

Психологическая специфика современного российского предпринимателя как конкурентное преимущество

Клочкова А.В.
a.v.klochkova@mail.ru

*Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики
Институт холода и биотехнологий*

В статье рассматривается психология российского предпринимателя и проводится сравнительный анализ российской, американской, европейской и восточной моделей предпринимательства. Показано, что психологическую специфику современного российского предпринимателя можно считать его конкурентным преимуществом.

Ключевые слова: предпринимательство, психология, культура, государство, общество

Современное российское предпринимательство представляет собой многогранное, сложное социально-экономическое явление, существующее не обособленно, а как неотъемлемая часть мировой экономической системы. Центральным и основным элементом предпринимательства является непосредственно предприниматель как экономический агент (хозяйствующий субъект), обладающий совокупностью определенных личностных характеристик и талантом предпринимателя, т.е. умением организовать факторы производства в единую систему (фирму). В экономической и социологической литературе, посвященной предпринимательству, психологию предпринимателя принято рассматривать в двух аспектах:

1. анализ универсальных личностных характеристик, «психологического портрета» предпринимателя и проведение классификации типов предпринимателя в зависимости от наличия/отсутствия конкретных личностных качеств;
2. сравнительный анализ трех-четырех типов предпринимателя (европейский, американский, российский, восточный), психологические характеристики которых прямо связаны с их «цивилизационным» происхождением.

Наиболее актуальным аспектом такого анализа, на наш взгляд, стало бы соотнесение этих «цивилизационных» типов предпринимателя с динамичным развитием и циклическими изменениями мировой цивилизации, выражающимися в виде экономических спадов и подъемов, на предмет адаптации предпринимателя к этим изменениям: умения выстоять в условиях кризиса и «собрать сливки» в период экономического бума.

Объектом нашего исследования является, прежде всего, современный российский предприниматель, психологическая специфика его личности. Цель

исследования – выявить, можно ли расценивать психологические особенности российского предпринимателя как его конкурентное преимущество, т.е. фактор успешности, адаптационной мобильности и повышения конкурентоспособности в нестабильной рыночной среде.

Психология современного российского предпринимателя прямо связана с процессом развития и становления его личности. Под «личностью» мы понимаем совокупность психологических характеристик среднестатистического предпринимателя. Процесс развития и формирования охватывает период с конца 1980-х гг. по настоящее время, характеризуется неоднозначностью и достаточно резкой сменой экономических формаций. По сути, эта смена, произошедшая в 1990-е годы и провозгласившая рождение новой России, обусловила наличие в характере российского предпринимателя тех специфических качеств, которые встречаются у предпринимателей других стран значительно реже. Если в Европе, США и странах востока предпринимательство формировалось постепенно, последовательно, непрерывно и стало результатом *эволюции* социально-экономической системы, то в России такое предпринимательство было уничтожено в начале XX века с возникновением и утверждением советской экономики как единственно возможной и возродилось в конце XX века *революционным* путем. Отправной точкой такого возрождения (точнее, возникновения) стали реформы Генерального секретаря ЦК КПСС М.С. Горбачева, избранного в 1985 г., которые обозначили начало кооперативного движения. По своей сути, кооперативы стали первыми представителями легального советского предпринимательства. В 1987 г. Постановление Совета Министров СССР «О предоставлении кредитов гражданам, занимающимся индивидуальной трудовой деятельностью» дало возможность физическим лицам, которые не могли обладать первоначальным капиталом в силу существования в рамках командно-административной экономической системы, проявлять предпринимательскую инициативу. В 1989 г. в Москве прошел первый Всесоюзный съезд кооперативов, а в 1990 г. Верховный Совет СССР принял «Закон о собственности в СССР», официально признающий право собственности отдельных граждан на здания, сооружения, оборудование (средства производства). В 1991 году СССР прекратил свое существование как субъект международного права, следовательно, начало 1990-х годов можно обоснованно считать началом перехода от одной социально-экономической формации (командно-административной, плановой) к другой (смешанной). По итогам этого этапа можно с уверенностью сказать, что переходная российская экономика может быть охарактеризована как экономика стихийного, неуправляемого рынка (государственное вмешательство было минимальным, а степень криминализации экономики высокой). Таким образом, этот переходный процесс совпал по времени с процессом становления и развития российского предпринимательства и во многом определил его специфику, которая выражается главным образом в относительно высокой степени стрессоустойчивости предпринимателя, его склонности к риску, самостоятельности, независимости, умения рассчитывать и надеяться только на

себя и низкой степени социальной ответственности, уважения к государственной власти и действующим законам, ценностным установкам, принятым в обществе.

