

Предузетништво као иновациона форма економског (привредног) понашања

В. И. ВЕРХОВИН, Т. С. ШЕСТОВСКИХ
МГУ

У последње време у нашој земљи се појавило мноштво публикација, посвећених веома актуелној теми предузетништва. У њима се са различитом мером потпуности осветљава читав низ аспеката ове појаве која је довољно нова за савремену руску економику. Предмет пажње аутора овог рада су били теоријски, историјски, културолошки, емпиријски и други аспекти (ракурси) проучавања наведеног проблема.

Међутим, још увек нису сви аспекти ове појаве постали предмет проучавања. Између осталог, по нашем мишљењу, још нису у потпуности осветљени специфичност и карактеристике предузетничког понашања, чији се различити модели реализују у многим секторима привредног друштвеног живота. Осим тога, мало се пажње поклања социолошкој анализи датог феномена.

То нас је подстакло да прикажемо властиту верзију понашања предузетника која се и предлаже пажњи читалаца.

Познато је да су све полазне компоненте (Н. Кондратјев) тржишног процеса, које су укључене у економски промет, веома нестабилне и динамичне. Исто то бисмо могли рећи о њиховим многобројним комбинацијама које се појављују и нестају под утицајем мноштва субјективних и објективних фактора који се стохастички преплићу. Они омогућују различитим субјектима да последњи користе своје шансе у процесу решавања стандардних и нестандартних задатака који су везани за извлачење користи (награде) из промета економских ресурса.

Очигледно је да не могу баш сви субјекти економског понашања (предузећа, фирме, акционарска друштва, фарме итд.) да перманентно користе или стварају потребне комбинације и пропорције тржишних елемената, постижући максимални планирани профит. У реалној пракси се среће безброј случајева у којима се долази до потпуно супротних резултата, чак тада када се у стартној ситуацији радило о скоро истим ресурсима и подједнаким условима за њихов промет.

Пре свега то је везано за чињеницу да било која калкулација будућности не може да потпуно игнорише и савлађује ефекат такозване тржишне неодређености (I), не пружа сигурну шансу за победу, већ даје само одређену (већу или мању) вероватноћу успеха. На тај начин "скала вероватноће успеха" може "да се скраћује" или "да се продужава" зависно од времена, места радње, обавештености, компетентности, постојања или недостатка других "ретких" ресурса или катализатора успеха. Последње, у једном случају, стварају сами субјекти који доносе и реализују самостална решења, у другом – субјекти их користе као комбинацију повољних ситуација и услова који се изненада појављују и нестају у систему тржишне конјунктуре.

Због тих околности поступци различитих привредних субјеката у ситуацији тржишне неодређености и сталног ризика могу доводити до различитих

резултата. Пре свега, са гледишта величине позитивног биланса трошкова и надокнаде ресурса, пуштених у оптицај.

У вези с тим могу да се издвоје неке најкарактеристичније варијанте.

У једном случају, због различитих околности, знатан број привредних субјеката се пасивно прилагођава тржишној конјунктури, оријентишући се на минималну величину дохотка или, у крајњој линији, на покривање својих издатака.

У другом случају се издвајају такви субјекти економске активности чији се поступци не темеље на оптималним решењима или су везани за екстремалне услове неповољне конјунктуре. То често доводи до исцрпљивања њихових властитих ресурса и до губитка контроле над њима (банкротство).

У трећем случају се појављују изузетне могућности за активно прилагођавање појединих агенса тржишног процеса најнепредвидљивијим (са гледишта субјеката који мисле и дјелују шаблонски) ситуацијама. При томе долази до иновационих пробоја који нарушавају стандардну равнотежу тржишне средине (2), који омогућавају добијање резултата везаних за максимално могући и дозвољени у датим конкретним условима ниво профита. Ову појаву економска наука сврстава у феномен предузетништва (2, стр. 425-430).

Не одређујући реалне пропорције и међусобне односе субјеката економског понашања који проналазе или стварају повољне ситуације за своје успешно деловање, према свим осталим тржишним објектима, покушаћемо да размотримо неке карактеристике и особености њиховог понашања које им обезбеђују битне предности у смислу остварења постављених циљева.

Садржајна интерпретација "фактора успјеха" који одређеног субјекта са понашањем предузетника доводи до максимално позитивног резултата (чак у неповољним приликама) веома је различита.

