
ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Пономарёв Олег Борисович,

кандидат экономических наук, доцент кафедры торгового дела
Калининградского государственного технического университета,
доцент; td-semia@mail.ru

Рассматривая основные положения современной теории предпринимательства, уточняются характеристики предпринимательства и определение предпринимателя. Предлагается модель жизненного цикла предпринимателя, имеющая графическую интерпретацию.

Ключевые слова: предприниматель, предпринимательская деятельность, теория, мотивы, свобода, жизненный цикл.

Сегодня в распоряжении учёных и практикующих экономистов имеется довольно развитая теория предпринимательства, опираясь на которую можно заниматься регулированием предпринимательской деятельности. Из этой теории следует, что экономика любой страны, использующей рыночный механизм хозяйствования, немислима без предпринимателя и предпринимательской деятельности – она вызвана естественным стремлением человечества к разделению труда. Основная сфера реализации предпринимательских интересов была, есть и будет торговля как внутри страны, так и за её пределами.

Интересы крупных предпринимателей или групп предпринимателей должны быть защищены, в том числе и за счёт государства. Поэтому на ранней стадии развития предпринимательства в форме международной торговли возникло целое учение о главной роли торговли в становлении богатства в стране – меркантилизм. Под влиянием этого учения многие государства направляли свои усилия на завоевание новых рынков для торговли и защиты уже существующих рынков от притязания на них предпринимателей других стран. Из-за конфликта крупных предпринимательских интересов возникали кризисы в межгосударственных отношениях и войны.

Предприниматель стремится к максимизации прибыли от своей деятельности – это его главное отличие от множества других участников рынка, которые также не прочь получить дополнительные выгоды, но не ставят это своей основной целью. Для получения прибыли предприниматель использует ресурсы – наёмный труд и заёмный капитал. Организация производства с

использованием этих двух основных факторов и позволяет предпринимателю получить доходы, из которых он оплачивает наёмный труд и возвращает заёмный капитал капиталистам, оставив полученную прибыль в своём распоряжении как плату за предпринимательскую деятельность.

Для того чтобы осуществить любую предпринимательскую деятельность, он должен уметь принимать самостоятельные решения в сфере хозяйства на свой страх и риск, знать технологии производства, обладать талантом руководителя, знать конъюнктуру рынка, владеть основами учёта и аудита, быть в состоянии «держать удар» в случае неудачи, быть способным понимать, к чему приведут те или иные новшества.

Именно предпринимательская инициатива, стремление предпринимателя максимизировать прибыль выступают тем фактором, который выводит экономику страны из кризисного состояния – предприниматель методом проб и ошибок находит те сегменты рынка, работа на которых начинает приносить ему наибольшие прибыли, и он концентрирует свои усилия на нём. За таким предпринимателем, получающим максимальные прибыли от какого-либо бизнеса, устремляются другие предприниматели. Экономика начинает оживать и выходит из кризиса. Впрочем, неправильная оценка прибыльности той или иной деятельности со стороны предпринимателей является и причиной того, что начинают закрываться производства и наступает экономический кризис – стихия предпринимательской деятельности является причиной циклического развития рыночной экономики.

Предпринимателем обеспечивается относительно сбалансированное развитие отраслей и автоматический переток капиталов из одних отраслей, находящихся в малорентабельной сфере, в другие отрасли с высокорентабельной деятельностью. Предприниматели тем самым поддерживают в среднем относительно стабильный и гармоничный характер развития экономики страны в целом.

Одним из устремлений предпринимателя, помимо стремления к максимальным прибылям, является желание за счёт бизнеса и доходов занять более высокое положение на социальной лестнице, ведь большая часть предпринимателей происходит из «низов общества». Чаще всего дело, созданное предпринимателем, по наследству достаётся его потомкам. А эти потомки, обладая по праву рождения значительным богатством и определённым социальным статусом в обществе, не стремятся к существенному увеличению полученного по наследству производства или своего социального статуса. Поэтому они просто занимаются продолжением бизнеса – администрированием, – в условиях относительной стабильности без риска и напора, характерного в бизнесе для предка. Поэтому следует различать предпринимателей и бизнесменов – последние ведут дело, стремятся к стабильности и спокойствию, их устраивает окружение и собственное положение в обществе.