Очевидно, что современному российскому предпринимателю свойственны те же необходимые мотивы деятельности и качества, что и предпринимателю вообще, т.е. такие черты характера, без которых предприниматель не может состояться. Наиболее полно «психологический портрет» предпринимателя, охватывая достаточно большое количество исследований по данной проблематике, начиная с В. Зомбарта и до настоящего времени, представлен в статье В.М. Емельянова «Психологические особенности российского предпринимателя».

Мотивы предпринимательской деятельности:

- желание быть хозяином своей судьбы;
- стремление преодолеть отчуждение профессиональной деятельности от остальной, слить работу и жизнь воедино, изменить принцип «работать, чтобы жить» на «жить, чтобы работать»;
- желание получать достойное вознаграждение за свой труд и значительно улучшить свое материальное положение.

Предприниматель должен обладать следующими качествами (по В. Зомбарту):

- завоевателя (духовная свобода, воля и энергия, упорство и постоянство);
- организатора (способность правильно оценивать людей, заставлять их работать, координируя их действия);
- торговца (способность вербовать людей без принуждения, возбуждать в них интерес к своей продукции, внушать доверие).

Личностные характеристики предпринимателя, сгруппированные по блокам (интеллектуальный, коммуникативный, мотивационно-волевой):

- в интеллектуальном блоке: компетентность, комбинаторный дар, развитое воображение, реальная фантазия, развитая интуиция, перспективное мышление;
- в коммуникативном блоке: талант координатора усилий сотрудников, способность и готовность к социально лояльному общению с другими людьми и в то же время умение идти против течения;
- в мотивационно-волевом блоке: склонность к риску; внутренний локус контроля, стремление бороться и побеждать, потребность в самоактуализации и общественном признании, преобладание мотива достижения над мотивом избегания неудачи.

Качества предпринимателя, отмеченные Б. Карлоф:

- предпочитает принимать решения самостоятельно;
- восприимчив к новому, нацелен на получение результатов;
- открыт для конструктивной критики и похвал;
- стремится принимать активное участие в бизнесе, а поэтому безмерно счастлив в небольшой организации;
- любит быстрое развитие и нововведения;

- в деловом окружении, при расширении бизнеса чувствует себя как рыба в воде;

- крайне требователен к себе и к способностям своих компаньонов.

По утверждению Й. Шумпетера, первым основным качеством предпринимателя является развитая интуиция, восполняющая недостаток информации. Второе базовое качество – сильная воля, помогающая преодолевать не только инерцию собственного и общественного мышления, но и сопротивление среды (традиций, правовых и моральных норм и т.п.). Наконец, третьим качеством является развитое воображение, помогающее задумывать новые комбинации и снижать степень неопределенности, живущую в сознании каждого предпринимателя.

Р. Хизрич, М. Питерс, С. Ронстад выделяют такие характеристики предпринимателя, как:

- ясное понимание предпринимательства;

- отделение фактов от мифов;

- умение давать взвешенные оценки;

- умение находить нестандартные решения;

- умение вести себя и принимать решения в условиях неопределенности;

- умение вырабатывать новые коммерческие идеи;

- умение оценивать перспективность новых идей;

- знания, необходимые для создания нового дела;

- умение оценить внешнюю ситуацию;

- умение оценивать действия с точки зрения этики и морали;

- умение заключать сделки, устанавливать контакты, вести переговоры;

- умение получить причитающееся.

В дополнение к перечисленному, В.М. Емельянов отмечает, что предприниматель должен обладать хорошим здоровьем, оптимизмом, быть изобретательным, творческим, инициативным, склонным к риску, самостоятельным, ответственным, стрессоустойчивым, стремиться к самореализации, уметь доводить дело до конца и объединять вокруг себя людей, благоприятствующих выполнению поставленных задач [1].

