

Г.А. КОНИНАБайкальский государственный университет
экономики и права
г. Иркутск
Gal_k_a_@mail.ru**ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНО-
ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК
ЛИЧНОСТИ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ.
ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ****G.A. Konina**

Baikal State University of Economics and Law, Irkutsk

**THEORETICAL ANALYSIS OF THE SOCIO-PSYCHOLOGICAL CHARACTERISTICS
OF THE INDIVIDUAL SOCIAL ENTREPRENEUR. INTERNATIONAL EXPERIENCE**

Аннотация: Статья посвящена анализу социального предпринимательства и социально-психологических характеристик личности социального предпринимателя, как феномену современного общества. Подробно рассматриваются подходы зарубежных исследователей в изучении данного вопроса. Ставится проблема недостаточного изучения социально-психологических характеристик личности социального предпринимателя в России. Научная новизна заключается в конкретизации и развитии представлений о взаимосвязи и взаимодействии экономических и социально-психологических явлений. Основная задача данной работы: выявление профессиональных и личностных качеств, выступающих условиями эффективной социально-предпринимательской деятельности и ее социальных результатов исходя из анализа теоретического материала.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, социальный предприниматель, социально-психологические характеристики личности, мотивация, локус контроля, отношение к риску, самооффективность, антропологический подход.

Annotation: This article analyzes the social entrepreneurship and social-psychological characteristics of the individual social entrepreneur, as a phenomenon of modern society. Detail the approaches of foreign researchers in the study of the issue. We pose the problem of inadequate study of the socio-psychological characteristics of the individual social entrepreneur in Russia. Scientific novelty lies in the specification and development of ideas about the relationship and interaction of economic and socio-psychological phenomena. The main objective of this work: identification of professional and personal qualities, acting conditions effective social entrepreneurship and social outcomes based on analysis of theoretical material.

Keywords: social entrepreneurship, social entrepreneur, social and psychological characteristics of personality, motivation, locus of control, risk attitudes, self-efficacy, an anthropological approach.

Понятие предпринимательства занимает мысли учёных всего мира уже не один десяток лет и имеет не только экономическое (производство товаров и услуг с целью получения прибыли), но и психологическое содержание. [6, с. 135-136]. Однако в последнее время

в мировом сообществе возник и активно стал развиваться, и изучаться феномен социального предпринимательства. Согласно наиболее общему определению, социальное предпринимательство – это инновационная, новаторская деятельность, изначально направленная на

решение или смягчение социальных проблем общества на условиях самокупаемости и устойчивости [2].

Оно находится на стыке традиционного предпринимательства и благотворительности. В частности, социальное предпринимательство берет от благотворительности социальную направленность деятельности, а от бизнеса – предпринимательский подход [3].

Деятельность социального предпринимателя удивительна, как с экономической, так и с психологической точки зрения. Ведь при создании предприятия социальный предприниматель проходит тот же путь, что и коммерческий предприниматель: изучение проблемы, идея, коммерческая модель, изучение рынка, разработка прототипа продукта (концепции услуги), поиск партнеров, поиск финансирования, разработка бизнес-плана, регистрация предприятия и начало деятельности. Отличие заключается в том, что для социального предпринимателя целью создания бизнеса является не извлечение прибыли, а решение социальной проблемы, и он готов значительную часть прибыли реинвестировать в предприятие [7]. Проблема деятельности русского социального предпринимателя и его социально-психологических характеристик крайне мало изучена. Социальный предприниматель в России готов идти на риск в условиях неопределенности и преодолевать такие экономические трудности, как: слабая поддержка малого бизнеса со стороны государства; недостаточное информирование о существующих программах поддержки социального предпринимательства; административные барьеры; коррупция; система налогообложения; работа в условиях жесткой конкуренции и т.д. Он готов проявлять инициативу и целенаправленную активность до того, как будут известны результаты деятельности, не имея, при этом, основной целью получение собственной выгоды через материальную прибыль [1].

