

***Предпринимательство и
предприниматель как объект изучения
для психолога, социолога, экономиста, :
сходство и различие.***

Гусакова Е.,
Евстратова А.,
Панфилова П.
(НИУ ВШЭ,
ф-т социологии)

Социология и теория предпринимательства – единство и различия

- В научной литературе нет единства в понимании содержания понятий «предприниматель и предпринимательство»
- Эти понятия могут использоваться в различных научных дисциплинах и раскрываться в их рамках различным образом
- Существует несколько традиций в изучении предпринимательства – экономическая, психологическая (бихевиористская), социологическая
- Таким образом, «предприниматель и предпринимательство» - междисциплинарные понятия. А социология предпринимательства – часть более общей, междисциплинарной теории предпринимательства.

Предметом теории предпринимательства являются

- Фигура предпринимателя как некоего индивидуального актора, реализующего определенные аттитюды и целевые установки
- Предпринимательское поведение на рынке
- Предпринимательство как тип социально-экономической активности, связанный с инновациями, созданием новых фирм и т.п. и в своем развитии зависящий от некоторых организационных структур, институтов микро-, мезо- и макроуровня

1. Предпринимательство и предприниматель глазами психолога

- Впервые в работах американского социального психолога Д.Маклелланда был глубоко проанализирован специфический тип личности предпринимателя.
- Определяющее в поведении предпринимателя - потребность в достижении
- На основе его трудов и дальнейших исследований были выделены основные социопсихические качества предпринимателя

Основные социопсихические качества предпринимателя:

- Потребность в достижении
- Высокий внутренний локус контроля (убежденность в том, что жизненный успех зависит от личных усилий человека больше, чем от внешних обстоятельств)
- Готовность к риску
- Способность находить решение проблем
- Склонность к инновациям
- Лидерство
- Определенные базовые ценности (индивидуализм – в противовес коллективизму, предпочтение равенства шансов – в противоположность имущественному равенству)
- Опыт социализации (семейное окружение, связанное с предпринимательством, и господство соответствующих ценностей)

Примеры качественных исследований

Для выяснения мотивов, которые побуждают человека создавать собственный бизнес, был проведен ряд качественных исследований. Были выделены следующие мотивы:

- ***Независимость.*** Например, женщины – основательницы фирм говорили о том, что главным мотивом к созданию собственного бизнеса, является именно обретение независимости. Другие исследования показывают, что для типа личности предпринимателя в большей мере характерна независимость, т.е. независимость как черта характера.
- ***Управление процессом.*** В данном контексте под управлением понимается желание предпринимателя участвовать как в проработке самой идеи, так и в ее реализации.
- ***Эгоизм.*** Было выяснено, что настоящий предприниматель очень сильно любит свою работу, ему нравится процесс создания и становления организации, он делает все для того, чтобы его организация приносила прибыль.

2. Предпринимательство глазами социолога

- **Подход со стороны спроса на предпринимательские услуги.** Ключевое понятие - *условия для предпринимательской активности.*
- **Подход со стороны предложения предпринимательских услуг.** Ключевое понятие - *предпринимательские возможности.*

Интеграция подходов через:

- учет социальной укорененности,
- популяционно-экологический подход,
- многоуровневый анализ (индивидуальный уровень – индивидуальный предприниматель или фирма, уровень анализа рынка, уровень анализа среды для развития предпринимательства)

Предпринимательство (М. Вебер, Й. Шумпетер)

- Предпринимательство - явление, связанное с ролевыми функциями и ожиданиями субъектов, влиянием семейного окружения и статусом, господствующим типом трудовой этики (М. Вебер)
- предпринимательство - реализация инновации (Й. Шумпетер)

Инновация, как социально-экономическая функция предпринимателя (Й.Шумпетер)

- Первым показал **роль инноваций в динамике экономического развития** и их связь с предпринимательством
- Инноватора отличает специфическая мотивация – самореализация путем экспансии, победы над соперниками, радость творчества, изобретательность, но не обязательно глубокий интеллект, сильная воля и развитая интуиция.
- Инноваторская функция предпринимателя – однажды найти новое решение и суметь его удачно коммерциализировать. Именно это и отличает его от профессионального изобретателя (ученого, инженера), которому доставляет удовольствие (и приносит некий доход) пионерная деятельность по генерированию новых решений.
- Только благодаря предпринимателям-инноваторам рыночная экономика покидает стационарную траекторию развития и может демонстрировать рост

Предпринимательские активы (Й.Шумпетер)

- Предприниматель постоянно внедряет инновации, поэтому он обладает низкой покупательской способностью и испытывает перманентную потребность в дополнительных активах.
- В качестве таких активов выступают:
- **Кредит.** Кредит увеличивает средства платежа и, тем самым, повышает покупательскую способность. Каждый кредит, выданный для внедрения нововведений, может рассматриваться как кредитование предпринимательства и элемент экономического развития.
- **Капитал.** «Капитал – это не что иное, как рычаг, при помощи которого предприниматель подчиняет своей воле ресурсы, в которых он нуждается. Это не что иное, как способ предписания товарам новых предназначений или средство диктовать производству новое направление». Иными словами, капитал – это совокупность ресурсов и активов, позволяющих предпринимателю внедрять инновации.