В дополнение к перечисленным выше мотивам, применительно к российскому современному предпринимателю следует добавить формулировку «не благодаря, а вопреки». С.С. Котова отмечает, «что более половины новых предприятий возникало под воздействием отрицательных стимулов, таких как потеря работы, отсутствие перспектив дальнейшего продвижения по службе, разочарования в деле, которым занимаешься, присвоение работодателем-начальником научных открытий будущего предпринимателя» [2, с. 24]. Таким образом, основной мотив прихода в предпринимательскую деятельность возник из-за отсутствия равновесия между индивидом и окружающей средой, занятия бизнесом стали своеобразным ответом на кризисную ситуацию в обществе, социальной группе, семье или в профессиональной деятельности.

А.Е. Чирикова предлагает такой «психологический портрет» российского предпринимателя, как:

- высокий творческий потенциал (следствием чего является наличие самомотивации);
- процесс целеполагания у индивида характеризуется максимизацией целей;
- стремление к «парадоксальности подхода», т.е. избеганию стереотипов, поиску нетривиальных решений;
- индивидуализм;
- «страстность» в деятельности и образе жизни;
- способность критически оценивать принципиально различные концепции [4].

С.С Котова отмечает, что российские предприниматели обладают рядом личностных характеристик, позволяющих говорить о высокой сопротивляемости неблагоприятным социальным условиям, а именно:

- высокий уровень адаптированности к рыночной экономике;
- высокая социальная мобильность и гибкость;
- ориентация на максимальное использование собственных ресурсов и готовность к дальнейшему повышению стоимости своего «человеческого капитала»;
- ориентация на такие ценности, как социальное рыночное хозяйство, индивидуальная свобода, приоритет частной собственности;
- склонность полагаться на собственную активность как необходимое и естественное условие жизненного успеха [2].

Рассмотрим существующие типологизации современного российского предпринимателя.

По мнению Е.В. Орловой, для исследователей начала 1990-х годов характерно разделение на цивилизованное (культурное) и нецивилизованное (дикое) предпринимательство (например, в работах Л.Е. Душацкого). Согласно такой классификации, цивилизованный тип предпринимателя отличается от нецивилизованного тремя характеристиками: предпочитает заниматься не любым, а определенным видом бизнеса, требующим глубоких специальных знаний и подготовки, соблюдает законы (несмотря на их несовершенство) и разборчив в средствах достижения цели, т.е. следует нормам морали.

В.В. Радаев рассматривает российского предпринимателя, применяя типологию предпринимательской деятельности, основанную на выделении следующих четырех типов потребностей: выживании, гедонистических, социальном самоутверждении и труде, и отмечает, что для современного российского предпринимательства в целом наиболее важной среди прочих потребностей оказалось обеспечение выживания, а самой удовлетворенной – потребность в труде.

Е.В. Орлова предлагает классифицировать современное российское предпринимательство как пять социальных групп:

1. «бизнес-элита» общества, финансовые и промышленные «олигархи»;

2. директорский корпус приватизированных предприятий (в связи с почти полным отсутствием корпоративного контроля над деятельностью высшего менеджмента могут рассматриваться как самостоятельные экономические агенты);

3. «мелкий и средний бизнес», развернувший хозяйственную деятельность в результате либерализации экономических отношений и сумевший встать во главе корпоративных объединений;

4. бизнес, основанный на криминальных отношениях, но стремящийся легализоваться и частично легализованный;

5. самые мелкие предприниматели, работающие в этой сфере в значительной части из-за отсутствия рабочих мест и низкой заработной платы на региональных рынках труда (самозанятые) [3].

С.С. Котова выделяет три группы предпринимателей по такому критерию, как образ жизни:

- «пуритане», ориентированные на аскетизм в быту;
- «западники», усвоившие стиль жизни западных бизнесменов;
- «купчики», принявшие демонстративный стиль потребления.