Важным условием существования предпринимателя и осуществления

предпринимательской деятельности является свобода – свобода в экономических отношениях и свобода личности. В несвободных странах предпринимательство развивается ущербно.

Другим условием активизации предпринимательской активности является рост уровня знаний в обществе, вложения средств государства в развитие человеческого капитала способствуют проявлению предпринимательской активности в обществе.

Конкуренция – главное условие эффективности предпринимательской деятельности. Без конкуренции не может развиваться предпринимательство. При этом каждый предприниматель стремится занять монопольное положение на рынке. Источниками такого монопольного положения могут быть:

- неопределённость окружающей среды, создающей условия для принятия решений в условиях риска;
- неполное информирование других участников рынка о ситуации на нём;
- устранение конкурентов законными и незаконными методами;
- разнообразные новшества (инновации): открытие новых географических рынков, открытие новых потребностей и производство товаров для их удовлетворения, новые технологии, позволяющие сократить издержки производства и занять лидирующие позиции на рынке, и т.п.

Социальная и психологическая науки, занимавшиеся изучением феномена предпринимателя, отмечают у него, прежде всего, то, что он – маргинал – индивид, находящийся на стыке культур, утративший своё старое социальное положение, но не получивший ещё нового. Предпринимательская деятельность – это канал вертикальной восходящей мобильности, позволяющий изменить своё социальное положение. Для подтверждения своего высокого социального статуса, который был достигнут предпринимателем, он начинает вкладывать собственные средства в развитие культуры и искусства, а представители последних начинают трансформировать свою деятельность, подстраиваясь под вкусы заказчика. Так, предприниматели трансформируют культурные ценности общества.

Предприниматели получают своё вознаграждение как разницу между выручкой и затратами на бизнес. Важным элементом затрат являются затраты на труд наёмных работников. Поэтому предприниматель вносит в социальную систему государств напряжённость – он стремится «урезать» заработную плату, чтобы таким образом увеличить свой доход. Эта «жадность» предпринимателя создаёт социальные конфликты, которые могут приводить и приводят к открытому противостоянию между классами, в том числе бунты, забастовки и революции.

Специфика предпринимательской деятельности в рамках любого общества определяется характером локальной хозяйственной системы. Поэтому необходимо говорить не о единой мировой экономике, а о совокупности уникальных экономик, находящихся во взаимодействии и взаимовлиянии посредством предпринимательской активности.

К настоящему времени сформировался новый тип предпринимателя, который стремится к бесконечному накоплению капитала за счёт монополизации сфер обмена с помощью политических инструментов. Поэтому предприниматели активно влияют на государственную политику и на правительства.

К концу XX века капиталистическая мир-экономика поглотила весь мир. Он теперь состоит из ядра (где происходит концентрация капитала), полупериферии (где существуют субъекты и силы, реализующие захват новых территорий для капитала) и периферии (пространство неэквивалентного обмена – экономически слаборазвитые страны, Россия, например). В зависимости от положения страны в том или ином уровне капиталистической мир-экономики, определяется характер и специфика предпринимательской деятельности на её территории.

Предприниматели соответствуют типу социального характера своей эпохи и своего общества. В разных обществах и в разные периоды времени набор черт делового человека меняется. Поведение предпринимателей не рационально и, строго говоря, не направлено на максимизацию полезности, поскольку он не в состоянии воспринять и правильно переработать всю имеющуюся в его распоряжении информацию. Именно хаос окружающей среды формирует ряд ограничений, которые не позволяют предпринимателям принимать рациональные решения. Впрочем, многие предприниматели стремятся к созданию этого хаоса. В таких условиях стремление к максимуму прибыли выступает только «компасом», ориентиром для предпринимателя, большая часть решений которого всё же далека от заданного оптимума.

Предприниматели обладают специфической мотивационной системой – мотивацией достижения. Наряду с мотивацией достижения, предпринимателям свойственна мотивация избегания неудач. Успешные предприниматели характеризуются стремлением к умеренному риску. Чем выше самооценка предпринимателя, тем выше вероятность того, что он примет участие в сделке с более высокой степенью риска. Если самооценка низкая, то он будет стремиться к ситуациям минимального риска.

