

ЮРИЙ ПАЧКОВСКИЙ,

кандидат психологических наук, доцент кафедры социологии Львовского национального университета имени Ивана Франко

Предпринимательское поведение: теоретико-методологические аспекты

Abstract

In the article, sociological and psychological aspects of business behavior are considered as well as its mechanisms and structural components. From the theoretico-methodological point of view, three blocks of business behaviour regulation are singled out: an “objective-situational” block, an “active-behavioral” block, and an “interactional” block. In this context, business behavior is determined as purposeful subject’s reactions to a definite business situation which reflects in his actions (roles, strategies, functions) guided by a certain economic interest and directed to satisfaction of actualized needs.

Сегодня внимание ученых сосредоточено на выявлении объективных и субъективных факторов, влияющих на развитие предпринимательства [1], на выяснении гендерной специфики предпринимательства [2], на анализе реального поведения предпринимателей в конкретных условиях — основания собственного дела, банкротства и т.п. [3], на поисках эталонных действий и стратегий бизнеса [4]. Не менее актуальным является также теоретико-методологическое осмысление основ изучения этой сферы человеческой деятельности.

Предпринимательское поведение — это составляющая экономического поведения в целом, являющаяся реализацией основных свойств, которые описывает модель “homo economicus”. Такое поведение предполагает:

- наличие конкретной цели или идеализированного состояния, которого стремится достичь действующий субъект;

- осмысление субъектом выполняемой деятельности в соответствии с поставленной целью или целями;
- осуществление выбора наиболее выгодных альтернатив;
- рациональность действующего субъекта, наличие в его действиях обдумывания результатов поведения с точки зрения ее эффективности;
- обусловленность экономическими мотивами максимализации материальной выгоды и подчинения им интересов других;
- информированность о возможных путях удовлетворения своих потребностей [5].

Рациональность и целеустремленность экономического поведения выступает одним из решающих факторов в формировании целого ряда социальных структур и институций. Социальное измерение такого рода рациональных, целенаправленных действий, по Н.Смелзеру, предполагает в их структуре такие составляющие: 1) цель или ценности, которые формируют общие принципы управления действием; 2) регулирующие правила (нормы), влияющие на процесс достижения цели; 3) мобилизованные индивидуальные усилия; 4) использование субъектом ситуативных условий как способов достижения своих целей [6, с. 29].

Вместе с тем, для психологического понимания предпринимательского поведения необходимо учитывать, что человек не всегда действует рационально, с выгодой для себя. По этому поводу можно привести немало примеров: продавец уступает в цене покупателю, который оказался земляком; человек покупает вещь, которая ему приглянулась, хотя для этого ему недостает материальных возможностей, и т.п. Эти действия не вписываются в классическую модель “экономического человека”. Это подтверждается и эмпирическими исследованиями, отмечающими некоторую инертность в действиях экономических агентов (субъекты не реагируют на изменения в экономической жизни до тех пор, пока потребность в принятии нового решения не становится слишком очевидной), распространенность альтруистического поведения (отсутствие какой бы то ни было выгоды) при денежных расчетах и др. [7, с. 40]. Таким образом, в сфере экономических отношений следует учитывать психологические свойства субъекта, который руководствуется собственной логикой, имеет свою собственную рациональность, свою внутреннюю “экономику”.

В отличие от других разновидностей экономического поведения (производственного, потребительского, финансово-кредитного), предпринимательское поведение является наиболее рыночным по содержанию. Оно связано с созданием собственного дела, риском, стремлением к экономическому лидерству, деловой активностью, новаторством и т.п. Это творческий тип экономического поведения; в основе его — стремление человека достичь экономического успеха, самоутвердиться, раскрыть свой личностный потенциал. Такое понимание является определяющим и в теоретическом обосновании природы и назначения предпринимательства в обществе, и в раскрытии механизмов предпринимательской активности.