Последняя группа, как считает С.С. Котова, носит массовый характер, и связано это с тем, что богатство стало основным критерием социального статуса, а общество вступило в период утверждения новой элиты. «Значительная часть предпринимателей начали вести себя как представители истеблишмента, превратились в общественных деятелей, начали прямо или косвенно участвовать в политике. Появилось стремление наладить связи с общественностью и политической элитой, ощущение себя единой социально-психологической общностью. Вместе с тем, в среде крупных предпринимателей возникло стремление отгородиться от остального общества с помощью элитарных клубов, коттеджных поселков, престижных форм отдыха. Роскошные лимузины, шикарные квартиры в центре Москвы, отдых только за границей, приобретение недвижимости за рубежом стали атрибутами их жизни. Возникает эффект клуба, под воздействием которого в одном социальном пространстве объединяются люди, похожие друг на друга тем, что их отличает от других» [2, с. 24].

Важно отметить, что рассмотренные выше исследования описывают предпринимателя 1990-х годов. Говоря о современном российском предпринимателе, нельзя не учитывать те изменения, которые произошли в его личности, взглядах, системе ценностей параллельно и во многом благодаря положительным изменениям российской социально-экономической системы. Следовательно, предприниматель 1990-х и предприниматель 2000-х имеют значительные отличия в психологических характеристиках, и эти отличия важны при сопоставлении российской и зарубежных моделей предпринимательства.

Мы не будем детально рассматривать, в чем заключаются особенности европейской, американской и восточной моделей предпринимательства. В современной экономической литературе по данной проблематике, как правило, проводится общий обзор, посвященный скорее схожим характеристикам,

образующим единый набор личностных характеристик современного предпринимателя. Мы проведем сравнительный анализ по четырем критериям, которые также являются факторами, определяющими психологическую специфику предпринимателя той или иной страны, и покажем, каким образом эти личностные характеристики влияют на конкурентоспособность предпринимателя в мировом экономическом пространстве. К этим критериям/факторам относятся (4 «О»):

1. Отношение предпринимателя к другим культурам (монокультурализм/поликультурализм);
2. Отношение государства к предпринимателю в процессе становления предпринимательства, определяющее отношение предпринимателя к государству;
3. Отношение общества к предпринимателю в процессе становления предпринимательства, определяющее отношение предпринимателя к обществу (социальная ответственность бизнеса);
4. Окружающая предпринимателя среда (экономические, политические, социальные факторы), оказывающая влияние на предпринимательскую деятельность (стабильная/нестабильная).

В качестве первого критерия (фактора) следует обратить внимание на то, насколько отличается регион предпринимательства многообразием культур и толерантностью к другим культурам, т.е. насколько многонационален «предпринимательский слой» населения. Этот фактор наиболее важен в связи с тем, что в настоящее время мировое хозяйство представляет собой единый организм. Процесс глобализации, охвативший мировую экономическую систему в конце XX века, был естественным и неизбежным. Очевидно, что помимо сильной экономики, фактором успешности страны в глобальном мире является готовность экономических агентов (предпринимателей) взаимодействовать с представителями иных культур максимально эффективно, учитывая культурные особенности партнеров и потребительского рынка «остального мира». Россия многонациональна и многоконфессиональна; в отличие от стран Европы, в настоящее время на территории России не наблюдается острых, выраженных конфликтов между христианским и мусульманским мирами. Нет и проявлений нетерпимости к христианству, светской морали и образу жизни, принятым у христиан, в мусульманских регионах России, что было бы невозможно в странах, где мусульманство основная и единственная религия. Если в качестве примера восточной модели рассматривать, например, Японию или Корею, то для этих стран характерна крайне обособленная, традиционная и консервативная культура. Если европеец решит организовать свой бизнес в Японии, он будет вынужден полностью раствориться в культуре этой страны, что является некоторым барьером. Положительную роль в случае российской модели сыграла предыдущая формация, Советский Союз, где декларировалось равенство народов, их прав и было некое единое понятие «советский человек». В США также исторически изначально декларировались равные права и свободы гражданина независимо от цвета кожи и происхождения. Следовательно, российскую и американскую

модели предпринимательства мы можем классифицировать как поликультурные, что, в числе многих других факторов, определяет их паритет и экономическую устойчивость в XX веке, а европейскую и восточную модели определить как монокультурные.

