

ЦЕННОСТНО-СМЫСЛОВЫЕ ОСНОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ (грант № 11-06-01073а).

Представлены результаты исследования ценностно-смысловых оснований профессиональной деятельности успешных предпринимателей. Выявлены специфические ценностные и смысловые особенности, характерные для разных этапов осуществления предпринимательской деятельности. Показано, что для этапа вхождения в предпринимательство характерно переживание экзистенциальных оснований собственного бытия и жизненных смыслов. Стадия формирования предпринимательской самоидентичности отличается выраженной ценностно-смысловой динамикой. Выявлены блоки ценностей, связываемых успешными предпринимателями с актуальной деятельностью: внешние, личностные и экзистенциальные.

Ключевые слова: предпринимательство; ценностно-смысловые основания деятельности; жизненный путь; успешные предприниматели.

В современном обществе, в условиях стремительных экономических и социальных преобразований, когда экономическое мышление становится необходимо любого цивилизованного человека, а сама экономика переходит на новый, постиндустриальный путь развития, актуальность исследований предпринимательства и предпринимательского мышления не поддается сомнению. Особо выражена актуальность подобных исследований в нашей стране, где развитие экономического мышления населения в целом и феномена предпринимательства в частности длительное время были подавлены традициями и представлениями советской эпохи [1].

К настоящему времени в отечественной психологии в сфере исследований предпринимательства сформировались два основных направления: с одной стороны, это направление социально-психологическое, которое представлено трудами А.Л. Журавлева, А.Б. Купрейченко, В.Н. Познякова, А.В. Колодиной, Ю.Э. Клейменовой, Е.Б. Филинковой и др. и получило наибольшее развитие в отечественной науке [1]; с другой стороны, направление изучения личностных особенностей предпринимателей (А.В. Бояринцева, Э.В. Галажинский, В.Е. Ключко, М.В. Курганская, Д.А. Леонтьев, Е.И. Рассказова, С.А. Богомаз и др.). Основной интерес ученых – сторонников личностного подхода сосредоточен на изучении параметров личностного потенциала и особенностей мотивации к предпринимательской деятельности [2, 3]. При этом большинство исследователей экономического поведения и психологии бизнеса сходятся во мнении, что определяющим для понимания психологии предпринимательской деятельности и причин направленности на нее является анализ особенностей содержания сознания личности предпринимателя и ценностно-смысловых оснований реализации данного вида деятельности. Кроме того, для понимания феномена предпринимательства в нашей стране целесообразным представляется обращение в данном контексте к опыту успешных предпринимателей, в особенности тех, кто стоял у истоков российского предпринимательства и рыночной и предпринимательской культуры. Отметим, что исследования деятельности успешных предпринимателей и основателей рынка в отечественной психологии практически не проводились в силу сложности и труднодоступности такой выборки.

Таким образом, нами было проведено исследование ценностно-смысловых оснований реализации предпринимательской деятельности успешных предпринимателей г. Томска и Томской области. Выборку составили 50 успешных предпринимателей г. Томска, в возрасте от 25 до 67 лет. Предпринимательский стаж: от 3 до 23 лет. Более 60% наших респондентов в бизнесе дольше 10 лет; 30% – более 15 лет. Около 20% предпринимателей – участников исследования – основатели и признанные лидеры рынка. Материалом для исследования послужили опросы и автобиографические глубинные интервью. Для обработки и интерпретации полученных данных применялся метод контент-анализа [4] и метод экзистенциального анализа с элементами транстемпорального анализа [5].

Экзистенциальный анализ выявил наличие некоторых смысловых факторов, выступающих в качестве оснований деятельности успешных предпринимателей. Так, нами было выявлено, что вхождение в сферу предпринимательства успешными предпринимателями воспринимается как сопряженное с переживанием жизненного кризиса, вызванного осмыслением экзистенциальных оснований собственного бытия, в частности ответственности, смысла и свободы. Многие предприниматели, указывая причины вхождения в эту сферу, говорят о переживании опыта ответственности. Другие респонденты отмечают, что «просто воспользовались появившейся возможностью». Хотя, по сути, за такими ответами обнаруживаются те же признаки жизненного кризиса. Таким образом, для одних респондентов сфера предпринимательства стала способом выживания, для других – новой возможностью. Соответственно, мы выделили две основные формы жизненного кризиса, послужившего толчком к началу предпринимательской деятельности: в первом случае это кризисы условий существования, во втором – кризисы развития.