1. То може бити једноставно срећа. Вероватноћа среће је врло мала за већину, међутим доста је реална за људе који су се случајно нашли у погодном тренутку и на одговарајућем месту у тачки пресека изузетних околности које пружају једну једину шансу од милиона могућих. Дакле, успех се у овом случају постиже уз релативно пасивно понашање, захваљујући повољном стицају околности.

2. Вероватноћа успеха може да се повећава приликом процеса тражења, на различите начине: комбинацијом повољних фактора, између осталог, и помоћу метода проба и грешака. У овом случају интензивно пребирање варијаната за постизање успеха је додатан услов (предуслов) који у одређеним приликама повећава вероватноћу добитка, у односу на друге агенсе тржишног процеса.

3. Успех у процесу кретања према циљу се постиже помоћу компетентног обрачуна могућих комбинација и избора најоптималније од њих. Као резултат упоредне шансе оних који теже за успехом смањују се или се повећавају, зависно од тога да ли су потцењивани или нису додатни издаци, везани за савлађивање тржишне неодређености.

4. То може бити успех који се постиже као резултат тражења, налажења и чувања конфиденцијалне (тајне) конјунктурне информације која обезбеђује предност у припремању, доношењу и реализацији економских решења, која повећава шансу да добију једни на рачун других.

5. Најважнија компонента успеха је постојање изузетних способности, искуства у проналажењу алтернатива понашања, што омогућава постизање успеха.

6. Најважнија компонента успеха је тражење елемента који недостаје, оног јединог ретког ресурса (идеје, технологије, организационе схеме, комерцијалне комбинације, комуникативне карице, изузетних навика и способности) који би могао да допринесе успеху, да послужи као његов катализатор.

Пребирање и тражење варијаната предузетничког успеха је бесконачно. У неким случајевима сам процес његовог постизања немогуће је вербализовати и технолошки алгоритмизовати да се тај пут понови са истим резултатом. На највишим нивоима предузетничке вештине он се граничи са способношћу комбиновања одређених фактора успеха. Према нашем мишљењу, ова способност не да се увек рационално реконструисати и представља "монопол" "личног знања" које је "толико често тешко дефинисати и чак једноставно описати да га је немогуће објавити, одвојивши га у потпуности од мотивационих разлога" (3).

Према томе, потпуна рационална реконструкција комбиновања фактора успеха у процесу предузетничке делатности је проблематична. Прво, зато што је она део личног знања које се не да увек вербализовати. Друго, зато што је технологија постизања успеха у различитим ситуацијама – предмет поверљив (тајан) који се брижљиво крије од конкурената.

Без обзира на очигледне тешкоће рационалне реконструкције технологије предузетничког успеха које представљају "загонетку" личних предузетничких способности, покушаћемо да издвојимо неке важне аспекте који помажу да се разјасни иновациони ефекат овог вида економског понашања.

Суштину предузетничког понашања одређује пре свега иновациона компонента која омогућава агенсу тржишног процеса да он реализује таква решења која обезбеђују такозвани предузетнички приход (2, стр. 428). Дакле, ради се о специфичном виду економског понашања који је оријентисан на одређену вероватноћу постизања максималне норме профита који се добија у систему тржишне неодређености. При томе, уколико је већи очекивани профит (награда), утолико је мања вероватноћа постизања успеха, и обрнуто. То приморава субјекта предузетничког понашања да стално тражи, ствара и одржава такве ситуације које му омогућава, прво, да добија "преостали" приход на рачун тражења, открића и коришћења ретких ресурса, и, друго, да стално маневришући, дуже време чува повољну економску конјунктуру, захваљујући минимизацији конкурентних и других неповољних утицаја.

Једном речју, предузимач који постиже успех тежи да врши акције не-стандардног карактера које му обезбеђују у одговарајуће време и у одговарајућем месту неопходно прекорачење понуде његових производа у поређењу са потражњом, а према томе – и одговарајуће предности у ценама (2, стр. 428). Дакле, предузетништво је иновациона модификација (модел) економског понашања, усмерена на "преостали" приход који није доступан другим агенсима тржишног процеса пошто они делују шаблонски. А у ширем смислу предузетничко понашање је иновациона форма социјалног понашања која се остварује у границама репродукционог циклуса.