Вторым сравнительным параметром является взаимодействие государства и предпринимателя, которое не только влияет на эффективность предпринимательской деятельности, но и формирует «в ответ» определенное отношение предпринимателя к институту государственной власти. Предпринимательство может существовать только в экономической системе смешанного типа, т.е. системе, в которой государство в необходимой и разумной степени вмешивается в экономику, обеспечивая защиту прав и свобод гражданина и предпринимателя, соблюдение законодательства, социальную защиту и поддержку тех слоев населения, которые не могут участвовать в экономической деятельности (детей, пенсионеров, инвалидов) или нуждаются в социальной помощи. При этом нельзя недооценивать инновационную функцию предпринимательства, и выполнение этой функции должно поддерживаться, особенно на начальной стадии предпринимательской деятельности. Для любой современной рыночной экономики такое государственное регулирование является естественным (что положительно отразилось на всех иностранных моделях предпринимательства), в отличие от России 1990-х годов. В стране в этот период отсутствовала не только поддержка предпринимательства и инноваций, но и элементарная защита прав и свобод человека, собственности, бизнеса, не работали институты права, усилились коррупция и криминализация экономики и общества. Можно сказать, что после стадии запрета (Советский Союз) наступила стадия безразличия власти по отношению к предпринимательству. Отрицательный эффект такого отношения – негативное восприятие предпринимателем государственных структур как внешней бюрократической коррумпированной силы, действующей исключительно в собственных интересах, недоверие, неуважение и нарушение законодательства; положительный эффект – повышенная стрессоустойчивость, индивидуализм, независимость, самостоятельность, умение рассчитывать только на себя, что особенно важно в кризисных ситуациях.

Среди остальных, «благополучных» моделей предпринимательства несколько выделяются США, так как в американской модели присутствует элемент «зацикленности» на предпринимателе как стопроцентном авторе своего успеха. Труд ради достижения цели, саморазвитие является основным средством; американский предприниматель, также как и российский, надеется в первую очередь (и часто только) на себя, в то время как европеец в большей степени зависим от государства, следовательно, в большей степени рассчитывает на его поддержку. В отличие от российского, история американского предпринимателя насчитывает более чем двухвековую историю, в которой никогда не было запрета на предпринимательскую деятельность со стороны государства, а успешный предприниматель позиционировался как национальный герой.

Третьим фактором «психологической конкурентоспособности» предпринимателя являются взаимоотношения предпринимателя и общества, что прямо определяет социальную ответственность бизнеса. Так как в Советском Союзе предпринимательство было запрещено, и принципы предпринимательской деятельности резко контрастировали с общественной моралью, негативное отношение к предпринимательству, социальное неодобрение было достаточно ярко выражено и в период реформ М.С. Горбачева, и в 1990-е годы. В связи с ростом экономической преступности и сектора теневой экономики у достаточно многих индивидов, далеких от предпринимательства, бизнес ассоциировался с криминалом. Для изменений в общественном сознании потребовалось около двадцати лет. Отрицательное отношение общества стимулировало предпринимателя к индивидуализму и независимости от внешних оценок (как положительное явление), но и социальной «безответственности», так как выраженный негатив со стороны населения явно не способствовал тому, чтобы бизнес, соблюдая свои интересы, учитывал интересы общества и испытывал чувство патриотизма. Российский предприниматель сегодня социален и уважаем, но выраженный индивидуализм и независимость сохранились. Среди других типов предпринимателя, как наименее зависимо от общественного мнения, хочется выделить американский тип, что объясняется более высокой степенью индивидуализма, чем, например, у немецкого предпринимателя. Кроме того, общеизвестным является тот факт, что у европейцев гипертрофированно развито уважение к правам и свободам других граждан, что уже не способствует разнонаправленности интересов бизнеса и общества.