Анализ предпринимательской активности предполагает рассмотрение данного явления на уровне:

- 1) личностных факторов предпринимательства и побудительных мотивов к нему;

- 2) факторов внешней среды, оказывающих как непосредственное, так и опосредствованное влияние на проявления предпринимательской деятельности;
- 3) взаимодействия личностных и внешних факторов, проявляющихся в предпринимательском поведении.

Методология системного анализа предпринимательского поведения предполагает рассмотрение его структурных составляющих, которые придают ему упорядоченный характер. Важной составляющей, оказывающей детерминационное воздействие на поведение в экономической сфере, является конкретная ситуация предпринимательской активности. Предпринимательская ситуация формируется как результат взаимовлияния двух основных групп факторов (см. схему). Первая группа является сугубо внешней относительно действующего субъекта; это объективные условия, в которых реализуется предпринимательская деятельность, и требования (правила), в соответствии с которыми должны осуществляться соответствующие поведенческие реакции. Во временном измерении все это предшествует действиям субъекта и воспринимается им как объективная реальность, которую необходимо учитывать в дальнейшем. Предпринимательскую ситуацию формируют также различные социальные субъекты (индивид, социальная группа, организация и т.п.), отношения, сложившиеся в социокультурных системах, традиции, элементы культурного достояния, ценности и пр.



Схема. Модель регулирования предпринимательского поведения

Вторая группа факторов непосредственно связана с субъектом предпринимательской деятельности. Их действие обусловлено особенностями протекания функционально-эмоциональных состояний индивида, его психо-

логической готовностью действовать определенным образом, его опытом. В этом смысле указанные факторы характеризуют исходные потенциальные возможности субъекта, его способность адекватно оценивать ситуацию и собственные ресурсы.

В своем сочетании обе группы факторов формируют *объективно-ситуативный* контур предпринимательского поведения, требующий осознания субъектом значения ситуации, сложившейся в данный момент. Осознание ситуации предполагает такие процессы, как восприятие и оценка. Восприятие ситуации происходит на когнитивном (информационно-познавательном) уровне психического. Механизм субъективной оценки призван направить индивида на решение ряда дилемм. К таким дилеммам в первую очередь относится описание ситуации, построенное на оценке ее как “убыточной — прибыльной”, “выгодной — невыгодной”, “прогнозируемой — непрогнозируемой” и т.п. На основании восприятия и оценок у субъекта формируется общее отношение к ситуации. В этом процессе важную роль играют целевые социальные установки как относительно ситуации, так и относительно выполняемой деятельности в целом. В основе социальной установки лежит эмоционально-оценочное отношение человека к конкретным предметам, людям, событиям; знания и готовность действовать определенным образом. Готовность действовать по отношению к объекту — это собственно поведенческий компонент социальной установки. Социальные установки как компонент сознания помогают субъекту сориентироваться в ситуации, определить свои позиции, а в итоге сформировать отношение к процессам, происходящим во внешней среде.

Активный характер предпринимательскому поведению придают наличие, с одной стороны, актуализированной (неудовлетворенной) потребности, а с другой — возможность ее удовлетворения. Актуализированная потребность (или совокупность потребностей) вместе с экономическим (предпринимательским) интересом делает реагирование и поведение субъекта более сознательными и вместе с тем управляемыми. Указанные факторы (актуализированная потребность и интерес) являются составными частями системы регулирования предпринимательского поведения — начиная от реагирования на ситуацию и завершая конкретным поведенческим актом в пределах выполняемой деятельности. Прежде всего, это означает, что потребности служат основаниями мотивации. Анализ мотивов и потребностей, лежащих в их основе, дает ответы на вопросы о том, почему человек проявляет ту или иную активность, почему выбирает ту или иную деятельность, что, наконец, побуждает его к действиям.

Важной особенностью интересов является то, что в них присутствует элемент сравнения человека с человеком, одной социальной группы с другой. В них отражается социальный статус индивидов, что и обуславливает роль интересов как побудительных стимулов действия и движущих сил общественного развития.