Анализа предузетничког понашања углавном се усредсређује на феномен успеха, који је постигао економски субјекат, савлађујући, упркос свему, многобројне препреке и добијајући на крају крајева тражену награду материјалног, моралног и социјалног карактера. На пример, Хизрич и Питерс наводе мноштво конкретних биографија успешних бизнисмена у којима се приказује

процес постизања предузетничког успеха у различитим гранама (4). Нешто ређе предмет пажње представља та ирационална ситуација у којој већина економских субјеката, укључујући се у процес добијања предузетничког прихода, не постижу очекивани резултат и постају банкроти. Тако, од два милиона предузећа која се годишње појављују у САД банкротирају 70% (4, с. 5).

Чини нам се да приликом анализовања толико сложеног и противречног феномена као што је предузетништво не би требало обрађати пажњу само на успех једних субјеката тржишног понашања и игнорисати неуспех других. Фактички пак почеци предузетничких достигнућа ограниченог круга економских субјеката зависе од губитака масе оних тржишних агенса који нису постигли успех.

Поводом тога хтели бисмо да истакнемо следеће:

– саме чињенице, као и учесталост предузетничког успеха, зависе у знатној мери од броја активних економских субјеката који су увучени у "предузетнички промет (оптицај)";

– масовни предузетнички импулс у развијеним тржишним условима одређује одговарајућа социокултурна ситуација која даје етички узор типичног економског понашања, независно од постигнутих резултата;

– степен постизања успеха у предузетничкој делатности се варира у широком дијапазону позитивних и негативних значења.

Мноштво субјеката економског понашања који су укључени у предузетнички промет (независно од постизања, одн. непостизања успеха) стварају директно или индиректно неко дискретно мноштво потенцијално иновационих ситуација од којих само најуспешније, најспособније и најистрајније чине комбинације фактора потребних за постизање успеха. На тај начин, свака актуализација економских ресурса у масовним размерама представља пред услов формирања својеврсне инфраструктуре незавршених могућности и алтернатива. Последње могу користити како сами продуценти иновационих промена, тако и они који из различитих разлога користе шансе које су пропустили други.

Ова појава је везана за то да конфиденцијално лично знање, које се састоји у умећу да се комбинују фактори успеха, не може у условима тржишне конкуренције да буде бесконачно дуго власништво појединаца. Међу агенсима на тржишту се води борба за конфиденцијалну информацију, за контролу над економским ресурсима и право на њихово приоритетно коришћење. У условима цивилизованог тржишта ова борба се регулише преко патентног или контрактног права.

Процес реализације предузетничких новитета (независно од њихових размера) може да се разматра са различитих гледишта. С једне стране, то је, као што смо већ истакли, резултат конфиденцијалног личног знања, што је власништво појединаца који доноси и реализују венчурна решења у систему тржишне неодређености. Са друге стране, то је стохастичка тржишна реалност која се састоји од мноштва ситуација и околности које представљају предуслов за појављивање неког универзалног интегративног елемента који је оваплоћен, према речима Ј. Шумпетера, у такозваној предузетничкој функцији. Последња није обавезно везана за одређено физичко лице или јасно означену групу лица, већ може бити дисперзно расподељена на многе "анонимне адресе".

Предузетник као продуцент (стваралац) иновационих промена "може бити капиталиста или чак менаџер корпорације, међутим, зависи од природе тржишта и форми индустријске организације – обједињују ли се све те различите функције у једном или у више лица... Реална популација предузетника... стално варира, јер се предузетничка функција, по правилу, преслиће с другим видовима делатности" (2, стр. 430).

Треба још једном подвући да је у предузетнички промет увучено мноштво најразноврснијих елемената (субјективних и објективних) који су дискретно расејани по читавом тржишном простору.

Оптимална комбинација ових елемената која представља потенцијално средство и услов за постизање успеха, често је и предмет договора њихових власника или корисника. На тај начин, предузетнички иновациони ефекат може да се нађе такође на нивоу споразумних договора тих власника ретких ресурса који се не обједињују према вољи појединца већ због узајамно корисних економских интереса. На пример, може да се говори о привременој или сталној симбиози интереса продуцента ноу-хау, инвеститора који поседује капитал, власника ретке конјунктурне информације који обезбеђује канале за пласман (продају) иновационих производа, и менаџера који организује овај процес. И таквих комбинација може бити безброј.