Основные черты психики предпринимателя формируются в детстве. Будущие предприниматели ощущают более высокую степень контроля со стороны своих родителей и отторжение, особенно со стороны отца. Именно эти два фактора определяют психотип антрепренёра: внезапность, спонтанность, кратковременность, импульсивность и авантюристичность. Предприниматель стремится контролировать окружающий мир посредством его организации в виде некоего предприятия. Кроме того, предприниматели отвергают авторитеты и устоявшиеся в обществе нормы. Все это – проявление компенсаторного механизма психики на контроль и отвержение в детстве.

На основе этих знаний можно теперь определить понятие «предприниматель». Простое перечисление свойств предпринимателя, как это делается в большей части учебников и монографий, не есть лучший способ определе-

ния этого понятия. Конечно, предпринимателю характерны все те свойства, которые приводят экономика, социология и психология:

Предприниматель – это бизнесмен:

- 1) *стремящийся к личному обогащению* (а кто этого не хочет?);
- 2) *осуществляющий хозяйственную деятельность в условиях риска и неопределённости* (но эти условия – объективные условия в экономике!);
- 3) *способный принимать решения, соответствующие имеющимся знаниям, навыкам и умениям*, т.е. человеческому капиталу (Брежнев тоже принимал такие решения);
- 4) *стремящийся спровоцировать нестабильность на рынке с целью получения прибыли* (исследования психологов показали, что подавляющее большинство предпринимателей избегает нестабильности);
- 5) *стремящийся к монополизации рынка за счёт инноваций* (инновации внедрялись и в СССР, который не был государством с предпринимательской деятельностью).

Образ и характеристики предпринимателя понятны, но, как видно, они всё же не отличают его от группы других лиц, участвующих в хозяйственной деятельности. Это вызвано тем, что нет того самого связующего и систематизирующего свойства, которое объединяет все эти свойства и даёт возможность принципиального отличия предпринимателя от других участников хозяйственного процесса.

Понятно, что далеко не каждый человек может быть предпринимателем, как, например, не каждый может быть руководителем организации или быть высококвалифицированным токарем. Поэтому, определяя предпринимателя, следует выделить те его свойства, которые и отличают его от других людей. У музыканта – это слух, у спортсмена – физические данные, у художника – чувство цвета и пропорций. Здесь отличительные черты легко определяются. Несколько сложнее обстоит с определением экономических особенностей индивидуума. Склонности к тому или иному виду труда (а здесь мы будем придерживаться смитовской трактовки экономических процессов) сложно оцениваются. Это – внутренние характеристики, которые могут быть выявлены, а могут навсегда оставаться скрытыми. История знает тысячи случаев, когда занятый другим делом человек вдруг становится предпринимателем. Приведём только один пример – Никола Тесла, сербский изобретатель в области электротехники и радиотехники, инженер и физик. После того как Тесла переехал из Европы в Америку, он неоднократно реализовывал собственные предпринимательские проекты, правда, менее успешные, чем проекты другого изобретателя и предпринимателя – Томаса Эдисона.

Решить эту задачу можно, рассматривая мотивы, которые превращают музыканта, спортсмена или высококвалифицированного рабочего в предпринимателя. Через выявление этих мотивов удастся определить отличительные черты предпринимателя и тогда понять, наконец, кто же это – предприниматель, которому характерны свойства новатора, организатора

и риск-менеджера. Ключом к выявлению этих мотивов является очевидное свойство предпринимателя – стремление к максимизации собственных доходов. Каждый человек стремится к этому, но побудительные мотивы такого стремления различны. В экономике, основанной на денежном обмене, большое количество денег открывает большие возможности для удовлетворения многообразных человеческих потребностей. Поэтому стремление зарабатывать можно рассматривать и через призму потребностей, которые удовлетворяются с помощью денег.

Тогда очевидно присущее предпринимателю стремление к максимизации своих доходов следует рассматривать не как самоцель (деньги ради денег), а как стремление к удовлетворению некоторых внутренних потребностей, ради чего для предпринимателя «нет такого преступления, на которое он не рискнул бы, хотя бы под страхом виселицы» [1, с. 770]. Что же это за потребности? Психологи указывают на стремление продвинуться вверх по социальной лестнице, но зачастую мы встречаемся с ситуациями, когда предприниматель не покидает свою социальную платформу, поэтому случаи движения по социальной лестнице следует рассматривать как побочный результат действия пока что скрытого механизма.

