

ЛИЧНОСТНЫЕ ДЕТЕРМИНАНТЫ УСПЕШНОСТИ В МАЛОМ И КОРПОРАТИВНОМ БИЗНЕСЕ

Ермолаева Елена Павловна

(ФГБУН «Институт психологии РАН»)

Работа выполнена в рамках Государственного задания ФАНО РФ № 0159-
2015-0007

Малый и корпоративный бизнес находятся на диаметрально противоположных полюсах по социально-экономическим, психологическим и организационным требованиям к личности предпринимателя. Целью исследования является анализ общих и специфических для каждой сферы бизнеса психологических характеристик личности предпринимателя.

Предпринимательство – вид трудовой деятельности предприимчивой личности, содержанием которого является автономное принятие и осуществление решений по поиску и использованию новых возможностей рынка в условиях личного финансового риска с целью получения высокого коммерческого результата. Предприниматель – это не столько профессия, сколько особый тип личности – индивидуально устойчивое сочетание психологических и ценностно-нравственных характеристик и способов реагирования на факторы, ситуации и обстоятельства в бизнесе. Индивидуальные способности и задатки связаны с самореализацией в бизнесе, социально-ориентированные нравственные и субъектные качества (мораль, совесть, упорство, активность человека, адаптивность) – с социальной реализацией, а поведенческие – со способом реализации. Личностная направленность предпринимателя важна как при выборе источника развития бизнеса (стремится ли он вести бизнес преимущественно за счет внутренних средств или заемных, учитывая, что последнее более рискованно), так и

при его реализации (это те нравственные границы, в которых он готов ради бизнеса устранять конкурентов, и какими средствами).

Специфика предпринимательства выражается в разграничении предпринимательских функций от аналогичных функций в других видах деятельности. Мы провели такое разграничение по четырем параметрам: владение капиталом и финансовый риск; личное трудовое участие; свобода распоряжения ресурсами; свобода выбора факторов производства и предпринимательской активности [1]. Однако в современном крупном бизнесе предпринимательские и собственнические функции все больше рассеиваются среди специалистов: в акционерных компаниях распыляются собственнические права, а в корпоративной среде – предпринимательские роли.

В индивидуальном предпринимательстве ведущий принцип функционирования – автономность. Ее признаки: высокая потребность в личных достижениях; преобладание интуитивной основы в принятии решений; неразрывность решения и действия; имидж «бойца-одиночки»; стремление к личному контролю над ситуацией и неохотное делегирование своих полномочий другим; низкая тревожность; преобладание «внутреннего локуса контроля».

Принято считать, что одаренная «предприимчивостью» личность обладает «духом предпринимательства» – уникальными способностями, позволяющими осваивать новые и новые сферы бизнеса для получения прибыли путем удовлетворения явных и потенциальных потребностей общества. Реализации «духа предпринимательства» обязательно сопутствует то, что Й. Шумпетер еще в начале прошлого века назвал «созидательным, или творческим разрушением» и связал со способностью человека выходить за пределы имеющихся возможностей, отказываясь от старого в поисках новых ресурсов путем комбинации факторов производства и обращения к нововведениям.

Именно способность к «творческому разрушению» является главной личностной характеристикой деловых качеств истинного предпринимателя, его «родовым признаком» [4].

Хотя сама способность к «творческому разрушению» – это личностное качество, но для ее реализации необходимы соответствующие социальные условия. Например, положение малого бизнеса в развитых странах, где объективные условия и социально-психологические установки более благоприятны, способствуют разнообразию форм его проявления. В нашей стране, в силу специфики условий наблюдается диспропорция основных составляющих предпринимательской структуры: краткосрочные цели преобладают над долгосрочными, торговля – над производством, паразитирование на несовершенстве рыночного механизма – над поиском новых, более эффективных способов производства для удовлетворения потребностей рынка.