Очигледно је да није једно те исто личност предузетника и предузетничка функција. У првом случају имамо у виду конкретну особу која доноси и реализује на своју одговорност венчурно решење. У другом случају – то је објективан (тј. такав који не зависи од воље појединца) комплет ситуација које се стално понављају и мењају и у чијем је систему могућ перманентан настанак мноштва разноврсних модела предузетничког понашања индивидуалног, контрактно-групног и контрактно-организационог типа.

Према нашем мишљењу, иновациони ефекат предузетничког понашања се састоји у најмању руку од три елемента:

- изузетних личних квалитета и способности појединих индивидуума;
- од одговарајуће тржишне средине која садржи огроман број разноврсних потенцијалних и реалних комбинација које представљају многоалтернативно поље предузетничког избора;
- од културе предузетника која укључује одређен комплет инструменталних и терминалних вредности, узора понашања који подстичу венчурни модус социјалне активности различитих тржишних агенса.

Дати тип културе репродукује масовне моделе економског понашања мноштва субјеката, независно од тога који резултат они постижу на крају. Са своје стране, он може бити корелативан са огромним бројем фактора почев од изузетних способности па све до непредвидљиве изненадне среће.

Постојање ова три саставна дела ствара потребне предуслове за стално обнављање социјално-економске матрице масовних људских акција које су усмерене на предузетнички успех. При томе стални ризик неуспеха који је судбина знатне већине, надокнађују примери изузетних достигнућа који се перманентно појављују. Последњи, са своје стране, стимулишу економску активност све нових и нових генерација, као и иницијативу многих несрећника и банкрота који ипак нису изгубили наду.

Очигледно је да се предузетничка функција објективизује само у случају када се конкретни субјекти обједињују са оним могућностима и ресурсима

које они налазе, интегришу и пуштају у промет у одређеној конјунктурној ситуацији која је ограничена оквирима конкретног времена и простора. При томе, није важно који управо разлози доприносе интеграцији ретких ресурса, – лични квалитети појединца који је оријентисан на економски успех, или различите, међу њима и случајне, околности које доприносе обједињењу ретких ресурса који се налазе под контролом многих корисника.

Треба подвући да предузетничка функција није хомогена појава. У процесу реализације она се дели на низ подфункција које се у различитим верзијама и комбинацијама укључују у целокупан чин предузетничког понашања. При чему неке од њих представљају специјализовано, базно језгро предузетничког понашања уз услов да субјекат који их реализује доноси коначну одлуку.

Ове подфункције у процесу организације предузетничке активности могу бити распоређене међу многим појединцима различите специјализације или интегрисане у једној особи. Као што смо већ говорили, овде постоји мноштво варијаната и комбинација. Све зависи од следећих околности: специфичности ресурса или групе ресурса који се пуштају у промет, од њиховог броја, степена њиховог контролисања и користи од њиховог промета, од конкретне тржишне ситуације у којој они функционишу, од оних субјеката који њима имају приступ, од форми техничке и економске организације у чији су систем ови ресурси интегрисани итд.

Анализовање различитих извора омогућило нам је да у структури предузетничког понашања издвојимо цео низ релативно самосталних подфункција које или одређују његову специјализацију (специфичност), или представљају неопходан помоћни елемент његове реализације. Набројаћемо неке од њих.

Прва подфункција је перманентно тражење ретких економских ресурса (добра, услуга, информације, нових организационих решења, изузетних професионалних способности и томе сл.).

Друга подфункција је проналажење нових економских ресурса (иновационих процеса, производа и информације и сл.).

Трећа подфункција је акумулација и концентрисање ретких ресурса (добра, услуга, информације и томе сл.) у власништву појединих агенса тржишног процеса у циљу њиховог пуштања у предузетнички промет.

Четврта подфункција је формирање повољне тржишне конјунктуре на основу стварања оптималних комбинација постојећих ресурса, нових организационих решења, договорних и комерцијалних трансакција итд.

Пета подфункција је оперативно тражење конјунктурне информације о ценама ради избора оних тржишних сектора где је највероватнији успех производње, увођења и продаје иновационих производа.

Шеста подфункција је заштита конфиденцијалне информације и других економских предности од насртаја конкурената.

Седма подфункција је минимализација (смањење) конкурентних утицаја свих осталих агенса тржишног процеса који имају сличне циљеве.

Осма подфункција је заштита номиналног и реалног права својине на резултате предузетничког успеха.