Экономический интерес в его специфике по сравнению с потребностями и мотивами способствует более глубокому осознанию целей деятельности и по силе поведенческого импульса не уступает мотивационным побуждениям. При условии отсутствия противоречия между мотивами и интересами можно ожидать благоприятных предпосылок для устойчивости внимания и сосредоточенности субъекта на конечных результатах деятельности.

В отдельных случаях экономический интерес может выполнять функцию цели деятельности. Например, ожидание прибыли от вложенных в акцию средств (реализованный экономический интерес) при определенных обстоятельствах рассматривается субъектом как конечная цель собственной деятельности на рынке ценных бумаг. В целом же цель, как и мотив, — это сложная психологическая система, формирующаяся в процессе развития индивида. Каждая новая цель, которая усваивается и реализуется человеком, приводит к изменениям в его мотивационной сфере, создает предпосылки для постановки новых, более сложных целей.

В основе поведенческих проявлений лежит совокупность действий, придающая предметное (реальное) содержание установкам, потребностям, интересам субъекта. Выполнение действий является необходимым условием достижения поставленных целей, конкретного результата. Осознанную систему действий определяют понятием “деятельность”, которая рассматривается как сложное, системное явление, которое постоянно развивается и требует для его исследования междисциплинарных подходов и кооперации усилий гуманитарных наук [8, с.12].

Внешние проявления отдельного действия или совокупности действий субъекта составляют его поведение. Поведение, как и деятельность, — это две взаимосвязанные формы человеческой активности. В отличие от деятельности поведение прямо не подчинено наперед заданной цели, оно ситуативно. Деятельность также в определенной степени зависит от ситуации, однако имеет свойство подчинять себе ситуацию, влиять на нее, перестраивать ее. Поведение, по сравнению с деятельностью, несет на себе гораздо больший отпечаток личного. То есть поведение индивидуально, специфично для каждого человека [9, с.53].

Любое поведение воплощается не только в действиях, но и в стратегиях, ролях, функциях, которые берет на себя человек, реагируя на ту или иную жизненную ситуацию или требования деятельности.

Стратегия поведения — это доминирующее направление действий, избираемых субъектом исходя из сложившейся ситуации. Помимо ситуации, на поведенческую стратегию влияют возможности субъекта (материальные, интеллектуальные, коммуникативные), умение прогнозировать последствия возможных действий (интуиция), мотивационные ориентации и ожидания. Стратегия поведения предполагает обдумывание возможностей и выбор оптимальной альтернативы решения проблемной ситуации. В зависимости от реагирования на ситуацию возможны различные пути ее развития, а следовательно, и свои особые поведенческие ответы, характеризующие человека или группу людей.

Поведение как необходимое условие деятельности предполагает ролевые дифференциации. Роль — это способ поведения людей в зависимости от их социального статуса, позиции в группе, обществе. Обусловленная статусом и ситуацией роль, как правило, жестко детерминирована распределением полномочий и обязанностей в зависимости от должностной иерархии, знаний и умений, сложности решаемых задач. Для предпринимательского поведения статусные роли определяются отношениями типа “предприниматель — наемный работник”, “производитель — потребитель”, “предприниматель — клиент” и т.п. Другое дело, когда выполняемая (усвоенная) роль

является результатом межличностного взаимодействия. Диапазон таких ролей довольно широк.

Каждая роль — это, в определенном смысле, номинальное обозначение функции, реализуемой субъектом в процессе деятельности. В отличие от индивидуальной деятельности, условия общего труда детерминируют более глубокое структурирование распределения выполняемых ее участниками функций. При этом возрастают функциональные требования к руководителю. В частности, перед ним встает задача раскрыть личностный потенциал людей, выполняющих общую задачу. В отдельных случаях, характерных и для ситуации предпринимательства, можно наблюдать совмещение функций и ролей в одном лице. Такая ситуация наиболее типична для мелкого предпринимательства, когда предприниматель одновременно выполняет генерирующую, координационную и исполнительскую функции.