Более «жестокими» в смысле переживания являются кризисы условий существования. Этот вид кризиса описывается респондентами как невозможность пребывания в актуальном состоянии, в настоящих условиях жизнедеятельности. Как правило, в своем опыте наши респонденты связывают переживания, составляющие суть данного кризиса, с переживанием ответственности. В первую очередь, это ответственность перед своими близкими, семьей, детьми: «Лихие 90-е

меня вытолкнули к предпринимательской среде: кушать хотелось, семью обеспечивать нужно было». Часто, кстати, именно ответственность перед близкими становилась ресурсом достижений для наших респондентов: «успех дается только тем, у кого есть семья, дети и ответственность за близких». Некоторые описывают обращение к предпринимательству через переживание вынужденного смещения локуса ответственности: «я понял тогда, что нужно о себе самому заботиться». Напомним, большая часть нашей выборки начинала свой бизнес в 1990-е гг.

Кризисы развития переживаются респондентами как ограничение роста, отсутствие перспектив, возможностей самореализации, как правило, это смысловые кризисы. Они могут пересекаться с переживанием кризиса условий существования, однако достаточно ярко проявляются в эксплицитованном респондентами опыте в самостоятельном виде. В качестве примера приведем отрывок из интервью одного из предпринимателей: «Я пришел в лабораторию, где очень хотел работать. Там сидело человек 15 сотрудников в возрасте начиная от моего – студенческого выпускного – и кончая предпенсионным. И я здесь увидел всю свою жизнь как на ладошке, вся она передо мной вдруг пронеслась... То есть: вот я начинаю со 120 рублей как молодой специалист, в лучшем случае – не имея там никаких связей и родственников в Томске – достигну инженера первой категории с зарплатой в 200 рублей. И это почему-то как-то очень сильно меня задело».

В ходе исследований был обнаружен интересный факт. Рассказывая о вступлении в предпринимательство, большинство респондентов вспоминали о конкретном периоде начала бизнеса, а потом, в процессе погружения в воспоминания, «откапывались» к более ранним периодам своей жизни, когда были заложены некие основания выбора. Более того, многие респонденты достаточно четко разделяли моменты, когда они стали предпринимателями и когда почувствовали себя ими. При этом момент переживания предпринимательской самоидентичности как рождения такого самоощущения часто либо размыт во времени (и в ходе рефлексии своего жизненного пути постоянно перемещается по временной линии), либо привязывается к конкретному успеху в выбранной сфере жизнедеятельности. К примеру, большинство респондентов, описывая свое вхождение в предпринимательскую деятельность, указывали на какой-то конкретный сложный жизненный период. Однако формулирование вопроса в формате «а когда Вы почувствовали себя предпринимателем?» или даже просто удержание некоторой паузы в процессе рассказа респондента о начале его предпринимательской карьеры и причинах выбора приводили к тому, что многие из них «вдруг» вспоминали нечто, случившееся раньше или позже и напрямую иногда даже не связанное с предпринимательством. Так, например, один из респондентов вдруг вспомнил, как в детстве возил саженьцы и картошку из деревни и «менялся с городскими на что-нибудь». Другие рассказывали про родителей и дедов, которые никогда не понимали «этих спекулянтов», но при этом жили бедно и постоянно страдали из-за недостатка средств и финансовых возможностей, а потом вдруг порадовались за

молодых и финансово независимых. Третьи уходили в своих воспоминаниях и потоке рефлексии далеко от начала предпринимательской деятельности и рассказывали, как первый раз что-то удачно сделали, продали, получили первые заработанные в бизнесе деньги, «не похожие на то, что платили раньше».

Таким образом, это позволяет нам говорить о достаточно сложном и нестабильном опыте формирования предпринимательской самоидентичности у наших респондентов и о ценностной и смысловой динамичности периодов становления предпринимателем. Это вполне может быть объяснимо с точки зрения анализа социальных условий периода 1990-х гг. в России и того, что формирование ценности предпринимательства прошло в нашей стране противоречивый и нестабильный путь.

В отличие от представлений о предпринимательстве и его целях, которые характерны для современной молодежи [6], успешные предприниматели в большинстве своем говорят о том, что просто начали что-то предпринимать, делать, а там «вдруг пошло и пошло»: «Сфера предпринимательства – это некая сфера выживания. Есть некий механизм выживания... ты осознаешь, что [его] надо в определенный момент превратить в механизм преуспеивания».

Данный феномен самими респондентами объясняется по-разному. Предприниматели, начавшие свою предпринимательскую деятельность в 1990-е гг., часто указывают на особенности среды и условий, характерные для того периода: «Тогда было просто. Даже и стартового капитала не надо было. Надо было только желание. Рынок был: делай что хочешь. Все – уходило: услуги, работы, товары»; «Раньше было – как поле чудес: палку воткнешь, она цвести начинает и золотые монеты приносит».

Другие склонны воспринимать предпринимательство как систему с имманентно присущими ей условиями и правилами, следование которым автоматически ведет к развитию бизнеса: «В предпринимательской сфере оказался вовлеченным в определенные логики роста, необходимости расти. Следовать за определенными внешними, экономическими закономерностями. И ты обречен расти, потому что существует инфляция. Ты не можешь работать просто в режиме философского... Есть некие внешние вещи, которые заставляют тебя следовать динамике»; «Если есть система – человек придет к результату».

