

# СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

О.И. Витковская (Иркутск)

**Аннотация.** Анализируются особенности развития и становления современного российского предпринимательства. Выделяются виды, формы коммерческой деятельности, на основе которых развивается предпринимательство. По результатам исследования дается социально-психологическая характеристика хозяйствующим субъектам.

**Ключевые слова:** предпринимательство, малый бизнес, инициативность, предприимчивость, независимость, доминантность, хозяйствующий субъект.

Наиболее характерная черта рыночных отношений – предпринимательство. Переход к рынку невозможен без развития предпринимательства в его разнообразных видах и формах. Именно рост предпринимательской активности характеризует пробуждение экономики и в особенности ее главного творческого начала – хозяйствующего субъекта. Эту точку зрения разделяют многие отечественные экономисты: «Движение к предпринимательству есть эффективный путь возрождения человека как подлинного экономического субъекта, как работника и хозяина. И, несмотря на негативное отношение к субъектам предпринимательства со стороны части населения, мы все же должны признать, что предпринимательство есть дрожжевой продукт, без которого не будет рыночной закваски нашей экономики» [5].

Закон РСФСР «О предприятиях и предпринимательской деятельности» от 25 декабря 1990 г. легализовал предпринимательскую деятельность в России. Его текст характеризует предпринимательство как «инициативную самостоятельную деятельность граждан и их объединений, осуществляемую на свой страх и риск под имущественную ответственность и направленную на получение прибыли».

Российское предпринимательство и образующиеся внутри него экономические элиты – относительно новое явление, закономерности которого еще только изучаются. Современные исследования предпринимательской деятельности и личности предпринимателя берут за основу зарубежный опыт.

Наиболее цельная концепция предпринимательства принадлежит австрийскому экономисту Й. Шумпетеру (1934). Функции предпринимательства, по мнению автора, состоят в революционизировании производства путем использования изобретений новых или старых (но новым способом) товаров, освоения новых рынков сбыта и новых источников сырья. Содержанием предпринимательской деятельности выступают, таким образом, осуществления новых комбинаций факторов производства и разнообразные нововведения [13].

Суть предпринимательства в интерпретации Ф. Хайека, последователя идей Й. Шумпетера, заключается в том, что поиск и исследование новых экономических возможностей – это характеристика поведения, а не какого-либо рода занятий, что всякий индивид, чье поведение отличается поисковым стилем, есть потенциальный предприниматель. Наилучшим же способом исполь-

зования своих уникальных способностей индивидами является рынок, где развивается конкуренция, понимаемая как поиск изменений в предпочтениях потребителей и новых средств их удовлетворения.

Американский ученый Р. Хизрич определяет предпринимательство «как процесс создания чего-то нового, что обладает стоимостью, а предпринимателя – как человека, который затрачивает на это все необходимое время и силы, берет на себя весь финансовый и психологический риск, получая в награду деньги и удовлетворение достигнутым» [11].

Английский ученый А. Хоскинг утверждает: «Предпринимателем является лицо, которое ведет дело за свой счет, лично занимается управлением бизнеса и несет личную ответственность за обеспечение необходимыми средствами, самостоятельно принимает решения... и весь риск потерь в случае банкротства его предприятия» [5].

Предприимчивость сегодня становится одним из решающих условий проведения реформ, одним из проявлений изменений в нашей жизни. Современный предприниматель – это человек, ищущий новые пути развития индивида и в социально-экономическом смысле, и в психологическом, личностном. Иначе говоря, предприниматель отличается от других людей определенными личностными качествами, прежде всего такими, как уверенность в себе, предприимчивость, инициативность, склонность к риску, умение принять на себя ответственность.

В настоящее время ни в одной стране мира не существует профессии «предприниматель», несмотря на то что предпринимательство как занятие существует. Некоторые исследователи предпринимательства считают, что ему практически невозможно научить. Б. Карлофф пишет, что «люди, начиная какое-либо дело, открывают, что знания, полученные в процессе обычной учебы, оказываются практически бесполезными, связь между деловыми качествами предпринимателя и его образованием отсутствует. Напротив, выпускники школ бизнеса не отличаются более мощными способностями к предпринимательству, чем прошедшие подготовку по другим дисциплинам» [8].

Развитие отношений собственности и предпринимательства в условиях экономики переходного периода охватывает не только крупные производства, но и мелкие группы хозяйственной деятельности. Последние составляют необходимый элемент рыночной экономики, один из основных источников ее гибкости и дина-

мизма. Иными словами, малое предпринимательство – это та сфера, которая наиболее быстро и широко генерирует свободное частное предпринимательство в его, так сказать, чистом, «рафинированном виде» [9].