Деятельность как система действий и ее внешние поведенческие проявления образуют своеобразный контур регулирования предпринимательского поведения, который условно можно назвать *деятельностно-поведенческим*. Он занимает центральное место в предложенной нами схеме, поскольку по своему назначению призван заложить почву для предметной реализации актуализированных потребностей и экономических интересов субъекта предпринимательской деятельности.

Предпринимательское поведение является динамическим процессом. Динамичность предпринимательскому поведению придают разного рода взаимодействия, которые в совокупности формируют еще один контур его регулирования. На наш взгляд, такой контур *взаимодействия* служит тем интеграционным фактором, который дает возможность корректировать действия и поведение субъекта, а в итоге изменять исходные параметры ситуации. Взаимодействие обеспечивает обратную связь в системе «ситуация–деятельность–поведение», необходимую для ее самоорганизации и адаптации к изменяющимся внешним условиям.

Взаимодействия (межличностные, субъект-субъектные) придают поведению людей социальный характер. Таким образом происходит кооперирование индивидуальных усилий, привлечение и распределение материальных и интеллектуальных ресурсов, оптимизация ролевых композиций и путей реализации принятых решений, формируется совокупный фонд информации. Без регулирующих правил, ценностей, норм взаимодействия могут трансформироваться в противодействия. Поэтому регулятивные ограничения и правила поведения в экономической сфере особое значение приобретают в рамках деловой этики, которая с точки зрения моральных критериев оценивает, что хорошо и что плохо в отношениях между людьми, между отдельным человеком и обществом.

Приведенную схему можно применять для анализа экономического поведения в целом. Экономическое поведение — это понятие многогранное, не исчерпывающееся суммой отдельных поведенческих актов. Неотъемлемыми составляющими экономического поведения выступают предпринимательские действия людей. Реализуемые в предпринимательском поведении, они претерпевают регулирующее влияние многих факторов, связанных с социальной средой, ситуативными изменениями, личностными показателями субъектов деятельности и особенностями их взаимодействия.

Литература

1. Див.: *Злупко С.М., Стефанишин О.В., Швайка Л.А.* Підприємництво: основи, особливості, механізми. — Львів, 2000; *Пилипенко В.* Підприємництво в Україні: суб'єкти, цінності, економічна просвіта населення. — К., 1995; *Предприниматель Украины: эскизы к социальному портрету /* Отв.ред. В.М.Ворона, Е.И.Суименко. — К., 1995.
2. *Иващенко О.В.* Про розвиток жіночого підприємництва в Україні // *Філософська і соціологічна думка.* — 1994. — №1–2. — С.251–252.
3. Див.: *Кононов И.Ф., Адаменко Е.В., Ваховский Л.Ф., Панченко Л.Ф.* Предпринимательство Луганщины: становление в условиях общественного кризиса. — Луганск, 1995; *Сірий Є.В., Фареник С.А.* Соціологія підприємництва. — К., 2000; *Хижняк Л.М.* Организация собственного дела как жизненная перспектива // *Харьковские социологические чтения.* — X., 1995.
4. *Пачковський Ю.Ф.* Соціопсихологія підприємницької діяльності і поведінки. — Львів, 2000. — С.196–204.
5. Див.: *Глущенко Е.В., Катцов А.И., Тихонравов Ю.В.* Основы предпринимательства. — М., 1996. — С.286; *Эрроу К.* Информация и экономическое поведение // *Вопросы экономики.* — 1995. — № 5. — С.98; *Тамбовцев В.Л.* Опыт эмпирического исследования экономического поведения // *Вестник Московского университета. Сер. экон.* — 1994. — № 3. — С.46.
6. Див.: *Наумова Н.Ф.* Социологические и психологические аспекты целенаправленного поведения. — М., 1998.
7. *Малахов С.В.* “Экономический человек” и рациональность экономической деятельности // *Психологический журнал.* — 1990. — № 6.
8. *Давыдов В.В.* Нерешенные проблемы теории деятельности // *Психологический журнал.* — 1992. — № 2.
9. *Никифоров А.Л.* Деятельность, поведение, творчество // *Деятельность: теории, методология, проблемы.* — М., 1990.