Девета подфункција је обезбеђење стабилности и преживљавања (опстанка) предузетничких ћелија и структура, посебно у различитим екстремним условима и ситуацијама.

Десета подфункција је конзервација, пренос у будућност, као и предаја новим генерацијама предузетничке културе, искустава, традиција и сл.

Већ смо горе говорили о томе да се предузетничко понашање карактерише неким општим особеностима и параметрима по којима се одликује овај специфичан вид економског понашања. Очигледно је да постоји мноштво сектора економије где се оно испуњава конкретним садржајем, тј. специјализује се. На пример, предузетништво у сфери производње, услуга, комерцијале, финансија, берзанских игара, маркетинга итд. Дакле, постоји широки спектар расподеле рада у систему предузетничке делатности где се формирају уско професионални програми (модел) предузетничког понашања. Они су понекад толико специјализовани да се кардинално разликују један од другог и траже примењивање изузетних навика и способности. Осим тога, унутар ових специјализованих области могу да се структуришу релативно самосталне области које одређују такозвани профил предузетничког понашања. Он се варира у довољно широком дијапазону и зависи, пре свега, од начина и метода добијања предузетничког прихода.

Због тога бисмо издвојили неке најкарактеристичније моделе предузетничког понашања.

Инвестициони модел се базира на организацији и увођењу венчурних инвестиционих пројеката које реализују власници слободних или корисници позајмљених капитала на своју одговорност.

Инвенџорни модел карактерише понашање продуцента и власника иновационих производа и процеса који самостално пласира ову робу на тржиште или ставља свој "ноу-хау" на договорној или другој основи на располагање другим агенсима тржишног процеса.

Организациони модел карактерише делатност тржишних субјеката који реализују иновационе методе интегрисања и комбиновања од људских ресурса у циљу максимизације нестандартних управних задатака и решења.

Посреднички модел обезбеђује интеграцију економских интереса различитих агенса тржишног процеса и добијање на овом основу допунске (додатне) користи која се појављује као последица нестандартних арбитражних трансакција.

Аквизициони модел карактерише делатност тржишних субјеката који на различит начин уводе контролу над економским ресурсима других власника у циљу њихове концентрације у својим рукама и каснијег пуштања у предузетнички промет.

Комерцијални модел је усмерен на стварање нових нестандартних канала за размену (куповина-продаја) различитих добара, услуга, информација – који омогућују да се нагло повећа норма профита од њиховог промета.

Конјункџурни модел са изром основан је на венчурним методама комбиновања конфиденцијалне информације (о ценама итд.) у циљу добијања различитих, између осталог и економских, предности у односу на друге агенсе тржишног процеса.

Консалтинг модел обезбеђује професионалну подршку различитих субјеката предузетничког понашања по широком кругу питања из економске делатности итд.

Већ смо горе истакли да је предузетништво такав модел економског понашања који се реализује у систему тржишне неодређености и ризика.

Очигледно је да би било корисно да се мало задржимо на карактеристикама венчурног (рискантног, ризичног) модуса предузетничког понашања, као и на специфичним параметрима личности предузетника.

Познато је да постоје два потпуно супротна прилаза интерпретацији и одређивању ризика предузетника. У оквиру првог прилаза остварује се тражење такозваних "количинских" критеријума за мерење предузетничког ризика и врши се покушај да се оцени разлика у степену рискантности различитих модификација предузетничког понашања и квалитетне разлике специфичних предузетничких ризика. Тако, на пример, неки истраживачи сматрају да је у структури понашања коменцаријалисте део ризика већи него у структури понашања финансисте (9, С. Малахов). Други разматрају квалитетну расподелу предузетничког ризика према фазама репродукционог циклуса. Између осталог, за предузетника – произвођача је од великог значаја ризик због погрешне прогнозе издатака и надокнада, за комерцијалисту – ризик због грешке да се одреди цена робе у процесу њеног промета на тржишту, за финансисту – ризик због евентуалне грешке у одређивању промене у девизном курсу итд. (10, Б. Рајзберг).

Размотрени прилази интерпретацији предузетничких ризика, без обзира на изражену скепсу према могућности квантитативних метода од стране читавог низа истраживача, омогућавају констатацију једне очигледне чињенице: структура предузетничког понашања садржи највећи проценат рискантних акција у поређењу са другим видовима економског понашања.