Исследовательские подходы в социологии:

- стадия жизненного пути
- социальные сети
- этническая принадлежность (по сути, конкретная форма социальной сети)
- популяционная экология

Наиболее широко изучаемые темы в социологии предпринимательства :

- стартовое предпринимательство (Одрич, Рейнольдс, Минитти и др.),
- этническое предпринимательство (Лайт, Портес и Уолдингер),
- влияние предпринимательства на региональное развитие и на ситуацию на рынке труда (Ач, Одрич, Стори, Кибл, Харви, Кокс, Кук и Амин и др.),
- предпринимательство как процесс – стратегии новых предпринимательских структур, возникновение организаций и т.п. (Карлэнд, Гартнер и др.),

Наиболее широко изучаемые темы в социологии предпринимательства :

- влияние окружающего социального контекста на предпринимательство (Байгрэйв, Кантер, Минтцберг, Уильямсон и др.),
- предпринимательство и роль предпринимательского открытия, инновации (Кастельс, Бреннер, Маклеод и Пек и др.),
- управленческие аспекты развития предпринимательства — роль авторитета, иерархии, централизованных и децентрализованных форм принятия решений (Йоханниссон, Пенг, Лампкин, Уэстхед и др.).

Базы данных по предпринимательству.

- ИСАРП - опрос 1624 российских предпринимателей.
- GEM (Global Entrepreneurship Monitor).
- Базы данных НИСИПП.
- Георейтинг ФОМ.

Значимость психологического и социологического походов

- Личностные качества предпринимателя оказывают влияние на его решение начать бизнес.
- При всей важности личных свойств и качеств, харизмы и навыков предпринимателя реализация им специфических экономических и социальных функций возможна только **в контексте определенных общественных условий и институтов** (рынок, банковская система, социокультурные традиции).
- Фокус внимания на предпринимательстве как социально обусловленном процессе позволяет понять, **как и почему реализуются предпринимательские начала**, заложенные в человеке.

3. Предпринимательство и предприниматель глазами экономиста

С экономической точки зрения, предприниматель:

- **владелец основных факторов производства**
- **инициатор их производительного использования для производства новых благ и услуг в условиях неопределенности и получения причитающейся прибыли**

Интерес к изучению предпринимательства в экономике.

- Со временем, того, кто осуществляет контроль за процессом производства в современном обществе, стали рассматривать в качестве эксплуататора, инициатора производства прибавочной стоимости, а функция предпринимателя была предана забвению.
- В результате даже в немарксистских направлениях экономической теории – и прежде всего в маржинализме – вплоть до 1970-х гг. фигура капиталиста (а вместе с тем и предпринимательство как экономическое явление) фактически уходит в тень.
- И только в последние 30 лет – в частности, под влиянием нефтяного кризиса (1973г.), обнажившего всю уязвимость экономики, основанной на господстве крупных корпораций, - возникает новый интерес к исследованию предпринимательства.

3. Предпринимательство и предприниматель глазами экономиста (Р. Кантильон)

- Термин «предприниматель» появляется в экономической литературе в книге банкира Ричарда Кантильона (1680-1734), изданной уже после его смерти в 1755г. под названием «Общие наблюдения о природе торговли».
- Под предпринимателем Кантильон понимал лицо, которое покупает по известной цене, чтобы затем продать по цене, которой он заранее не знает, а потому принимает на себя риск – в надежде на неопределенную прибыль. Таким образом, здесь предприниматель определяется через выполняемую им экономическую функцию.

3. Предпринимательство и предприниматель глазами экономиста (Ж.Б. Сей)

Ж.Б. Сэй (1767-1832) добавил: предприниматель – это лицо, которое использует:

- знания,
- суждения,
- управленческие навыки,
- лидерские качества,
- технические умения (для того, чтобы переместить экономические ресурсы из тех областей, где они используются с более низкой отдачей, в те, где они приносят более высокую отдачу, а соответственно и дополнительный доход).

У Сэя содержится различие между функцией предпринимателя как инноватора и его экономической функцией как капиталиста, собственника капитала – товарного, денежного, производительного

3. Предпринимательство и предприниматель глазами экономиста (Карл Маркс)

- Огромную роль в изучении экономической функции предпринимателя как капиталиста сыграли труды Карла Маркса, и прежде всего его «Капитал» (1-й том – 1867г.).
- **Предприниматель** выступает у него только в роли **инициатора производства прибавочной стоимости** как продукта неоплаченного труда наемных работников.

Двойственность товара (К.Маркс)

Ядром экономического учения Карла Маркса является двойственность товара:

- товар как потребительская ценность, удовлетворяющая определенные потребности,
- товар как ценность, выраженная в денежном эквиваленте.

В основе двойственности товара лежит двойственная природа овеществленного в нем труда

Двойственность прибыли (Ф.Энгельс)

Ф.Энгельсом была показана внутренняя двойственность такой базовой формы дохода капиталиста, как прибыль, в составе которой он выделил:

- предпринимательский доход (получаемый капиталистом как организатором производства прибавочной стоимости),
- процент на капитал (получаемый им же как собственником важнейших факторов производства).

Значимость экономического подхода.

- **Предпринимательство – важный источник экономического процветания.**
- **Предприниматель создает денежный оборот, привлекает инвесторов, платит налоги.**
- **Предпринимательство создает дополнительные рабочие места, инновационные продукты, повышает конкурентоспособность страны.**

4. Выводы:

- С точки зрения психолога, предприниматель – индивид, обладающий совокупностью личностных качеств, позволяющих ему быть успешным.
- С точки зрения социолога, предприниматель – индивид, обладающий социальным капиталом, необходимым для ведения бизнеса.
- С точки зрения экономиста, предприниматель – капиталист, индивид, обладающий доступом к средствам на ведение бизнеса -экономическому капиталу.

4. Выводы.

- С точки зрения психологии, предпринимательство – институт развития личностных качеств, необходимых для ведения бизнеса.
- С точки зрения социологии, предпринимательство – социально обусловленная деятельность по реализации инноваций.
- С точки зрения экономики, предпринимательство – деятельность по созданию экономической прибыли.

Спасибо за внимание!