Таким образом, мы видим, что социальное предпринимательство есть особый вид социально-экономической деятельности человека, предполагающей наличие у ее субъекта особых социально-психологических качеств.

Начиная с работ Й. Шумпетера (австрийского и американского учёного) в литературе делаются попытки определения предпринимателя не просто как субъекта особого вида экономической деятельности, но как человека особого психологического типа, отличительные свойства которого могут проявляться и рассматриваться безотносительно к содержанию выполняемой им экономической функции [11, с. 74].

Эта идея послужила мощным толчком к проведению психологических исследований, основной целью

которых явился поиск тех специфических качеств, которые побуждают человека к социально-предпринимательской деятельности и обеспечивают эффективное выполнение социально-предпринимательских функций [1].

Американский психолог Дэвид Макклеланд, развивая теоретические идеи и эмпирические подходы исследований мотивации достижения Мюррея, провел серию экспериментов, объектами которых выступали как студенты учебных заведений, так и предприниматели малого бизнеса. Этот опыт явился одной из первых серьезных попыток использования теории и методов психологической науки при анализе и решении проблем экономического развития [9]. Основная идея Макклеланда заключалась в том, что отличительной психологической особенностью предпринимателей малого бизнеса является более высокий уровень мотивации достижения, которую он определял как соревнование с некими существующими стандартами. После длительной серии лабораторных экспериментов Макклеланд и его сотрудники (Д. Аткинсон, Д. Винтер) пришли к выводу о том, что индивиды с высоким уровнем мотивации достижения вели себя как успешные, рациональные предприниматели. Они устанавливали для себя средний уровень трудности задач и стремились к достижению максимального успеха в их решении.

Кроме того, для них были характерны: позитивное отношение к ситуации достижения; стремление к решению интересных, достаточно сложных, но реально выполнимых задач; уверенность в успешном решении задачи; высокая настойчивость в достижении поставленной цели; стремление к разумному риску и отсутствие интереса к сверхсложным и очень простым задачам; интерес к ситуации соревнования с другими индивидами и активный поиск информации о своих результатах; проявление активности, решительности и ответственности за результат в неопределенных ситуациях; повышение уровня притязаний при достижении успеха и его снижение при неудаче. На основе полученных результатов Макклеланд выдвинул гипотезу о том, что люди, достигшие успехов в бизнесе, имеют более высокую потребность в достижении успеха, чем профессионалы – не предприниматели [6, с. 136-137].

Результаты эмпирических исследований, проведенных в ряде стран, подтвердили это предположение. По мнению многих современных зарубежных исследователей, отличительной особенностью успешных социальных предпринимателей является выраженное преобладание мотивации достижения успеха над мотивацией избегания неудач [1].

Исследователи социального предпринимательства Ж. Дефурни и М. Ниссенс для изучения социально-психологических особенностей личности социального предпринимателя предложили оценивать уровень экстернальности-интернальности с помощью специально разработанного опросника, Дж. Роттера. Их исследования показали, что преобладание экстернального локуса контроля чаще сочетается с такими качествами как конформность, т.е. уступчивое, зависимое поведение, неуверенность в себе, тревожность. Люди с преобладанием интернальности отличаются более высокой активностью, независимостью и самостоятельностью, они более уверены в себе, имеют более высокую самооценку и проявляют более высокую ответственность за свое поведение. Результаты исследований подтвердили также связь интернальности с мотивацией достижения успеха. Эти данные легли в основу гипотезы о том, что социальные предприниматели характеризуются более высоким уровнем интернальности, чем профессионалы-непредприниматели, например, менеджеры [4, с. 14].

Социально-экономическая деятельность в условиях неопределенности и риска является одной из отличительных особенностей социально-предпринимательской деятельности, поэтому изучению отношения социальных предпринимателей к риску посвящено значительное число зарубежных психологических исследований. Для изучения отношения предпринимателей к риску Эмерсон использовал методику конкретных ситуаций Когана-Уоллача и сделал вывод о том, что более успешные социальные предприниматели характеризуются предпочтением умеренного риска [12, с. 101].

