

Предприимчивость

Предприимчивость — деловая активность, инициативность, способность к началу и осуществлению дела, приносящего успех. Предпринять что-либо — значит сделать инициативное, упреждающее действие, проявить активность до того, как будут четко определены ее условия и последствия. Предприимчивость в повседневном употреблении и означает способность к регулярному и успешному осуществлению такого рода активности, умение быстро принимать решения и действовать в условиях неопределенности. В более строгом научном значении предприимчивость как совокупность психологических особенностей личности соотносится с предпринимательством как особым видом экономической деятельности, связанным с созданием и осуществлением собственного дела, предприятия, направленного на достижение денежной или иной выгоды, которая является мерой его успеха. В этом аспекте предпринимательство определяют как деятельность, осуществ-

ляемую в условиях риска и ответственности за результаты предприятия, жесткой конкурентной борьбы между предпринимателями и стремление к поиску новых возможностей получения прибыли (Й. Шумпетер, Ф. фон Хайек и др.).

В рамках исследований в области психологии предпринимательства были эмпирически выявлены личностные особенности успешных предпринимателей, которые можно рассматривать как критерии и корреляты предприимчивости. К их числу относятся, прежде всего, особенности мотивационной сферы: преобладание мотивации достижения успеха над мотивацией избегания неудач, четкая постановка позитивных целей деятельности и активное последовательное стремление к их достижению, уверенность в своих возможностях достижения успеха (самоэффективность), позитивное отношение к ситуации достижения и соревнования с другими людьми, адекватная самооценка и уровень притязаний. Ведущим мотивом

выбора предпринимательской деятельности является создание собственного дела, достижение экономической независимости и материального успеха.

Другой отличительной психологической особенностью успешных предпринимателей является преобладание интернального локуса контроля, т. е. уверенность в своей способности контролировать значимые для себя события и принимать на себя ответственность как за свои достижения, успехи, так и за неудачи. Преобладание интернальности сочетается с выраженностью таких качеств, как высокая активность и инициативность, уверенность в себе, независимость и самостоятельность, высокая самооценка, самоконтроль и ответственность за свое поведение.

Результаты психологических исследований отношения предпринимателей к риску позволяют сделать вывод о том, что в отличие от распространенных житейских представлений предприниматели в целом не являются людьми, склонными жить и действовать в условиях высокой степени риска. Скорее для них характерны эмоциональная устойчивость и самообладание, определяющие способность эффективно принимать решения и действовать в условиях риска и неопределенности. Более характерным для успешных предпринимателей оказалось позитивное отношение к соревнованию (конкуренции) в экономической деятельности и высокая оценка собственной конкурентоспособности.

Наряду с выделенными социально-психологическими особенностями успешных предпринимателей важную роль в их деятельности играют партнерские отношения и взаимоотношения с представителями других социальных групп (чиновниками, клиентами, наемными работниками). Умение выстраивать деловые и личные отношения с представителями различных социальных групп является важным фактором успешности бизнеса.

Предприимчивость может рассматриваться как более широкий, не связанный только с деловой активностью психологический феномен, обеспечивающий успешную адаптацию человека к жизни в условиях рыночной экономики. О важности этого качества в современных условиях российской жизни говорит зафиксированный в эмпирических исследованиях факт возрастания значимости предприимчивости как жизненной ценности по оценкам представителей самых разных социальных групп. Наиболее выразительно эта ценность представлена в молодежной среде.

Исследования в области социологии предпринимательства и социологии молодежи (С. В. Гришаев, В. Г. Немировский, Р. В. Рывкина, И. А. Сурина, Ф. Э. Шереги и др.) показали, что в жизненных планах молодежи ориентация на создание собственного бизнеса (что предполагает и установку на предприимчивость) имеет широкое распространение, в то же время реально в предпринимательской деятельности достигают успеха существенно меньшее число молодых людей.

Лит.: Журавлев А. Л., Позняков В. П. Деловая активность предпринимателей: методы оценки и воздействия. М., 1995; Гришаев С. В., Немировский В. Г. Социальный портрет молодого предпринимателя // Социологические исследования. 1999. № 5. С. 40–43; Социально-психологические исследования руководства и предпринимательства / Отв. ред. А. Л. Журавлев, Е. В. Шорохова. М., 1999; Позняков В. П. Психологические отношения и деловая активность российских предпринимателей. М., 2001; Шихирев П. Н. Введение в российскую деловую культуру. М., 2001; Шереги Ф. Э. Социология предпринимательства: Прикладные исследования. М., 2002; Проблемы экономической психологии. Т. 1–2 / Отв. ред. А. Л. Журавлев, А. Б. Купрейченко. М., 2004.

В. П. Позняков