При этом практически все наши респонденты указывают на такое условие (причину) своего бизнес-роста и преуспеивания, как активная, деятельностная позиция с опорой на готовность к самоизменению, саморазвитию: «Успех – это результат целенаправленных действий. Всему, в том числе и бизнесу, можно научиться. Единственное, что нужно не только учиться, но и применять знания на практике... потому что чем больше я знаю, тем больше у меня страхов; чем больше у меня страхов, тем больше я этого не делаю. Поэтому нужно учиться и сразу применять все в практике. Сразу действовать. Если человек делает что-то, он движется к успеху, он достигает результатов. Если он только знает о том, как это нужно сделать, с ним ничего не произойдет. Он не будет успешным человеком. Он будет умным человеком, наверное, но успешным – не будет, а как из-

вестно, весь мир делится на две категории: умные, которые все знают, а вторая – успешные, которые что-то имеют. Умных больше, чем успешных, вообще-то».

Отметим, что автобиографии успешных предпринимателей часто представляет собой не стабильный подъем, а череду взлетов-падений. Многие вспоминали про расставания с друзьями и партнерами, предательства, разделение бизнеса, отказ от отдельных направлений деятельности. Некоторые пережили пожары, угрозу жизни и так далее. Мы полагаем, что смысловым личностным ресурсом успешных предпринимателей, который помогает им преодолевать препятствия на пути к успеху, как раз и является эта деятельностная, субъектная позиция по отношению к миру и к себе самому. Именно это и становится тем, что заставляет вставать и двигаться дальше. Как сказал один из наших респондентов, «за 12 лет я 6 раз хоронил рынок и 6 раз находил новый. ...Если закрывают дверь, лезу в окно...».

Результаты исследования, осуществленного с помощью метода контент-анализа, показали, что ценности, выделяемые успешными предпринимателями в качестве оснований своей актуальной профессиональной деятельности, могут быть подразделены на несколько основных блоков. Во-первых, это ценности материальные: финансы, движимое и недвижимое имущество, благосостояние, обеспеченность. Здесь принципиально отметить следующее: с одной стороны, факторы материального благополучия занимают одно из важнейших мест в системе ценностей предпринимателей, однако, как показало исследование, значимость данного блока ценностей очень нестабильна и меняется в течение жизненного пути и в зависимости от степени развития бизнеса. Так, для абсолютного большинства предпринимателей материальная сфера и финансовая состоятельность были значимы лишь на первом этапе предпринимательской деятельности (в самом ее начале) и, как правило, сами по себе не имели особой значимости, приобретая ее лишь в качестве символа благополучия, здоровья и счастья для себя и своих близких. На более поздних этапах предпринимательской деятельности эти факторы становились олицетворением стабильности и устойчивости и чаще всего связывались либо с предприятием, либо с его сотрудниками.

На втором месте по значимости (и по количеству упоминаний) ценность деятельности как таковой или непосредственно предпринимательской деятельности. Так, некоторые предприниматели указывали, что сама профессия побуждает их к постоянному действию, активности, поддерживая их «в тонусе» и не давая чрезмерно расслабляться, «стареть» и «чувствовать себя пенсионерами, закончившими свой победный путь». Другие же обозначали предпринимательство как возможность заниматься тем, что им нравится. Так, например, один из предпринимателей, не получивший возможность реализовать свой экологический проект, добившись успеха в бизнесе, возвратился к этой идее и превратил ее в проект, в бизнес-возможность. Многие указывали на данную ценность, обозначая ее в качестве одного из базовых условий собственного достигнутого успеха и благосостояния (мы описывали это выше). Однако

здесь же были выявлены и негативные (но при этом не менее значимые) оценки в отношении факторов деятельности. В частности, многие предприниматели указывали на свою «зависимость» от требований выбранной ими сферы деятельности, указывая, что она определяет их стиль жизни, занятость и постоянную погруженность в нее. Так, один из предпринимателей (представитель сферы бизнеса инвестиций и ценных бумаг) даже сравнил свою работу по характеру деятельности и степени занятости с работой своего дворника. Другой же – указал на то, что современное предпринимательство по сути своей представляет сферу самозанятости населения.

На третьем месте по значимости оказались ценности самоощущения и собственного психологического благополучия. К категории этих ценностей мы в первую очередь относим переживание комфортности существования в данной сфере, отсутствия внутренних конфликтов (в том числе моральных и внутриличностных) при реализации предпринимательской деятельности, переживание определенного психологического удовольствия от данного вида активности, ее формы, стиля и скорости. Преобладание в системе ценностей успешных предпринимателей таких категорий, на наш взгляд, обусловлено погруженностью в процесс предпринимательской деятельности и взглядом на нее «изнутри».