Воспользуемся для детализации этого процесса теорией мотивации А. Маслоу, выдающегося психолога XX в. Разработанная им теория мотивации (опубликованная в 1954 г. в книге «Мотивация и личность») позволила создать фундаментальную классификацию мотивов, принципиально отличную от ранее существовавших. В теории мотивации Маслоу изучается поведение человека, как представителя социума – то, что психологами рассматривается как недостаток, в нашем случае является преимуществом, поскольку экономика рассматривает не отдельного потребителя, а группу потребителей.

А. Маслоу выделил базовые потребности, присущие любому человеку, расположенные в такой иерархической последовательности [2, с. 77-96]:

- 1) физиологические потребности;
- 2) потребность в безопасности;
- 3) потребность в принадлежности и любви;
- 4) потребность в признании;
- 5) потребность в самоактуализации;
- 6) потребность в познании и понимании;
- 7) эстетические потребности.

Последующие интерпретаторы теории А. Маслоу свели указанные потребности к пяти. Конечно, у каждого конкретного человека имеется собственная система и иерархия предпочтений, поэтому можно спорить о том, в какой последовательности находятся выявленные А. Маслоу иерархические потребности, как они замещаются, но это – дело психологов. Нас интересует другой аспект проблемы, а именно то обстоятельство, что при удовлетворе-

нии одной потребности человек обращает своё внимание на удовлетворение следующей потребности. То есть его отношение к товару меняется в зависимости от степени удовлетворения потребностей, которое осуществляет данный товар. Каким образом и за счёт чего удовлетворяются те или иные потребности? Очевидно, что за счёт тех средств, которые человек готов отдать за приобретение товара, данную потребность удовлетворяющую, то есть за счёт собственного дохода.

Действительно, индивидум, не обладающий никаким доходом, оказывается не в состоянии удовлетворить на рынке ни одну из имеющихся у него потребностей – товар должен быть куплен (обменён на деньги или другой товар). Как только у него появляется какой-либо доход (в денежной или натуральной форме), он сразу получает возможность удовлетворить частично или полностью любую свою потребность и, естественно, удовлетворяет наиболее значимую для него в данный момент потребность. Если данная потребность полностью удовлетворена, а у индивидуума продолжает увеличиваться доход, он начинает удовлетворять следующую потребность за счёт тех средств, которые находятся в его распоряжении. Именно об этом и писал Абрахам Маслоу: «...человек и действительно живёт одним лишь хлебом, но только тогда, когда у него нет этого хлеба. Но что происходит с его желаниями, когда у него вдоволь хлеба, когда он сыт, когда его желудок не требует пищи? А происходит вот что – у человека тут же обнаруживаются другие (более высокие) потребности, и уже эти потребности овладевают его сознанием, занимая место физического голода. Стоит ему удовлетворить эти потребности, их место тут же занимают новые (ещё более высокие) потребности, и так далее до бесконечности» [2, с. 81].

В данной динамике А.Маслоу абстрагировался от того, как осуществляется удовлетворение потребностей, за счёт чего именно. Если в описание этой динамики добавить ещё способ удовлетворения потребностей – доход, – будет получена весьма содержательная модель поведения человека в рыночной экономике [3].

Что же становится с теми потребностями, которые уже удовлетворены? Маслоу, в частности, утверждал, что «потребность, после того, как она удовлетворена, уже не может влиять на поведение человека, не может определять и организовывать его. Я близок к тому, чтобы сделать ещё более сильное заявление, я почти готов утверждать, что человек, удовлетворив свою базовую потребность, будь то потребность в любви, в безопасности или в самоуважении, лишается её...» [2, с. 103].

Последнее заявление действительно очень сильное и может быть признано верным только в том случае, когда потребность не является постоянно действующей, связанной с самим фактом существования человека. Действительно, потребность в хлебе, удовлетворённая однажды при приёме пищи, возникнет через некоторое время вновь, по мере наступления чувства голода. Другое дело, что само чувство голода в зависимости от дохода инди-

видуума может быть удовлетворено, например, только хлебом с солью и водой или лососем, припущенном в белом вине, и кусочком хлеба. И в том, и в другом наборе присутствует хлеб в качестве предмета, удовлетворяющего потребность в пище, но объёмы потребления хлеба в этих двух случаях отличаются в несколько раз. Если же потребность не является постоянно возникающей и, однажды удовлетворённая, она больше не является мотивационной, то в данном случае следует согласиться со словами А. Маслоу.