Малый бизнес наиболее полно и конкретно отражает саму идею «свободы предпринимательства». В нем воплощается принцип экономической свободы для индивида. Человек, занимающийся малым предпринимательством, в определенном смысле независим как от государства, так и от работодателей в сфере крупного производства. Он свободен в своих хозяйственных действиях, в выборе тех или иных путей. Однако следует отметить, что результаты действий хозяйствующего субъекта напрямую зависят от правильности, точности его выбора, опыта работы в данной сфере и его личностных особенностей, умений в полной мере прогнозировать долговременные последствия того или иного шага в хозяйственной практике. Как раз в сфере малого бизнеса широта диапазона выбора часто сочетается с ошибочностью и хозяйственным риском. Именно поэтому в большинстве моделей рыночной экономики, характерных для развитых стран, малое предпринимательство существует и развивается через постоянное создание и разорение тысяч малых предприятий.

Если мы обратимся к истории сибирского предпринимательства, то увидим, что подавляющая часть сибирской буржуазии в начале XX в. также относилась «к мелкой, владеющей предприятием с годовой прибылью менее 1 тыс. рублей» [4]. Формирование же слоя предпринимателей шло из крестьян, казаков, мещан, чиновников. Методы и пути формирования капиталов были типичными для эпохи первоначального накопления – торгово-ростовщическая эксплуатация крестьян, трудящихся и коренных народов Сибири, например, «вещи, стоящие на месте рубль...», продаются в три-четыре раза дороже людям, проживающим далеко от областных губерний. Как нет на свете одинаковых людей, так и в труде его субъекты проявляются по-разному. Сибирских купцов, имеющих высокую величину капитала, отличала мощная духовная сила, непреклонность и очень серьезное отношение к явлениям жизни, «умение вести со сноровкой торговые дела» [4].

Можно предположить, что мы частично повторяем путь становления предпринимательства, в Сибири яркими представителями которого являются предприимчивые, инициативные личности. Поэтому одна из актуальных задач, которая сейчас стоит перед психологами, – дать описание личности предпринимателя и его психологических особенностей.

В научной литературе существует два подхода к проблеме поиска субъективных психологических предпосылок успешной предпринимательской деятельности: личностный, относящий предпринимателей к особой категории людей, обладающих определенными психологическими качествами, и другой подход, суть которого состоит в том, что предпринимательской активнос-

тью обладают все, но в разной степени. Так, по мнению К. Варнерида (1988), нет двух четко разграниченных групп людей: предпринимателей и непредпринимателей. Различия между людьми заключаются в том, как много предпринимательской активности они проявляют, и в том уровне предприимчивости, которая заключена в этой активности.

**Целью** нашего исследования является изучение социально-психологического потенциала предпринимателя, понимаемого как система социально-демографических особенностей и отдельных психологических параметров личности.

**Результаты и их обсуждение.** Исследование проводилось в 2000–2001 гг. на базе Бизнес-центра и Регионального антикризисного центра защиты прав предпринимателей. Была разработана анкета для получения социально-демографической информации у испытуемых и применена методика Л.Н. Собчик (модифицированный вариант методики интерперсональной диагностики Т. Лири) с целью выяснения стилей взаимодействия бизнесменов. Исследование проводилось индивидуально, испытуемому давалось задание: «Перед Вами перечень признаков, с помощью которых можно описать психологический портрет любого человека. 1. Отберите из всего набора признаков только те, которые Вы можете с уверенностью отнести к себе, стараясь дать при этом наиболее полную характеристику. 2. Отберите из всего набора признаков только те, которыми, по вашему мнению, должен обладать идеальный (успешный) предприниматель, также стараясь дать ему при этом наиболее полную характеристику».

В обследовании участвовало 80 предпринимателей, представителей малого бизнеса Сибирского региона, которые открыли свое дело в период 1994–1995 гг. Критерии отбора объектов: а) принадлежность к сфере малого бизнеса; б) организация своего дела «с нуля», а не через приватизацию бывшего государственного предприятия; в) стаж работы в коммерческой сфере не менее 5–6 лет. Мы исходили из предположения, что подходящий на разное время предпринимательский старт означает не столько различия в количественной мере опыта и стажа работы, сколько различия в качестве этого опыта, в социальных и психологических характеристиках его носителей. Российские предприниматели в большинстве своем вышли на этот рынок без достаточного опыта, профессиональных знаний. Розничная торговля, общепит и бытовое обслуживание стали основными каналами вхождения в рынок.

Анализ опроса показал, что в обследовании большую часть выборки составили представители коммерческого предпринимательства (76%). Среди опрошенных 71% женщин и 29% мужчин. По возрастному цензу контингент хозяйствующих субъектов распределился от 30 до 54 лет, причем больше половины респондентов имеют возраст от 35 до 50 лет. Выборка социального происхождения показала, что из служащих – больше полови-