Еще одна специфическая ценность, выявленная нами при проведении исследования, – это ценность свободы. Она согласуется с двумя предыдущими блоками, «деятельностью» и «самоощущением и психологическим благополучием», но при этом имеет и свое собственное значение. Так, сюда наши респонденты относят в первую очередь стиль жизни, позволяющий им относительно свободно планировать свою занятость, самим себе назначить время выхода на пенсию, а также возможность работать на самого себя, не подчиняясь никакому внешнему начальнику. Данный блок ценностей имеет очень сильную выраженность у респондентов, продолжительность бизнеса которых либо минимальна в нашей выборке, либо максимальна. При этом у последних – предпринимателей, начавших свой бизнес в 1990-е гг., – значимость данного фактора, по их собственным оценкам, неодинакова на разных этапах жизнедеятельности. Так, как правило, для тех, кто начинал заниматься предпринимательством в те годы, изначально свобода представлялась скорее трагедией потери «места», утратой чувства востребованности, вынужденным испытанием, «платой» за возможность материального благополучия. Однако со временем то, что казалось испытанием и платой, становилось самостоятельной ценностью и приносило удовольствие. Для более молодых успешных предпринимателей, начавших свою деятельность при относительно устойчивом рынке, свобода как ценность изначально была более привлекательна.

И, наконец, последней ценностью, которая была выделена посредством контент-анализа в интервью с успешными предпринимателями, является ответственность, в первую очередь социальная. Так, большинство предпринимателей указывали на необходимость честности и порядочности по отношению к партнерам, со-

трудникам и клиентам («если тебе не доверяют, твой бизнес уже кончился»). Многие указывали, что необходимо «вкладываться в подрастающее поколение» и создание бизнес-среды в регионе. Здесь необходимо указать, что в процессе переговоров об участии в исследовании именно то, что результаты будут использоваться в работе с молодыми начинающими предпринимателями, часто и оказывалось тем «кодовым словом», после которого предприниматели соглашались дать интервью. При этом особым образом в данном блоке ценностей необходимо отметить ответственность, которую испытывают предприниматели перед своими близкими, предприятием и работниками. В данном случае эта ценность тесно переплетается с ценностями материальными и обладает аналогичной динамикой.

Таким образом, основные ценности успешных предпринимателей, связанные с актуальной предпринимательской деятельностью, могут быть логически объединены в блоки: внешние (материальные, финансовые), личностные (деятельностные, самоощущения и психологического благополучия) и экзистенциальные (свободы и ответственности).

Итак, в процессе исследования ценностных и смысловых оснований осуществления предпринимательской

деятельности нами были выделены смыслы и ценности, характерные и рефлексивно связываемые успешными предпринимателями в собственном опыте с разными этапами осуществления данной деятельности. Так, для этапа вхождения в предпринимательскую деятельность характерно переживание экзистенциальных оснований собственного бытия и жизненных смыслов; на стадии формирования предпринимательской самоидентичности наблюдается выраженная ценностная и смысловая динамика, требующая дополнительного самоосмысления и переоценки своего жизненного пути и ценностных категорий; актуальная деятельность успешных предпринимателей характеризуется выраженностью целого ряда ценностей: внешних, личностных и экзистенциальных.

Понимание ценностно-смысловых оснований реализации предпринимательской деятельности и особенностей ценностно-смысловой динамики, характерной для разных этапов осуществления данной деятельности, обладает самостоятельным научным значением и может быть использовано при оказании психологической и консультативной помощи начинающим и состоявшимся предпринимателям, а также при разработке образовательных программ и программ психологического сопровождения процессов бизнес-образования.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Филинкова Е.Б.* Психология российского предпринимательства. М. : Ректор, 2007. 288 с.
2. *Сметанова Ю.В.* Личностный потенциал как ресурсная составляющая инновационно-предпринимательской направленности : дис. ... канд. психол. наук. Томск, 2012. 217 с.
3. *Леонтьев Д.А., Рассказова Е.И.* Изучение личностного профиля успешных предпринимателей в области высоких технологий : [отчет о выполнении научно-исследовательской работы]. М., 2008. 8 с.
4. *Ньюман Л.* Неопросные методы исследования // Социологические исследования. 1998. № 6. С. 119–129
5. *Лукьянов О.В.* Экзистенциальный анализ и природа времени. Транстемпоральный характер экзистенциального опыта // Вестник Томского государственного университета. 2007. № 299. С. 164–171.
6. *Сметанова Ю.В.* Личностный потенциал и ценностно-смысловые основания инновационно-предпринимательской деятельности молодежи. // Сибирский психологический журнал. 2011. № 41. С. 121–125.

Статья представлена научной редакцией «Психология и педагогика» 2 октября 2012 г.