У оквиру другог прилаза предузетнички ризик не може се калкулисати и представља ирационалну величину (Ф. Најт, Ф. Хајек, Џ. Кејнс).

Без обзира на различите начине аргументације, ови аутори су дошли до скоро истих закључака. Први од њих је дошао до тога на основу рационалне анализе и раздвајања два појама: "ризик" и "неодређеност"; други – кад је доказао немогућност да се вербализује лично знање активног предузетника, трећи – на основу властитог искуства које је стекао учешћем у берзанским операцијама.

Чини нам се да је потпуна рационална реконструкција модела "ризика" предузетничког понашања мало вероватна из следећих разлога:

- немогућност квантитативне оцене понашања предузетника као субјекта који доноси венчурна решења
- проблематичност изградње универзалног модела процеса доношења решења у екстремним и рискантним ситуацијама
- немогуће је увући се у "кухињу" реално активног предузетника због конфидентности (тајности), затворености његових акција
- због немогућности да се објасни помоћу рационалних средстава мотивација лица која теже да делују у зони повећаног ризика, поготово мотивација оних личности које захваљујући изузетним личним способностима без обзира на све постижу успех.

Важна особина предузетништва као иновационог вида економског понашања је екстремалност услова и ситуација у којима треба да се ради. Морамо да кажемо да је ова особеност приложено осветљена у науци, али само у једном делу, управо у разматрању венчурног модуса (модуса ризика) предузетничког понашања. С друге стране, други важан аспект (егзистенцијални) није постао, а посебно у домаћој науци, предмет посебне пажње. Очигледно је да се

не може из било којих, чак и веома компликованих схема рационалне реконструкције тог феномена да се сакрије чињеница да је предузетник – конкретан човек. Он тежи на своју одговорност да савлада тржишну неодређеност и сноси због тога у случају неуспеха потпуну одговорност за своје поступке и акције, ризикујући при томе капитал, имовину, углед, здравље, чак и живот.

Перманентна репродукција предузетничке функције у различитим секторима економије представља својеврстан егзистенцијалан услов који многе подстиче да ризикују губитак социјалне стабилности ради, понекад, недостижног циља и привидне награде.

Неодређеност будућности и за то везана егзистенцијална стања стално прате активног предузетника. Ирационалност поступака и акција у овим ситуацијама је очигледна. Зато процес постизања предузетничког резултата увек прате околности које изазивају бригу и страх за успех посла, које активни предузетник увек мора да узима у обзир и којима увек треба да се супротставља. Он се перманентно налази у маргиналним ситуацијама које савлађује, стално пружајући отпор онима који претендују на његов успех и његове ресурсе итд.

Дакле, битну особеност понашања предузетника представља чињеница да он функционише у условима ситуационих лимита који ограничавају животни простор за његову делатност и често своде на нулу рационалне калкулације будућег успеха који он планира. На ту особеност обратио је пажњу Г. Одиорне, откривши такозвани егзистенцијални модус овог вида иновационог понашања (5). Предузетник (егзистенцијални менаџер, према Г. Одиорнеу) делује у тржишној ситуацији која се стохастички мења, у систему нових проблема и парадоксалних ситуација који се перманентно појављују и нестају. При томе, понекад, ове ситуације је немогуће унапред погађати, као и адекватно одговорити на рационалан начин на непредвиђене околности због недостатка времена и других ресурса.

Са гледишта Г. Одиорнеа, важно место у понашању предузетника заузимају тражење успеха и неутралисање неуспеха које је немогуће апсолутно тачно предвиђати, постићи, одн. избећи. Стална ситуација игре и ризика прати његове акције, чак и ако он поседује одређен обим веродостојне информације и тачно је обрачунао будућност.

Предузетник делује у ситуацији сталне борбе чију основу чини универзална противречност између ограничених ресурса и неограничених људских претензија. Сама чињеница неједнакости у расподели предности у конкурентној борби изазива тежњу за "уједначавањем" ресурса или минимизацијом предности код других особа, што представља најважнији мотив предузетничког понашања.

Предузимач који реално ради и доноси решења на своју одговорност стално осећа незадовољство због својих резултата. Таква поларизација успеха и неуспеха у процесу постизања циља перманентно ствара стање узнемирености које се граничи са страхом од кривице због направљених пропуста и грешака.