При росте дохода человека у него появляются возможности для постепенного удовлетворения уже имеющихся потребностей и последовательного выявления новых (более высоких) потребностей, которые занимают место удовлетворённых. При удовлетворении этих новых потребностей (с ростом дохода) их место тут же занимают новые ещё более высокие потребности и так далее. Совокупность потребностей человека на самом деле ограничена только снизу – при удовлетворении потребностей низшего уровня у человека появляются новые возможности и новые потребности, о которых он и не подозревал.

Поскольку эта модель является наиболее общей, то, следуя ей, можно определить и тот движущий мотив, который определяет поведение предпринимателя. Любой человек по мере роста своего дохода удовлетворяет всё новые и новые возникающие потребности. Но предприниматель не останавливается на достигнутом, он продолжает работать в стремлении к новым доходам. Значит, доходы дают предпринимателю нечто большее, чем простое стремление к удовлетворению всё возрастающих потребностей, а передвижение по социальной лестнице может быть мотивом на каком-то определённом уровне дохода. Будучи удовлетворённой, это стремление не выступает как мотив – предпринимательская деятельность продолжается под действием другой причины. И здесь нам на помощь приходит такое неотъемлемое свойство предпринимателя – способность и стремление к самостоятельности в принятии решений. Представляется, что именно это свойство и является ключевым – стремление к самостоятельности и независимости в принятии решений. Вспомним, что психологи отмечают, что предприниматель может существовать только в условиях экономической и социальной свободы – чем их меньше, тем менее реализуются предпринимательские устремления. Ведь с ростом доходов не только увеличиваются возможности человека по удовлетворению своих потребностей в еде, одежде, доме и т.п. – увеличивается независимость от окружения, в том числе и от других людей, поскольку с ростом доходов всё меньше и меньше количество окружающих предпринимателя людей влияют на его судьбу.

Стремление к личной свободе – вот то свойство предпринимателя, на которое многочисленные исследователи предпринимателя и предпринимательской деятельности не обратили особого внимания. Предприниматель не только существует в условиях свободы, он создаёт собственный свободный мир вокруг себя.

Конечно же, многим людям свойственно стремление к свободе и независимости, но предприниматель путём к этой независимости и способом обретения своей личной свободы избирает самостоятельную хозяйственную деятельность, не зависящую от чьего-либо вмешательства и указаний. Чем больше зарабатывает предприниматель, тем большие свободы он приобретает. Именно поэтому стремление к росту личных доходов у предпринимателя видится со стороны как некая самоцель, которую и обозначают как стремление к обогащению. В этом стремлении к свободе предприниматель готов и к риску; в условиях конкурентной борьбы под страхом проигрыша в ней он использует инновации; а те самые 300% годовых, о которых так убедительно говорил К. Маркс, позволяют ему выйти на значительно более высокий уровень свободы.

Этот основной двигатель предпринимателя и предпринимательской деятельности – стремление к личной свободе посредством роста собственных доходов, – накладывается на особенности предпринимателя как личности. В эту модель, как видно, вписывается и утверждение учёных о том, что предприниматель стремится повысить свой социальный статус – чем выше социальный статус предпринимателя, тем большими свободами он располагает. Нам думается, что в этой паре: социальный статус – свобода, первичную движущую роль играет фактор стремления к свободе, а результатом – повышение социального статуса.

В зависимости от внутренних установок, сформированных в ранние годы у будущего предпринимателя его окружением, чувство полученной свободы может выражаться самыми разными способами – от монархических замашек по отношению к своим близким и подчинённым до удивляющих всех щедрости в благотворительной деятельности.

