Шкаратана, И.Яковлева и др.

Предпринимательство как социокультурное явление, ценностные ориентации, проблемы сознания личности, социально-психологическая характеристика поведения предпринимателей рассматриваются в работах В.Ермакова, Г.Вербиной, В.Ганжина, Т.Долгопятовой, Л.Дунаевского, Ю.Левады, М.Мацковского, Н.Покровского, А.Пригожина, В.Чекушкина, В.Ядова.

Одним из первых создателей психологического портрета предпринимателя является В.Зомбарт³, утверждавший, что *дух предпринимательства* – одна из составляющих частей капиталистического духа, наряду с мещанством и бюрократичностью. Предприниматель должен обладать следующими *качествами*: 1) завоевателя (духовная свобода, воля и энергия, упорство и постоянство); 2)

³ Зомбарт В. Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека / Пер. с нем.; изд. подгот. Ю.Н.Давыдов, В.В.Сапов. – М.: Наука, 1994.

организатора (способность правильно оценивать людей, заставлять их работать, координируя их действия); 3) торговца (способность вербовать людей без принуждения, возбуждать в них интерес к своей продукции, внушать доверие).

Мещанину требуются другие качества: 1) хозяйственность, связанная с рациональным ведением дел, разумной экономией и бережливостью; 2) деловая мораль, являемая коммерческой солидностью и благонадежностью, верностью договору и строгим ведением отчетности.

Третья составляющая капиталистического духа – бюрократия. Черты бюрократа: преданность корпорации, работа ради ее прибыли – способ личного карьерного продвижения и благополучия, коллективный интерес, дисциплина, потребность в четкой инструкции, наличие закрепленных функций. При столь разносторонней характеристике капиталистического духа В.Зомбарт поставил предпринимательство на первое место. Если из данной картины устранить предпринимателя, получится другой хозяйственный уклад. Поэтому неудивительно, насколько часто правительство России, стремясь к тоталитаризму, боролось с предпринимательством, устраняя этим малейшую возможность проявления элементов капитализма.

В Европе образ предпринимателя в целом мало позитивен. Во-первых, это связано с некоторой загадочностью его деятельности, скрытой от глаз общественности. Во-вторых, с определенными стереотипами восприятия предпринимателя как спекулянта, дельца, эксплуататора (особенно в условиях идеологизированной советской экономики). В-третьих, с некоторой категоричностью поведения и общения предпринимателей в интересах дела и в связи с экономической необходимостью. В-четвертых, с завистью по поводу его прибыли и доходов.

Рождение предпринимателя в России происходит не из трансформации экономического человека, как на Западе, а из средневекового (коммунистический коллективизм), порождая тем самым «болезненное» общество «мелких лавочников», потрясенных страхом перед конъюнктурой и конкуренцией рынка; недисциплинированных атеистов, поверивших, что «высшее благо» заключается в

гедонистических и эвдемонических удовольствиях, доставляемых приобретательством.

Процесс поддержки развития малого предпринимательства (МП) актуален в связи с тем, что от успехов МП зависит успешность перехода России к полноценным рыночным отношениям и устойчивому развитию экономики. Стабилизационный феномен МП определяет процесс экономического, политического, социального, технологического развития страны. Он смягчает последствия структурных изменений в экономике, быстро адаптируясь к изменяющимся требованиям рынка, позволяет развивать способность к генерации и использованию технических и организационных инноваций. Так, в Великобритании, Франции, Германии, Бельгии, Канаде малый бизнес способствовал созданию среднего класса; в США – преодолению рецессии; в Китае, Чехии, Словакии, Венгрии, Польше – последовательному проведению реформ; и созданию новых рынков – во всем мире. Статистическое наблюдение свидетельствует, что по числу малых предприятий Россия отстает от США в 93 раза. Россия в последнее десятилетие переживала как приток, так и отток индивидуального предпринимательства из экономической структуры. В настоящее время малый бизнес переживает наиболее неблагоприятный период в связи с уровнем высокой неопределенности правил деятельности и её риска. И потому проблема развития психологических представлений о целостной системе факторов личностно-благоприятной регуляции предпринимательского поведения требует конкретизации психологических категорий как осознанной саморегуляции поведения, так и неосознаваемой мотивационно-ценностной регуляции. Надситуативная мотивированность субъекта предпринимательства может быть изучена как с точки зрения интеллектуально-личностных предпосылок (характеристики личностного опосредствования поведения Б.В.Зейгарник), так и с точки зрения трактовки индивидуальных стилей осознанной саморегуляции, включающей цели деятельности, модели значимых условий, оценки результатов, критериев успешности и коррекции действий (В.И.Моросанова).