Јасно је да широка гама егзистенцијално-емотивних стања која прате делатност једног предузетника претпоставља да он поседује специфичне психолошке квалитете и способности. Они му омогућавају, с једне стране, да подноси екстремална оптерећења, а, с друге стране, у условима недостатка времена и других ресурса да стабилно структурише и оптимизује процес постизања постављеног циља.

Бројне публикације, посвећене процесима мотивационе детерминације, омогућиле су издвајање читавог низа посебних функционално-карактеролошких особина и квалитета који доприносе резултативности иновационих форми социјалног понашања, па и предузетничког. Међу њима могли бисмо издвојити: "мотивацију постизања" (Д. Маклеланд), наклоност ризику у ситуацијама повећања вредности резултата (Ц. Аткинсон), склоност према компликовању задатака, везаних за понашање у ризичним ситуацијама (Б. Бајнер), интерналност реакција у понашању (Ц. Ротер), способност нестандардног решавања еуристичких задатака у условима дефицитарног времена (Ц. Ронен), способност према оперативној алтернатици ризичних ситуација (А. Макримсон), стабилост према стресовима (Кетс де Фриз) (6). Битна особеност личности предузетника је такође и креативност, пошто је овај вид економског понашања, поготово на највишим нивоима вештине, испуњен стваралачким елементима који захтевају примену такозваног дивергентног мишљења (7).

Доста важну улогу у активизацији иновационих модела социјалног понашања (економског) играју енергетске способности личности предузетника, као и његове способности везане за јаку вољу, од чијих снага и концентрације зависе интензивност и резултативност утицаја личности на тржишну средину. У вези с тим требало би издвојити неке урођене или стечене квалитете који подстичу одређену класу индивидуума да бира и реализује, често на супрот здравом разуму, венчурне моделе самореализације у различитим сферама социјалног и економског живота.

Иако је овај феномен практично најмање разумљив и проучен, нека његова манифестација може да се нађе у радовима Л. Гумилева који је формулисао и образложио такозвани ефекат "пасионарности" (8). Пасионарије, према Л. Гумилеву, чине активни део човекове популације, чији импулс понашања премашује величину импулса нагона самоодржања. Они поступају често ради илузорних жеља: честољубља, сујете, поноса (охолости), похлепе и других страсти, жртвујући понекад и свој живот ради идеала – далеке прогнозе, неретко илузорне. У зони пасионираности, према Л. Гумилеву, раде конкистадори, проналазачи и истраживачи нових земаља, песници, јересијарси и друге иницијативне личности.

Значајно је да концепт пасионарности Л. Гумилева и бројни западњачки модели "избора ризика", који никако нису везани међусобно, на различит начин и различитим средствима указују на једну те исту особеност субјеката иновационог понашања – на њихову иманентну склоност према ризику и оријентисање на супер-вредне идеје.

На крају треба још једном нагласити да је предузетничко понашање иновациона форма економског понашања. Она је, с једне стране, веома блиска по својој природи другим иновационим формама социјалног понашања, с друге – има своју специфичност, свој венчурни модус реализације, као и своје начине и методе постизања циља. На то смо покушали да обратимо пажњу читалаца.

Литература

1. Найт Ф. Понтие риска и неопределенности. //TESIS, 1994, №5, с. 12-28.
2. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе. М.: "Дело ЛТД", 1994, с. 428-430.
3. Хайек Д. Пагубная самонадеянность. М.: "Новости", 1992, с. 157.
4. Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство, или как завести собственное дело и добиться успеха. Вып. 1-5. М.: "Прогресс", 1992.
5. Odiorne G. The Management Theory Jungle and the Existential Manager // Academy of Management Journal, 1966, V. 9, №2, p. 111-116.
6. Задорожнюк И. Е. Инновационное предпринимательство (реферат книги "Руководство по экономической психологии") // Социс, 1991, №3, с. 135-140.
7. Гилфорд Д. Три стороны интеллекта. // Психология мышления, М.: "Прогресс", 1965, с. 442-443.
8. Гумилев Л. Н. Географический фактор в исторический период. Л.: Ленинградское отделение. Наука, 1990, с. 36-40.
9. Малахов С. В. Экономическая психология и вариативность моделей экономического поведения. //Экономические науки, 1991, №7.
10. Райзберг Б. А. Предпринимательство и риск. // Новое в жизни, науке и технике, 1992, №4.

с руског превела
Маријана Киршова