Теперь с учётом этого уточнения можно дать сбалансированное определение тому, кто же является предпринимателем: *это человек, самостоятельно, на свой страх и риск, осуществляющий хозяйственную деятельность с целью повышения уровня своей личной свободы за счёт обретения материальной независимости посредством получения максимально возможных доходов от предпринимательской деятельности.*

Побудительные мотивы предпринимателя становятся понятными, как и те его действия, которые выделяют предпринимательскую деятельность от бизнеса – бизнесмены, потомки предпринимателя (по Шумпетеру [5]), начинают свою самостоятельную хозяйственную жизнь, обладая хорошим стартовым капиталом и обладая большим количеством личных свобод, обеспеченных наличием стартового капитала и свободами, добытыми для семьи предком-предпринимателем. В таких условиях у него нет стремления к повышению степени личных свобод, и потомок предпринимателя остаётся бизнесменом или рантье.

Модель развития предпринимателя и предпринимательской деятельности следует рассматривать в динамике, ведь с ростом собственного капитала

растут и обрётённые свободы. Рассмотрим графическую модель развития предпринимателя, которую можно назвать «Жизненный цикл предпринимателя» (см. рис.).

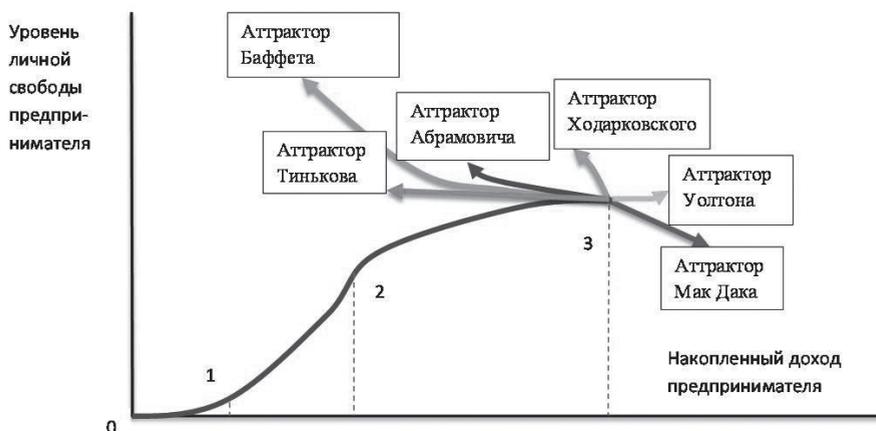


Рис. Модель жизненного цикла предпринимателя

По горизонтальной оси плоскости расположим ось личных накопленных доходов предпринимателя (богатства), а уровень свободы отложим по вертикальной оси как зависимый от дохода фактор.

Очевидно, что в случае, когда предпринимательский доход равен нулю, уровень свободы предпринимателя соответствует уровню свобод окружающих его граждан. Примем этот уровень как точку отсчёта и обозначим его числом 0. Именно с этой точки начинается модель жизненного цикла предпринимателя.

От нулевой точки с ростом дохода предпринимателя растёт и уровень его свободы. Но поскольку заработанные доходы в существенной части направляются на удовлетворение потребностей низшего уровня, на реализацию собственного стремления к свободе у предпринимателя остаётся не так уж много средств. Поэтому на первом этапе жизненного цикла предпринимателя рост доходов происходит быстрее роста уровня свободы.

Точка 1 на графике обозначает тот уровень, при котором базовые потребности предпринимателя удовлетворены. Поэтому он может направить большее количество собственных средств на повышение уровня своей свободы. Здесь можно предположить линейный участок зависимости – рост уровня свободы предпринимателя прямо пропорционален росту его доходов.

Точка, обозначенная на графике жизненного цикла предпринимателя числом 2, означает уровень, когда предприниматель достиг желанного уровня личной свободы и того социального статуса, который, по его мнению, этому уровню свободы соответствует. Дальнейший рост дохода не приводит к существенному росту уровня личной свободы – при таких доходах предприниматель обеспечил себе защиту от криминала, от конку-

рентов, от неправомερных действий со стороны государственных чиновников, обеспечил себе и своей семье высококачественную медицинскую защиту. Эти составляющие с ростом накопленного дохода (богатства) лишь незначительно увеличивают уровень свободы за счёт улучшения качества факторов, обеспечивающих личную свободу. Поэтому жизненный цикл предпринимателя от второй точки до точки, обозначенной числом 3, имеет нелинейный выпуклый характер.