Зависимость личностных регуляторных моделей от доминирования новообразований самосознания, мотивационных установок,

способов преодоления субъектом условий неопределенности была выявлена в исследовании Т.В.Корниловой.

В нашем исследовании, посвященном сформированности личностно-мотивационного типа индивидуальных предпринимателей, зона неуверенности и неопределенности поведения которых наиболее масштабна, была конкретизирована регулятивная роль такого существенного для предпринимательства личностного свойства как автономность.

Носителем субъектности является субъект как «лицо, способное к выбору типа деятельности, конкретной роли для себя среди других субъектов, к выработке собственных целей и средств их достижения». Его отличают суверенность и функциональность. Суверенность А.И.Пригожин трактует как «возможность и желание самому определять свою судьбу, образ жизни, стремление раздвигать рамки реальной независимости и компетентности»⁴. Главным признаком суверенности является «деятельное самосознание, то есть понимание своей личной инициативы как субъективно возможной и общественно значимой основы собственного существования»⁵.

Критерий суверенности рассматривается сторонниками психоаналитического направления в экономической психологии в качестве центрального фактора в процессе выбора между работой по найму и созданием собственного дела. В данной трактовке он предстает в виде подсознательной тенденции, в которой преобладает либо желание находиться в подчинении, выполнять работу по распоряжению сверху, принадлежать группе, либо желание выполнять работу по своей инициативе. Американский психолог М.Маккоби подчеркивает, что «зачастую даже в крайне затруднительном материальном положении индивид не ступает на путь предпринимательства не только потому, что боится риска, неопределенности, не имеет капитала и знаний, но и потому, что его психологический мир требует включенности в патронажно-клиентальные связи»⁶. Исследования

М.Маккоби показывают, что такая подсознательная тенденция экономической бессубъектности имеет настолько сильное влияние на экономическое поведение, что ей подвержены не только рядовые работники, но и высококвалифицированные специалисты и эксперты. Работая по найму, такие эксперты наряду с высоким профессионализмом обладают так называемой «капризностью»: они требуют самостоятельности, но одновременно ищут одобрения со стороны вышестоящего звена руководства. Отличительной чертой *экономической бессубъектности* является предпочтение так называемого «полномочного контроля», то есть передача контроля над экономической стороной своей жизни «компетентным другим». По мнению А.Бандуры, подобный отказ от личного контроля является «средством избавления от тягостной стороны личного контроля – ответственности, риска и необходимости тяжелой работы по саморазвитию, требующей затрат времени, усилий и ресурсов», позволяет приобрести желательную безопасность, основанную на компетентности и известности других⁷.

Психологическая автономия индивидуальных агентов, занятых предпринимательской деятельностью, может служить идентификационным критерием конструирования социальных представлений об экономической группе; рационализирующей схемой, которой представлена целостная система ценностных ориентиров: независимость, стремление к индивидуальному успеху в осязаемых материальных формах, самореализацию⁸.

Стремление к автономии и автаркии, т.е. к самостоятельности, самодостаточности, независимости, личной инициативности порождает специфический образ действия предпринимателя. Этот образ действия принято называть личной инициативой. Под ним следует понимать модель поведения, которая является результатом стремления индивида

⁴ Пригожин А.И. Проблема субъекта – в центре процесса приватизации // Социологические исследования. – 1992. – № 4. – С.22 – 32.

⁵ Там же.

⁶ Маккоби М., Гоулман Д., Девенпорт Т. С чего начинается лидер?: Лидерство, приносящее результаты / Эгоцен-

тричные лидеры: Неслыханные плюсы и неизбежные минусы и др. (Под ред. Фатиевой И., Нижельской И. Пер. с англ. – М.: Изд-во Альпина Бизнес Бокс, 2006.

⁷ Bandura A. Exercise of personal agency through the self-efficacy mechanism // Self-efficacy: Thought control of action (Ed. Schwarzer R.). – Washington: 1992. – P.3 – 38.