Объективным ограничением возможностей личного предпринимательства является то, что современная экономика уже не может базироваться на абсолютизации концепции свободного рынка А. Смита, по которой свободная торговля, будучи никак не связанной принципами этики и морали, обеспечивает посредством простых механизмов рост благосостояния и общность интересов. Реальное существование в современной системе отношений человек-бизнес-общество – это существование в двух плоскостях, которые не всегда совпадают друг с другом: с одной стороны, предприниматель должен считаться с повседневностью, с ее практическими проблемами, решаемыми в контексте ситуативных отношений человек-бизнес, с другой стороны, он все более осознает собственную психологическую причастность к проблемам в стране и в мире. Сегодня многие вопросы бизнеса можно рассматривать только в глобальном контексте. Но действовать все равно предстоит на местном уровне. Чтобы совместить

эти два уровня, предприниматель должен обладать системным мышлением, способным разрушить не только барьеры, препятствующие собственному деловому успеху, но и оптимизировать социальное взаимодействие с другими субъектами рынка.

Сказанное в наибольшей степени относится к крупному бизнесу. Поскольку одно из главных требований бизнеса – расширение и укрупнение, то рано или поздно люди, преуспевшие в мелком и среднем бизнесе, стремятся создать крупную фирму. Но тогда они должны будут обладать качествами уже не только предпринимателя, но и корпоративного руководителя. В этом отношении у них много общего с руководителями других организаций, в том числе, государственных. Но если у чиновника социальная ответственность уже заложена как требование профессии и ограничитель его деятельности, то у крупного бизнесмена это часто вступает в противоречие с его бизнесом.

Таким образом, следует учитывать два принципиальных отличия крупного бизнеса от малого или индивидуального предпринимательства. И оба они носят не только социальный, но и психологический характер. Во-первых, неизбежно встает вопрос об ответственности влиятельной компании перед обществом, без ущерба для собственных интересов. А это нравственная дилемма. Во-вторых, в крупной компании речь идет уже об управлении не только ходом самого бизнеса, но и людьми, работающими в ней. Стилиевые особенности управления крупным бизнесом обусловлены его специфическими атрибутами: корпоративной идеологией, наличием миссии, генеральной стратегией развития, участием в процессах глобализации. Это находит выражение в особенностях лидерства, карьерного роста, корпоративной идентичности, отношениях руководителей и исполнителей.

По мнению Р. Салмона, именно коммерческая компания более эффективно, чем другие социальные институты связывает отдельного человека с обществом. И именно корпоративному предпринимателю

предстоит стать активным творцом будущего, а не оставаться пассивной жертвой глобализирующегося настоящего [3].

В середине XX века У. Уайт [5] дал эталонное описание идеологии корпоративной жизни, суть которой состоит в том, что главные цели личности и организации совпадают. Но уже к концу XX века положение изменилось. Наниматели больше не желают брать на себя долгосрочные социальные обязательства перед служащими, а современные служащие стали более инициативными и независимыми: они готовы самосовершенствоваться и принимать на себя ответственность за свою карьеру.

Руководство крупным бизнесом предполагает стремление к переменам, основанное на неудовлетворенности тем, что есть. Стремление к переменам и конфронтации противоречит человеческой природе, но только оно приводит к творческому поиску и прогрессу [2].

Для эффективного управления бизнесом необходимы два личностных качества: умение предвидеть отдаленные последствия выбора, который делается сейчас, и осознание функции управления как «вещи для других», – без которых уровень социально-профессиональной идентичности предпринимателя недостаточен, чтобы стать защитным механизмом от опасных действий. Бизнесу совершенно противопоказаны типы личности, склонные к деструктивным стратегиям поведения и спонтанным «уходам» из дела. Ортодоксальный тип и конформист в бизнесе допустимы, но лишь в сферах, мало подверженных риску. Прагматик эффективен в условиях повышенной опасности. Роль трудоголика в бизнесе амбивалентна: с одной стороны, он очень результативен и неутомим, но с другой – способен настолько увлечься новыми проектами, что забывает о повседневных делах.

Библиографический список

1. Ермолаева Е.П. Предпринимательство: самодиагностика и преодоление психологических барьеров. – М.: «Академия», 1996.
2. Крейнер С. Бизнес-путь: Джек Уэлч. – СПб.: Изд-во «Крылов», 2004.
3. Салмон Р. Будущее менеджмента. – СПб.: Питер, 2004.
4. Schumpeter J. Capitalism, Socialism and Democracy, 1942.
5. Whyte W. The Organization Man, 1956.