Третья точка представляет особый интерес. Она соответствует приближению потребностей предпринимателя к высшему уровню системы потребностей по Маслоу. Она характеризует этап в жизни практически каждого успешного предпринимателя, когда его свобода, обеспеченная деньгами и капиталом, достигнута практически полностью. Он удовлетворил при этом и все свои другие потребности – лучшие дома, автомобили, произведения искусства, изысканная еда и т.п. И здесь наступает своеобразная точка бифуркации, когда большое богатство приводит к ограничению независимости предпринимателя – его свобода обременяется необходимостью заботы о накопленном богатстве. В этой точке предприниматель выбирает тот или иной характер действий в зависимости от множества факторов внутренней и внешней природы. Анализ поведения предпринимателей с большими доходами показывает на такие типы дальнейшего поведения, которые могут быть названы аттракторами:

1. Продолжать копить богатства, всё более и более ограничивая себя в общении с окружающим миром. Этот стиль поведения прекрасно описан А.С. Пушкиным в образе «скупого рыцаря», а в современной интерпретации отражается известным героем мультипликационного фильма из «Утиных историй» в образе дядюшки Мак Дака. Назовём этот стиль поведения – *аттрактор Мак Дака*. Личные свободы при этом начинают уменьшаться, поскольку большие капиталы требуют больших личных усилий по их сохранению и приращению.

2. Сохранив свой капитал, отдать заботу о нём другим лицам, например, перевести свой бизнес в публичную область за счёт акционирования капитала. При этом контроль за бизнесом остаётся за предпринимателем. Освободив себя от необходимости заниматься предпринимательской деятельностью, он ощущает свою несвободу от наличия государства и политической жизни, которой он не управляет. Его устремления в целях обретения новых свобод направлены на участие в политической жизни страны. Яркими примерами такого типа поведения в России являются действия М. Ходорковского, который стал финансировать две оппозиционные партии, или действия М. Прохорова, который сам пытается создать свою партию и желает поиграть в политические игры. Назовём этот стиль поведения – *аттрактор Ходорковского*.

3. Избавиться от существенной части капитала, оставив себе накопленные богатства, отдав капитал на благотворительные нужды. Это – особый

тип достижения нового уровня свободы. Такое возможно только в условиях свободного общества, когда личные свободы граждан обеспечиваются государством, а не капиталами самих граждан. Такое невозможно представить себе в авторитарных режимах, поскольку в подобных условиях предприниматель рассматривается ими как «дойная корова», снабжающая авторитарную власть средствами для существования режима. Избавление от собственных средств делает его не интересным для власти и он в любой момент может подвергнуться наказанию со стороны власти «в назидание» другим предпринимателям. Этот тип поведения предпринимателя характерен, например, для США, когда предприниматели, накопившие и заработавшие большие богатства, в точке бифуркации принимают решение отдать существенную часть своих личных средств на различные социально значимые проекты – создают различные фонды, строят для родных городов больницы, библиотеки и стадионы. Освобождаясь от капитала, они тем самым приобретают новую свободу – независимость от него. Назовём этот стиль поведения – аттрактор филантропа или, персонифицируя, назовём этот тип поведения *аттрактор Баффета*, по имени американского предпринимателя Уоррена Эдварда Баффета, состояние которого оценивалось в 46,5 млрд долл. США. В июне 2010 Баффет объявил о безвозмездной передаче более 75% своего состояния, или около \$37 млрд, пяти благотворительным фондам. Этот поступок стал самым щедрым актом благотворительности в истории человечества.

4. Яркую противоположность являет собой тип поведения, который обычно приписывают нуворишам-рантье. Предприниматели, стремящиеся к данному стилю жизни, достигнув в бизнесе вершины, стремятся отойти от дел и направить свою энергию на сверхпотребление и разнообразные «игрушки». Трудно обвинить предпринимателя, лишённого в начале карьеры всего, в том, что он тратит собственные деньги на предметы роскоши, дворцы, самолёты, мега-яхты и спортивные клубы, но в глазах общества проедание «отечественных» капиталов за границей порицается ещё со времён купеческих загулов в Монте Карло начала XX в. Назовём этот стиль поведения – *аттрактором Абрамовича*.