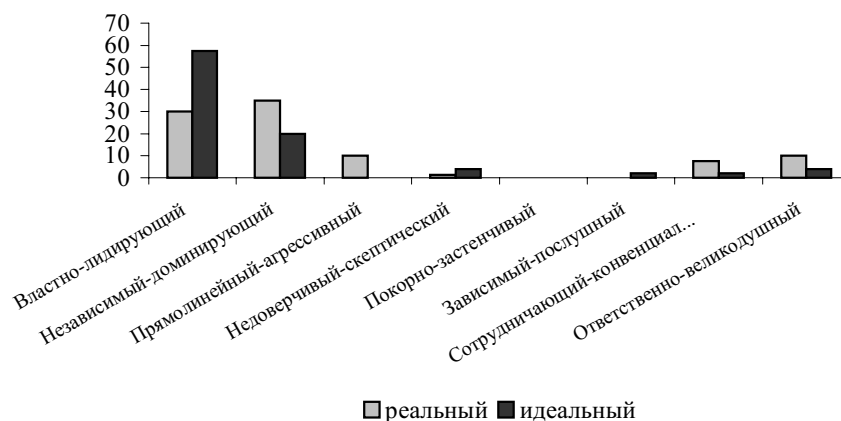


Рис. 1. Стили межличностного взаимодействия предпринимателей

ны опрошенных (64%), из рабочих – 22% и выходцев из крестьянских семей всего – 14%. Основная часть бизнесменов имеет высшее образование (73%). Если учесть, что сегодня в основном в нашей стране развивается торгово-посредническое предпринимательство, то интересным является тот факт, что только 14% бизнесменов от всей выборки имеют экономическое образование, остальные получили либо техническое, либо гуманитарное образование. Следовательно, можно предположить, что приобретенная специальность до вступления на стезю предпринимательства не оказывает доминирующего влияния на успех в этой сфере.

Полученные в исследовании результаты свидетельствуют о том, что имеется некоторая разница между личностными особенностями, отражающими реальный стиль взаимодействия предпринимателя, и его идеальным представлением образа бизнесмена. В реальном портрете предпринимателей преобладает независимо-доминирующий стиль взаимодействия (35%), который, по данным диагностики, характеризуется выраженным чувством соперничества, стремлением к независимости и уверенностью в себе. В идеальном портрете бизнесмена доминирует властно-лидирующий стиль общения (57,5%), который выявляет свойства руководителя, уверенность в себе, умение быть хорошим советчиком, наставником и организатором (рис. 1).

Следовательно, можно предположить, что бизнесмены, отмечая у идеального предпринимателя наличие организаторских способностей и свойств руководителя,

считают, что он должен ориентироваться не только на себя, но и на группу. Однако, по образному выражению Д. Мак-Клеланда, предпринимательская деятельность есть «игра одного человека», для нее не требуется вовлечение других людей, поэтому предприниматели, создающие фирмы, редко отличаются организаторскими способностями и лидерскими качествами. Следует также отметить, что как в реальном, так и в идеальном портрете предпринимателя не выявились особенности «покорно-застенчивого» стиля взаимодействия, который характеризуется такими личностными особенностями, как скромность, застенчивость, склонность брать на себя чужие обязанности. Результаты выполненного нами исследования социально-психологического портрета предпринимателя в целом не противоречат литературным данным [2, 3, 5, 12].

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы: Во-первых, приобретенная специальность до вступления на стезю предпринимательства не оказывает доминирующего влияния на успех в этой области. Во-вторых, реальный предприниматель – это человек доминантный, ориентированный на достижение собственной цели, акцентирующий внимание на самостоятельной деятельности, стремящийся к независимости. Вместе с тем предприниматель нуждается во взаимодействии с окружающими людьми и их поддержке. В-третьих, лица характеризующиеся безынициативностью, недостаточно самостоятельные и уверенные в себе, не могут добиться высоких результатов в сфере бизнеса.

## Литература

1. Бусыгин А.В. Предпринимательство. Основной курс. М., 1994. Кн. 1.
2. Дейнека О.С. Экономическая психология. СПб.: Изд-во СПб. ун-та, 1999.
3. Задорожнюк И.Е. Инновационное предпринимательство // Социологический исследовательский журнал. 1991. № 3.
4. Рабинович Г.Х. Крупная буржуазия и монополистический капитал в экономики Сибири конца XIX – начала XX века. Томск, 1975.
5. Райзберг Б.А. Азбука предпринимательства. М.: МИП. «Дума», 1991.

6. Рошин С.К. Предпринимательская деятельность: психология и идеология // Психологический журнал. 1995. Т. 16, № 1.
7. Рошин С.К. Психология успешного предпринимательства в США // Психологический журнал. 1993. Т. 14, № 5.
8. Карлофф Б. Деловая стратегия. М.: Экономика, 1992.
9. Лисин В.С. Собственность и предпринимательство в переходной экономике современной России. М.: Высшая школа, 1999.
10. Станюкович К.М. Собр. соч.: В 10 т. М., 1977. Т. 1.
11. Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство. М., 1991. Вып. 1.
12. Чирикова А.Е. Психологические особенности личности российского предпринимателя // Психологический журнал. 1998. Т. 19, № 1.
13. Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982.

## SOCIAL-PSYCHOLOGICAL PICTURE OF BUSINESSMAN

O.I. Vitkovskaja (Irkutsk)

**Summary.** The peculiarities of development and modern Russian enterprise becoming are analyzed. Kinds, forms of commercial activity as a base of enterprise development are marked out. Social-psychological characteristic of administrated subject according to results of research is given.

**Key words:** enterprise, small business, initiative, independence, dominant, administrated subject.