⁸ Радаев В.В. Явление предпринимательства и группы предпринимателей // Куда идет Россия? Альтернативы общественного развития. Общ. Ред. Т.И.Заславской и Л.А.Арутюнян. – М.: Интерпракс, 1994. – С.144

активно и по собственному желанию решать задачи и выполнять работы, выходящие далеко за рамки требований к тому или иному виду деятельности. Предприниматель в таком случае активен по собственной воле, ищет новые пути, всегда остается настойчивым. М.Фрезе характеризует автономию как основу личной инициативы со следующих позиций: 1) соответствия проблемному полю деятельности; 2) наличия долгосрочной перспективы; 3) направленности на конкретные цели и действия; 4) выдержанности и устойчивости, несмотря на препятствия и неудачи; 5) инициативности и превентивной активности⁹.

Исследования представителей малого бизнеса показали, что у российских предпринимателей симптомокомплекс самостоятельности и автономности выражен особенно ярко. Кросскультурные исследования определили, что российские предприниматели малого бизнеса в большей степени отчуждены от общества и психологически не защищены от социального неодобрения, чем, к примеру, немецкие. Это связано с развитием российского предпринимательства в условиях несбалансированного рынка, без реальной и последовательной поддержки со стороны государства, в социокультурной среде неодобрения, что демонстрирует открытое противопоставление бизнеса государству и крайнее проявление индивидуализма бизнес-среды.

Специфика некоторых культур не подразумевает положительного отношения к предпринимательству как виду деятельности. К ним можно отнести Россию. Как до революции, так и в настоящее время предпринимательство здесь одобряется только самими предпринимателями. Об отношении к бизнесу в настоящее время можно судить по данным НИИКСИ, по которым из восьми родов деятельности бизнес стоит на пятом месте. После него еще ниже оцениваются занятия наукой, политикой и религией! Лишь у бизнесменов предпринимательство по шкале ценностей вышло на *первое* место. Р.Рейг раскрыл секрет почетности предпринимательства в Америке. Он пишет, что не существует противоречий между предпринимательской и гражданской культурой. Они могут успешно син-

тезироваться. Там, где этот синтез есть, предпринимательская активность облагораживается. Если государственные воззрения на методы решения экономических проблем совместимы с предпринимательскими интересами, это обеспечивает качественный и количественный подъем предпринимательства. В результате бизнесмен в США – это национальный герой и пример для подражания. Предпринимательство в США всячески поощряется, для его развития принимаются различного рода эффективные меры. Например, программы по отбору и поддержке талантливых детей. По свидетельству экономиста П.Дракера, «аллокационный эффект» образования имеет предпринимательский характер. Это означает, что по мере повышения образования у человека растет способность к принятию самостоятельных решений. Одним из механизмов сохранения данного вида деятельности, по мнению В.С.Ротенберга и В.В.Аршавского, является его превращение в частный случай поисковой активности. Авторами предложена оригинальная гипотеза, подтверждающая неискоренимость людей с ярко выраженным адаптационным синдромом к внешним неблагоприятным воздействиям. Эти люди, если у них есть задатки к предпринимательству (имеются данные, что около 11% населения рождается с такими задатками), удовлетворяют потребность в проявлении своих способностей путем поиска постоянных изменений и риска в схожей по некоторым определенным параметрам с предпринимательством деятельности.

Итак, предпринимательство – это новаторская деятельность людей, принадлежащих к особой социальной группе, называемых предпринимателями, обладающих редкими способностями, которые позволяют нести бремя отличительных черт этой деятельности и развивающих экономику функций с целью получения прибыли.

⁹Frrese M. et al. Personal Ynitiative at Work: Differences between Fast and Werst Germaniy//academy of Management Journal. – 1996. – 39(1). – P. 37 – 63.

**PSYCHOLOGICAL PORTRAITURE
OF THE INDIVIDUAL BUSINESSMAN IN MODERN RUSSIA**

© 2008 E.A.Panchenko

Samara State Pedagogical University

Making a start from slow development of business layer rates of individual businessmen in Russia, the author of the article investigates theoretical criteria of psychological portraiture of businessmen of the well-known domestic and foreign authors.