5. Одной из важнейших переменных является субъективное восприятие зрелым предпринимателем длительности собственной полноценной жизни. Краткость жизни и обретенная личная свобода позволяют предпринимателю по достижении точки бифуркации принять решение об изменении ценностей. Конечно, далеко не всегда выход на пенсию выглядит для серьёзного предпринимателя логичным завершением карьеры. Не только предприниматели-спортсмены, но и большинство предпринимателей вообще испытывают от бизнеса особое состояние удовольствия, где присутствует азарт, страх, риск, эйфория и другие переживания, доводящие предпринимателей до маниакального «трудоголизма» и зависимости сродни «игромании». По нашему мнению, крайне важным является тот факт, что значительная часть предпринимателей этого типа сохра-

няет семейное дело для наследников. Эти предприниматели не всегда являются олигархами, но всегда владеют особым «предпринимательским веществом», которое стремятся передать детям на генном уровне и развить в процессе обучения по принципу: «делай как я». Думается, что преемственность такого рода обеспечивает сохранение и преумножение профессионализма, а в конечном счёте конкурентоспособность страны. Династии – это стабильность, а мы помним слова Столыпина: «Дайте тридцать лет стабильности и вы Россию не узнаете». Типичным примером такого поведения является жизнь основателя крупнейшей розничной сети мира Wal-Mart Сэма Уолтона. Выдающийся американский предприниматель долгие годы был богатейшим человеком США, крупным меценатом, образцом трудолюбия, скромности и поборником семейных ценностей. Он передал руководство компанией в руки старшего сына, а капитал разделил между всеми детьми и супругой. Назовём этот тип поведения – *аттрактором Уолтона*.

6. Существуют различные отношения к продаже бизнеса. О.Тиньков считает, что «продавать бизнес – это круто. Потому что нет ничего лучше, чем продажа: только она в деньгах оценивает твой бизнес, твои затраты, твои таланты, и продажа даёт возможность сделать новый проект, ведь появляются не только деньги, но и время на него»[4]. Технологии выхода в «кэш» могут быть разнообразными, но неизбежна либо полная остановка, либо полная «перезагрузка» предпринимателя как движущей силы. Сам по себе выход из бизнеса отца-основателя может иметь разные последствия, но в случае с креативным бизнесом (Довгань, Тиньков, Коркунов) обычно предопределяет негативный тренд. Продажа бизнеса прямо связана с оценкой предпринимательского риска. Собственно именно необходимость принятия рискованных решений в условиях рыночной неопределённости и отличает предпринимателя от менеджера. Вне зависимости от личного типа настоящий предприниматель всегда стремится оценить и минимизировать степень и уровень риска и одновременно добиться максимизации платы за риск. Разумный предприниматель никогда не примет на себя цену риска, которая может разорить бизнес, но без здорового аппетита к риску вообще невозможны прорывы в бизнесе. Профессионализм предпринимателя выражается в выработке и реализации рискованных решений. Именно риск потери капитала, например, в форме капитализации компании является основной причиной продажи бизнеса. Назовём этот стиль поведения, когда предприниматель освобождается от страха за бизнес его продажей, – *аттрактором Тинькова*.

Итак, положения современной теории предпринимательства и модель жизненного цикла предпринимателя дают возможность полного представления о предпринимателе, предпринимательской деятельности и особенностях предпринимателя как личности.

Список источников

1. Маркс, К. Сочинения [текст] / К. Маркс, Ф. Энгельс. – 2-е изд. – М.: Гос. изд-во полит. литературы, 1959. – Т. 13. – 805 с.
2. Маслоу, Абрахам Г. Мотивация и личность [текст] / Абрахам Г. Маслоу. – СПб.: Евразия, 1999. – 479 с.
3. Светульников, С.Г. Экономическая теория маркетинга [текст] / С.Г. Светульников. – СПб.: СПбГУЭФ, 2003. – 207 с.
4. Олег Тиньков. Я такой как все [электронный ресурс]. – URL: <http://tinkov.com/node/66>.
5. Шумпетер, Й.А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия [текст] / Й.А. Шумпетер. – 540 с.

THE LIFE CYCLE OF BUSINESS ACTIVITIES

Ponomaryov Oleg Borisovich,

Ph. D. of Economy, Associate Professor of the Chair of Trading Business, Kaliningrad State Technical University; td-semia@mail.ru

Considering key points of the modern theory of business, characteristics of business and definition of the businessman are specified. We offer the model of life cycle of the businessman, having graphic interpretation.

Keywords: employer, business activities, theory, motive, freedom, life cycle.