Анализируя результаты этого и других исследований отношения предпринимателей к риску, Г. Хантел отмечает, что при исследовании отношения к риску нельзя ограничиваться объективно заданными характеристиками рискованности ситуации (вероятность успеха или проигрыша), необходимо учитывать особенности восприятия и оценки степени риска самими субъектами, т.е. предпринимателями. Эта субъективная оценка во многом зависит от их субъективной оценки благоприятности условий и собственных возможностей достижения успеха. При высокой оценке собственных способностей и усилий предприниматель может субъективно оценивать ситуацию для себя как менее рискованную, чем она представляется внешнему наблюдателю или исследователю [9, с. 91].

В последние годы зарубежные исследования социального предпринимательства характеризуются интересным смещением направления научного поиска с

изучения предпринимательского стремления к независимости, автономности или финансовой независимости на объект позитивной психологической установки по отношению к себе и миру. Конечно, нет смысла отрицать важность знания, компетентности, профессионализма, целеустремленности, но именно позитивная психология, может являться той детерминантой, которая приводит социального предпринимателя к успеху. Надежда, оптимизм, уверенность в будущем, высокая самооценочность, способность к быстрому восстановлению после неудач являются основными кирпичиками для построения позитивной психологии [5, с. 3].

Со времён Альберта Бандуры высокая самооценочность воспринималась как необходимость при решении сложных комплексных задач. Работы современных исследователей Р. Чавеса и Ф. Монко показали связь между принятием решения о предпринимательской карьере и степенью выраженности самооценочности индивида. Успешные предприниматели имеют устойчиво высокий уровень самооценочности и, кроме того, есть данные, показывающие корреляцию уровня самооценочности с уровнем дохода [10, с.17].

Интересными представляются исследования феномена надежды. Таких исследований пока мало, но они показывают на существующую связь между уровнем надежды и удовлетворением от управления своим бизнесом. Надежда, также, может служить хорошим индикатором оценивания важности собственных целей, возможных шансов на успех и готовности воплощать свои намерения [5, с. 4].

Другим интересным направлением исследования социального предпринимательства является антропологический подход, изучающий этническую идентичность как форму социального капитала, поддерживающую социальных предпринимателей-представителей малых национальностей или мигрантов для открытия бизнеса и завоевания рынка [10]. Исследование социального предпринимательства внутри этнических меньшинств представляют большой интерес в связи со всё увеличивающимся потоком мигрантов, например, из стран Азии и Африки в страны развитой экономики. Данные свидетельствуют о том, что даже сталкиваясь со значительными трудностями при организации и ведении социального бизнеса, мигрантский бизнес является достаточно устойчивым благодаря возможности опираться на развитые этнические социальные сети, не говоря уже о сильных взаимопомогающих семейных и родственных узах, базовых для укладов жизни, характерных для восточных культур [8, с. 18]

Изучение автономии, инновативности, склонности

к риску, соревновательной агрессивности и предусмотрительности является особым направлением исследований в психологии социального предпринимательства [9]. Это, прежде всего, говорит о том, что вопрос о психологических отличиях социальных предпринимателей от не предпринимателей остаётся открытым, как и вопрос о том, являются ли эти психологические черты стабильными или меняющимися во времени. Кроме того, учёные доказали, что психологический портрет крупного предпринимателя отличается от психологического портрета социального предпринимателя [10]. Это приводит к необходимости дифференциации типов предпринимателей внутри этой социальной группы в зависимости от психологических характеристик, значимых для роста бизнеса. Важным направлением исследований в этой области является изучение мотивации к предпринимательской деятельности.