И, наконец, на стрессоустойчивость, мобильность, гибкость, умение предпринимателя сопротивляться внешним обстоятельствам в значительной степени влияют непосредственно внешние обстоятельства в виде самой системы: экономической, социальной, политической (четвертый фактор). Нестабильная экономика, политические и социальные кризисы испытывают хозяйствующих субъектов на выживаемость, и выживают сильнейшие. Переходная стадия (от советской плановой экономики к российской современной рыночной) носила шоковый характер и сопровождалась высокими системными рисками. Защита и поддержка предпринимателя со стороны государства отсутствовали, как уже отмечалось выше. Ключевым моментом, выделяющим психологию российского предпринимателя на фоне остальных, является не столько то, что были пережиты перемены революционного характера, а то, что эти перемены совпали с зарождением и становлением предпринимательства. Эта особенность определяет специфическую устойчивость, выживаемость субъектов российского предпринимательства, что особенно актуально при мировых экономических кризисах в условиях глобальной экономики. Любая экономическая система переживала потрясения в процессе своей эволюции, но нигде такое естественное социально-экономическое явление как предпринимательство не возникало с нуля на фоне «шоковой терапии».

Результаты проведенного сравнительного анализа психологических характеристик российской, европейской, американской и восточной моделей предпринимательства представлены в таблице 1.

Таблица 1. Сравнительный анализ европейской, американской, восточной и российской моделей предпринимательской деятельности.

Критерий сравнения	Модель предпринимательской деятельности				
	европейская	американская	восточная	русская	
				1990-е	2000-е
Отношение предпринимателя к другим культурам: монокультурализм/поликультурализм	монокультурализм	поликультурализм	монокультурализм	поликультурализм	поликультурализм
Взаимоотношения «государство (наличие/отсутствие поддержки)–предприниматель (наличие/отсутствие уважения к закону и власти)»	поддержка государства–уважение к закону, власти	поддержка государства–уважение к закону, власти	поддержка государства–уважение к закону, власти	отсутствие поддержки государства–неуважение к закону, власти	поддержка государства–уважение к закону, власти
Взаимоотношения «общество (одобрение/неодобрение)–предприниматель (социальная ответственность/безответственность)»	одобрение общества–социальная ответственность	одобрение общества–социальная ответственность	одобрение общества–социальная ответственность	неодобрение–социальная безответственность	одобрение общества–социальная ответственность
Окружающая предпринимателя среда (политическая, экономическая, социальная (стабильная/нестабильная))	стабильная	стабильная	стабильная	нестабильная	стабильная

В заключение мы можем сделать вывод, что современный российский предприниматель по своим психологическим характеристикам не только не уступает своим иностранным коллегам, но по некоторым параметрам является более адаптированным к внешней среде, чем, например, европейские и восточные предприниматели. Естественно, что специфика личности предпринимателя во многом определяется культурой, к которой он принадлежит. Конкурентное преимущество русского предпринимателя состоит в его принадлежности к уникальной, многогранной русской культуре и формировании в условиях повышенной нестабильности, неопределенности и системного риска. Значительную роль в трансформации

психологии российского предпринимателя и его превращении из «дикого» в «цивилизованного» сыграла общая стабилизация российской социально-экономической системы, а также моральное «оздоровление» российского общества и его системы ценностей, произошедшее за последнее десятилетие.

Список литературы:

1. В.М. Емельянов. Психологические особенности российского предпринимателя. // <http://www.psyllive.ru/?mod=articles&act=printf&gl=30&id=73>
2. С.С. Котова. Российское предпринимательство как предмет социологического анализа. Автореферат дисс. на соиск. ученой степени канд. соц. наук. – М.: Изд-во МГУ, 2003. 28 с.
3. Е.В. Орлова. Современное российское предпринимательство: экономико-социологический анализ. – Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 2002. 171 с.
4. А.Е. Чирикова. Психологические особенности личности российского предпринимателя. // Библиотека учебной и научной литературы http://sbiblio.com/biblio/archive/chirikova_psihologicheskieosobennosti/

Psychological specificity of contemporary Russian entrepreneur as competitive advantage

Klochkova A.V.
a.v.klochkova@mail.ru

*St. Petersburg National Research University of Information Technologies, Mechanics and Optics
Institute of Refrigeration and Biotechnologies*

The paper deals with the Russian entrepreneur's psychology and contains a comparative analysis of Russian, American, European and oriental entrepreneurs. We demonstrate that psychological specificity of contemporary Russian entrepreneur can be interpreted as his competitive advantage.

Key words: entrepreneur, psychology, culture, government, society