В заключении хотелось бы отметить, что социальное предпринимательство это поле пересечения личности и возможностей и поэтому область исследований, посвященная взаимосвязи черт личности и успешности выявления и использования новых возможностей, продолжает представлять интерес. Изучение применяемых социальными предпринимателями когнитивных механизмов, используемых ими для деятельности в условиях неопределённости, по-прежнему остаётся актуальной и не раскрытой до конца проблемой. Особенно данная проблема актуальна для России, так как феномен социального предпринимательства в целом и социально-психологических особенностей личности социального предпринимателя в нашей стране ещё мало изучен. Мы надеемся, что данная работа станет одним из вкладов в развитие социального предпринимательства в России и даст нам возможность продолжить исследование психологии социальных предпринимателей.

Библиографический список

1. Аларичева М.А., Албутова А.И., Васина (Зайцева) М.Н., Лыткина Т.С., Московская А.А. Социальное предпринимательство в России и в мире: Практика и исследования / рук. авт. колл. А. Московская. – М.: ГУ ВШЭ. – 2012. – URL: http://modernlib.ru/books/kollektiv_avtorov/
2. Википедия – свободная энциклопедия (сайт) URL: <http://ru.wikipedia.org>
3. Трофимова Е.Л., Данильчук Т.И. Проблемы адаптации новых сотрудников в системе управления персоналом на малых предприятиях общественного питания // Известия Иркутской государственной экономической академии (Электронный журнал). 2013. №2.
4. Виталина М., Московская А., Тарадина Л. Обзор опыта и концепций социального предпринимательства с учетом возможностей его применения в современной России / рук. авт. колл. А. Московская. – М.: ГУ ВШЭ. – 2008. – URL: https://www.hse.ru/data/2010/05/04/1216403244/WPI_2008_02.pdf
5. Дефурни Ж. и Ниссенс М. Социальное предприятие в Европе: последние тенденции и изменения / Ж. Дефурни, М. Ниссенс // EMES WP. – 2008. – № 08/01. – С. 14.
6. Дженсен С. Лутанс Ф. Связь между психологической капитала предпринимателей и их подлинному лидерству / С. Дженсен, Ф. Лутанс // Журнал управленческие вопросы. – 2006. – № 43(1) – С. 3-4.
7. Менеджмент социальной работы: Учеб. пособие для студ. Высш. Учеб. заведений /Под ред. Е.И. Комарова и А. И. Войтеко. – М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС. – 1999. – 350с.
8. НКО – законы развития (сайт) URL: <http://nkozakon.ru/o-sotsial-nom-predprinimatelstve/>
9. Порт А., Луис Э. Халлер У. Иммигранты. Регистрация и социокультурная транснационализация. Международная миграция / А. Порт, Э. Луис, У. Халлер // Журнал управленческие вопросы. – 2006. – С. 18.
10. Трофимова Е.Л. Прикладное исследование личности предпринимателей с целью совершенствования их профессионального обучения / Е.Л. Трофимова // Актуальные проблемы этнопсихологии в контексте культурно-экономического сотрудничества со странами АТР: сборник научных статей международной научно-практ. конференции – Хабаровск: Изд-во ДВГУПС. – 2011. – С.20.
11. Трофимова Е.Л. Формирование в процессе профессионального обучения личностных особенностей необходимых для предпринимательской деятельности / Е.Л. Трофимова // Материалы международной научно-практической конференции. – СПб.: СПб. гос. ун-т экономики и финансов. – 2010. – С.8.
12. Хантел Г. Руководство революцией. / Г. Хантел. – Бостон: Гарвардская Бизнес Школа: Прогресс, 2000. – С.91.
13. Чавес Р., Монко Ф. Социальная экономика в Европейском Союзе / Р. Чавес, Ф. Монко – CIRIEC: ЕЭСК, 2005. – С.17.
14. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер. – М.: Прогресс, 1992, С.74
15. Эмерсон Е. Новые Социальные предприниматели: успех, вызов и уроки некоммерческого предпринимательства / Е. Эмерсон. – Фонд Робертса.: Фонд экономического развития, 1996. – С.101.